

Suoramyynti/verkostomarkkinointi ja pyramidijärjestelmät – erot ja tunnuspiirteet

Verkostomarkkinointi on yksi suoramyyntin (direct selling) muoto. Suomessa toimivien suoramyyntiyritysten määrä ja liikevaihto on viime vuosien aikana kasvanut rauhallisesti ja tasaisesti. Vaikka kuluttajien kokemukset verkostomarkkinoinnista ja suoramyyntistä ovat tutkimusten mukaan positiivisia, toimialan mainetta rasittavat ajoittain verkostomarkkinoinnin rakennepiirteitä osin omaavat pyramidijärjestelmät ja ketjukirjeet.

Verkostomarkkinoinnin ja pyramidijärjestelmien erot ovat selkeät. Siinä missä verkostomarkkinointi on laillinen tapa organisoida tuotteiden myynti ja jakelu loppukuluttajille, laittomia pyramidijärjestelmiä rakennetaan pääasiassa rahankeruuta varten. Suoramyyntissä myydään tyypillisesti tavaratuotteita kuten vaatteita, kodin somisteita, kosmetiikkaa, keittiötarvikkeita ja terveystuotteita.

Seuraavassa taulukossa on listattu verkostomarkkinoinnin ja pyramidijärjestelmän eroja ja tunnuspiirteitä.

	Verkostomarkkinointi jakelukanavana	Pyramidi rahankeruujärjestelmänä
Perusrakenne	Yritys, joka markkinoi tuotteita ja palveluja loppukuluttajille suoramyyntin keinoin monitasoisen myyntiorganisaation kautta. Yrityksellä on virallinen yhtiö Suomessa. Liiketoiminnan jatkuvuus perustuu tuotemyyntiin. Myyjät ovat ei-palkkasuhteisia jälleenmyyjiä tai agentteja. Yritys on läpinäkyvästi ja selkein yhteystiedoin esillä markkinoilla.	Monitasoinen, tavallisesti laitton rahankeruuorganisaatio, jossa tuloja kerätään jäseniä rekrytoimalla. Toiminnan takana olevaa yhteisöä on vaikea hahmottaa. Yritystä tai yhteyshenkilöitä järjestelmien takaa ei löydy tai niihin ei saada yhteyttä. Lyhyt toimintahistoria. Suuret ansaintaväitteet.
Liittyminen, alkuinvestoinnit, osto- ja varastovelvoitteet	Verkoston jäseneksi liittyminen edellyttää vähäisiä kustannuksia. Tavallisesti uuden jäsenen on hankittava aloituspaketti, joka sisältää tarpeellista materiaalia ja pääsyn tukipalveluihin liiketoiminnan aloittamiseksi. Jäsenyys sinänsä ei velvoita tuoteostoihin tai niiden myyntiin, mutta palkkioiden saaminen oman verkoston myynnistä edellyttää myyjältä myös omaa aktiivisuutta. Myyjä ei kannusteta varastojen pitämiseen. Yrityksen ja myyjien välillä on kirjalliset sopimukset. Jälleenmyyjille tarjotaan koukutus- ja myynnin tukipalveluita.	Pelkkä systeemin jäsenyys edellyttää taloudellista investointia, joka on käytännössä vastikkeeton ja arvoton. Osto- ja varastointivelvoitteita ei ole, koska myytäviä tuotteitakaan ei ole. Ei kirjallisia sopimuksia. Ei myynnin tukipalveluita.

Tuotteet ja palvelut	Verkostomarkkinoinnin kautta myydään kosmetiikkaa, kodinpuhdistusaineita, lahjatavaroita, sisustus- ja ruuanvalmistustarvikkeita, ravintolisiä, luontaistuotteita, painonhallintatuotteita, puhelinliittymiä, kirjoja, leluja, vaatteita jne. Kilpailevia tuotteita löytyy markkinoilta. Noudatetaan kotimyynti-, etämyynti- ja muita säännöksiä.	Ei yleensä loppukuluttajille myytäviä tuotteita tai palveluja, myytävänä vastikkeeton jäsenyys tai näennäistuotteita. Toiminnan säädösten mukaisuus vaikeasti arvioitavissa, yleensä ei selkeitä sopimuksia tai sopimusehtoja. Mahdolliset tuotteet näennäisiä, vastaavia ei yleensä löydy markkinoilta.
Tuotteiden ja palvelujen myynti	Tuotteita ja palveluja myydään kuvastojen, verkkosivujen, kotiesittelyjen ja henkilökohtaisen myyntityön avulla. Eryteisesti uusien myyjien hankkimisessa korostuu henkilökohtainen tapaaminen kasvokkain.	Uusia jäseniä hankitaan henkilökohtaisen rekrytoinnin kautta ja myös sähköpostin välityksellä.
Tulonlähteet	Pääyrytyksen ja myyjien tulot perustuvat toteutuneeseen tuotemyyntiin. Perinteisestä suoramyynnistä poiketen myyjien palkkiot perustuvat oman tuotemyynnin lisäksi myös oman alaverkoston myyntivolyyymiin. Palkkioiden maksuperusteet ovat kaikille jäsenille samat. Myyjien hankkimisesta ei makseta palkkioita.	Jäsenille luvatut – usein maksamatta jäävät - palkkiot perustuvat uusien jäsenten liittymismaksuihin. Palkkioiden suuruus riippuu siitä, missä vaiheessa systeemiin on liitetty mukaan.
Tuotteiden takaisinostovelvollisuus	Yritys sitoutuu ostamaan takaisin irtisanoutuvan myyjän jälleenmyyntikelpoisen varaston kohtuullisilla ehdoilla.	Ei mahdollisuutta palautuksiin.

Asiakkuusmarkkinointiliitto, ASML – 2012

- ASML edustaa Suomea Euroopan suoramyöntijärjestö SELDIA:ssa (www.seldia.eu) ja maailman suoramyöntijärjestö WFDSA:ssa (www.wfdsa.org).
- ASML ylläpitää toimialan itsesääntelyohjeistoa (http://www.asml.fi/wp-content/uploads/Suoramyyntinyritysohjeistus_uusi_2012.pdf)
- Suoramyyntin volyymistä eri Euroopan maissa (<http://www.seldia.eu/sites/default/files/uploads/General%20presentation%20final%202011%20only%20062012.pdf>)