

## Online MLM-ezők típushibái

- 1.) Nyílt vagy burkolt árengedmények felajánlásával igyekeznek új vásárlókra szert tenni, ahelyett, hogy a termékeikhez kapcsolat plusz szolgáltatásokban versengének a vevők bizalmának elnyeréséért.
- 2.) Lezárási technikákat alkalmaznak reménybeli vásárlóikkal folytatott beszélgetéseik alkalmával, ahelyett, hogy egy hosszú távú kapcsolat létesítésének első állomásaként tekintenek azt. Ez az eredménye az MLM-ezőknél „vendégeskedő” hagyományos kereskedői technikákat és trükköket oktató – marketing - trénerek eredményes munkájának!
- 3.) A közösségi marketing alatt azt értik, hogy az üzenő falra rendszeresen kiteszik a saját MLM termékeik hirdetéseit (Ez kb. annak felel meg, amikor termékek hirdetésére szolgáló letépfő címet egy villanyoszlopra felragasztják, az olyanok mellé, hogy „Eladó 3 db kéthónapos fekete puli kutya. Tel:...”) Ezzel csupán azt árulják el önmagukról, hogy mennyire nincsenek tisztában azzal, hogy milyen iparágban is próbálkoznak a megélhetésükhöz szükséges anyagiak előteremtésével.
- 4.) Nem használják az e-mailjeikben az aláírás fájlküldési lehetőséget.
- 5.) SPAM – lim-lom – reklám e-maileket küldenek csábító címsorral és azt a benyomást keltő szöveggel, mintha már régi ismerőseink lennének, csak véletlenül elírták a nevünket a megszólításnál. (Ilyen szövegekről van szó, hogy: *„Szia, Robi! Most küldöm, amiről tegnap már beszéltünk és nagyon kíváncsi vagyok a véleményedre. Üdv. Marcsi”*)  
  
Én meg arra lennék kíváncsi, hogy az ilyen személyek tényleg hisznek abban, hogy egy átverős szöveggel, képesek lesznek majd egy hosszú távú kapcsolat kiépítésének az első lépését sikerrel megtenni?
- 6.) Más értékesítéssel foglalkozók honlapjairól begyűjtik az e-mail címeket és azokra saját ajánlataikat küldik el – kéretlenül. Így azonnal az „amatőr MLM-ező” kategóriába sorolhatják be magukat. Nem hiszem, hogy komolyan gondolják azt, hogy lesznek majd olyan személyek, akik ezt a módszert szívesen csinálnák utánuk.
- 7.) Egyik esetben sincs fényképük kitéve az alábbi internetes megjelenési lehetőségek közül:
  - honlap – kapcsolatfelvételi oldal,
  - SKYPE / MSN,
  - online közösségek profiljai.
- 8.) Erőszakos, otromba, újsághirdetésekből átvett reklámszövegeket alkalmaznak a honlapjaikon. Az internet egészen más médium, és a használóinak eltérőek a szokásai a csupán újságolvasó, rádióhallgató és TV néző személyekétől.

- 9.) A honlapjuk kizárólag a termékek eladásáról szól. - természetesen WEB áruház modullal összekapcsolva. Semmi „kóstoló”, illetve önzetlen tájékoztatás, csak tömény és rámenős reklámszöveg. Így nem csoda, hogy kevesen adják meg nekik az adataikat a kapcsolatfelvevő űrlapjukon.
- 10.) Nem fedik fel a személyüket. Nem adnak meg a kapcsolatfelvétel érdekében csak egy e-mail címet, ahelyett, hogy valamennyi lehetőséget felkínálnák, hogy a reménybeli vásárlójuk a számára legjobban megfelelőt (e-mail, SKYPE / MASN, vonalas- / mobiltelefon) válassza ki közülük.
- 11.) A hírlevélre feliratkozás alkalmával semmi jutalmat (pl. egy tanulmányt, vagy cikket) nem kínálnak fel, hogy valamivel ösztönözzék a látogatójukat.
- 12.) A honlapjaik nem elégítik ki a „felhasználóbarát” feltételeket, leginkább egy keleti bazár kirkatára hasonlítanak. Minden izeg-mozog, csillog-villog, cseng-bong rajta, és a tartalom elvész a rengeteg partnerhirdető bannerjei között...
- 13.) Nem élnek a lehetőséggel, hogy egy-egy fórumon vagy blogon tett hozzászólásuk, véleménynyilvánításuk alkalmával a saját honlapjuk címét is belinkeljék, hogy ezzel is növelhessék annak látogatottságát.
- 14.) Túlzottan sok adatot igyekeznek bekérni és túlságosan bizalmasnak tűnő kérdéseket tesznek fel a honlapjuk kapcsolatfelvételre szolgáló oldalán (űrlapján). Ezzel szinte automatikusan elriasztják az érdeklődőiket.
- 15.) A „hatékony keresőbarát honlap” fogalma teljesen ismeretlen számunkra. A honlapjuk oldalai nem tartalmazzák a szükséges adatokat ahhoz, hogy a keresőmotorok könnyen besorolhassák azokat.
- 16.) A honlapjuk eredményességét (látogatók / letöltések száma, a honlapon eltöltött látogatási idő, honnan érkeznek a látogatók, stb.) nem követik nyomon (pl. Google Analytics használatával).