

# KAHVINMYYNNILLÄ Bemarin omistajaksi?

*"Kun aluksi saa hankittua tietyn määrän omia asiakkaita ja värvättyä mukaan uusia partnereita, on oma alalinja valmis ja kyseinen Zinzinon jälleenmyyjä voi paukutella henkseleitään ja elellä leveästi linjasta nousevien provisiotulojen ja bonusten avulla."*



**K**OKO VERKOSTOMARKKINOINTI oli minulle vielä harmaata aluetta pari kuukautta sitten. Olen niin nuori, että Seven, Move Networks ja Better Life eivät olleet minulle vielä tuttuja nimiä. Kuulin Zinzinostakin vasta heinäkuun lopussa ystäväni kautta ja luin sen jälkeen aiheesta blogikeskusteluja, yritystietoja ja Zinzino AB Ser. B -pörssiyhdistön julkaisemia lukuja.

Muutaman tunnin lueskelun tuloksena suosittelin ystävääni unohtamaan asian. Zinzinon piti minun osaltani olla siinä. Kuitenkin elokuun alussa vanha tuttavani otti minuun yhteyttä ja halusi nähdä pitkästä aikaa (olin itse yrittänyt tavata häntä Helsinkiin muuton jälkeen ja se ei aikaisemmin onnistunut).

Ajasta ja paikasta sovittiin – meidän piti nähdä Helsingin Kampissa. Käymättä läpi yksityiskohtia päädyin kuitenkin hotelli Presidenttiin kuuntelemaan liiketoimintakoulutusta (Business Partner Seminar – BPS), jossa Zinzinon toiminnan luonne, laajuus ja tulevaisuus alkoi valjeta minulle.

## OSALLISTUMISMAKSUT HAUDATTU TUOTTEIDEN KATTEISIIN

**VERKOSTOMARKKINOINTI ON MYYNTITAPA**, jossa tuotteiden markkinoinnin hoitaa itsenäisistä jälleenmyyjistä koostuva verkosto. Verkostomarkkinointiyrityksellä ei ole kiinteää myyntipaikkaa, vaan kauppaa käydään tuttavien kotona, työpaikoilla, hyväntekeväisyistilaisuuksissa jne. Verkostomyyjä on yleensä itsekin markkinoimansa tuotteen käyttäjä, joka suosittelee ja välittää sitä pienelle asiakaspiirille ja kouluttaa jälleenmyynnistä kiinnostuneet asiakkansa tekemään samoin. Nämä kouluttavat edelleen omia asiakkaitaan jälleenmyyjiksi ja luovat siten omaa verkostoaan.

Verkostomarkkinointi eroaa pyramidipelistä siten, että siinä uuden jälleenmyyjän eli partnerin tulot koostuvat tuotteista saatavista provisioista eivätkä partnerin värväämien uusien partnereiden osallistumismaksuista. Käytännössä näiden kahden eroja on erittäin vaikeaa todentaa, koska jokaisen partnerin verkosto on erilainen ja tutkimiseen tarvittaisiin verkoston kaikkien asiakkaiden ja partnereiden tiedot.

Zinzinossa osallistumismaksut on haudattu osaksi tuotteiden katetta sekä koulutustilaisuuksien ja koulutusmateriaalien hintoja.

## ”KASVETAAN UNELMIIN”

**HELSINGIN SOKOS HOTEL PRESIDENTIN** kokoushuoneessa pidetty Zinzinon liiketoimintakoulutus oli täynnä ihmisiä. Tunnelma oli hurmoshenkinen ja esiintyjien puhe erittäin tunteisiin vetoavaa: he markkinoivat toimintaansa mahdollisuutena ”tehdä omaisuus osa-aikaisesti” ja ”päästä pois oravanpyörästä”.

Tienaamisen helppoutta Zinzinossa perusteltiin mm. sillä, että niin monet ihmiset maailmassa juovat kahvia eri muodoissaan. Mitä voisikaan siis olla helpompaa myydä kuin kahvia ja kahvinkeittimiä? Lisäksi Zinzinotoimintaa voi vieläpä harjoittaa päivätyön ohessa: se ei ole sidottua aikaan ja paikkaan.

Hurmoshenkisyys oli skeptikolle luotaantyöntävää, jopa absurdia, mutta suurin osa yleisöstä nyökytteli hyväksyvästi ja antoi raikuvia aplodeja lavalla myyntipuhettaan pitäneille ”verkostomarkkinoinnin supertähdille”. Esittelijät – kaikki nuorehkoja miehiä – erottuivat joukosta liioitellun siistin ulkoasunsa ansiosta: heillä oli siistit kengät, hiukset, tummat puvut päällään ja jokaisella rintamuksessa kultainen pinssi merkinä siitä, että he ovat saavuttaneet tietyn tason Zinzino-hierarkiassa.

He esiintyivät itsevarmuutta uhkuen ja kertoivat onnistuneita vitsejä, joilla saivat selkeästi yleisön puolelleen. He selittivät myös avoimesti olleensa itse monenlaisissa töissä, kuten rakennus- ja varastoalalla ja että ”lukiot on käyty, mutta sen jälkeen koulu ei kiinnostanut”. Elämä näytti siis toivottoman ankealta, kunnes pelastus löytyi Zinzinotoiminnasta! Ja nyt he ovat täällä, jonkin hienolta kuulostavan partneritason, kuten ”Director” tai ”Crown”, saavuttaneina kertomassa kuulijoilleen, että ”jos mekin pystymme, tekin pystytte”.

Harhaanjohtava oli sana, joka nousi kerta toisensa jälkeen mieleen esiintyjien puheita kuunnellessa. Puhuttiin autobonuksesta, jolla on mahdollista saada pihatielle komeilemaan uusi, musta Audi, Mersu tai Bemari. On mahdollista saavuttaa taloudellinen riippumattomuus tai olla jopa täysin velaton passiivisten tulojen ansiosta.

Tällä tarkoitettiin verkostomarkkinoinnin ”hienoutta”: kun aluksi saa hankittua tietyn määrän omia asiakkaita ja värvättyä mukaan uusia partnereita, on oma ”alalinja” valmis ja kyseinen jälleenmyyjä voi paukutella henkseleitään ja elellä leveästi alalinjasta nousevien provisiotulojen ja bonusten avulla.

Partnereihin luodaan siis haave mahdollisuudesta vetäytyä pois työelämästä ja elää sitä elämää, josta normaali työläinen voi vain haaveilla.

## "MARKKINOIDEN PARASTA KAHVIA"

**MARKKINOINNIN HARHAANJOHTAVUUDEN LISÄKSI** esitelyssä häiritsi se, miten vähän varsinaiselle tuotteelle eli kahville annettiin painoarvoa. Jossain vaiheessa BPS-koulutusta käytiin läpi erilaisia kahvilaatuja ja keittämiä, niiden ominaisuuksia ja hintoja ja valmistajayritysten taustoja. Näiden osuus koko koulutuksesta oli kuitenkin häviävän pieni.

Esittelijät totesivat vain, että "kukapa ei haluaisi juoda parempaa kahvia kuin ennen". Perusteluksi riitti keksityn kuuloinen tarina erään esittelijän isästä, varsinaisesta kahviasiantuntijasta, joka oli heti maistettuaan vaihtanut edellisen, kalliin espressokeittimensä Zinzinon myymään tuotteeseen. Noin puolessavälissä pidetyn tauon aikana kävin maistamassa erään automaattikeittimen tuottamaa espressoa, joka ei minussa saanut aikaan riemunkiljahduksia tai euforista nautinnon tilaa, jota esittelijät lupailivat.

Ainoa syy, miksi Zinzinon tarjoamat tuotteet ovat ainutlaatuisia, on Zinzinon sopimus Malongo-nimisen valmistajan kanssa. Se takaa heille yksinoikeuden laitteiden myyntiin ja Rombouts-nimisen kahvinvalmistajan kahvin jakeluun kaikissa maissa, missä se toimii.

Toki tuote on siis ainutlaatuinen, mutta käyttämällä hieman Googlea huomaa, että esimerkiksi "Oh Disco"-espressokeittintä myydään Ranskassa hintaan 155 € ja Zinzinolta hintaan 499 €. Huima hintaero ei selity millään alennuksilla tai tulli- ja kuljetusmaksuilla.

## WHY SO SERIOUS?

**LÄHDIN ESITTELYSTÄ HUVITTUNEENA**, mutta miettelään. On toki matemaattinen mahdollisuus, että sekä pyramidin ala- että yläosat yhtäaikaaisesti toteuttavat unelman taloudellisesta riippumattomuudesta, mutta kaikki eivät taida sitä liittymishetkellä ajatella. Virheitä tekevät kyllä oppivat virheistään jos ovat oppiakseen, eikä ole minun asiani puuttua ihmisten huvituksiin.

Ehkä vain otan koko skenaarion liian vakavasti. Ehkä Zinzino tuo Suomeen uudenlaista tuotetta, joka on hintava, koska verkostolle pitää maksaa provisiota. Ehkä partnerit tietävät lähtevänsä mukaan tekemään vain hie- man lisätienestii ja pohjimmiltaan nauttivat tuttavien- sa, puolittutujensa ja uusien ihmisten tapaamisesta kahvin parissa. Ehkä rahan ansaitseminen on kuitenkin kiinni omasta toiminnasta ja tiimin tukemisesta. Kukapa ei unelmoisi jostain paremmasta?

Ja ehkä kuluttaja on älykäs ja päättää lopulta itse haluaako tukea verkostomarkkinointia ja kokeeko saavansa rahoilleen vastinetta Zinzinon tuotelinjasta. Mikäpä siinä, niin kauan kun kaikilla on kivaa.

# Torju huijaus

**VARO**, jos sinua pyydetään mukaan toimintaan, josta saat tuloja rekrytoimalla uusia jäseniä tai sinulle sanotaan tulojesi kasvavan jäsenpohjan laajentuessa.

**VARO**, jos uusia jäseniä pyydetään ostamaan kalliita markkinointi- tai aloituspaketteja, joiden sanotaan takaavan hyvät tulot. Yleensä paketti koostuu lähinnä markkinointiaineistosta, sijoitusmenetelmän kuvauksesta tai muusta informaatiosta, jolla ei ole todennettavissa olevaa arvoa.

**OTA SELVÄÄ** toimintaa markkinoivan tahon taustoista ja vaadi perusteluja markkinointiväitteille. Internetistä tai viranomaisilta saattaa löytää kriittistä tietoa toiminnasta. Positiiviset kokemukset toiminnasta keskustelupalstoilla saattavat olla markkinointijien sinne laittamia.

**VARO**, jos sinulle luvataan varmaa ja nopeaa rikkautumista, vakuutellaan kyseessä olevan laillinen sijoitustoiminta ja vedotaan laveasti, miten se ja se poliisi, lääkäri ym. luotettavassa asemassa oleva henkilö on toiminnassa mukana. Ole kriittinen, jos tarkoitus on markkinoida "ihmetuotteita", joilla on ennennäkemättömiä laihduttavia ominaisuuksia, terveysvaikutuksia jne.

**JOS** tarkoitus on myydä tuotteita, selvitä tarkkaan mitä tuotteet ovat ja paljonko joudut sijoittamaan mennessäsi mukaan, mille kohderyhmälle ne on suunnattu sekä ovatko tuotteet kilpailukykyisesti hinnoiteltuja ja oikeasti houkuttelevia suurelle yleisölle.

**ÄLÄ USKO** vilpittömästi vakuutteluihin ja suosittelijoihin, jotka kertovat miten paljon ovat ansainneet. Vaikka suosittelijana olisi ystävä tai sukulainen, sekään ei ole tae järjestelyn luotettavuudesta – ystävääsikin on saatettu huijata.

**ÄLÄ SUOSTU** liittymään ja maksamaan aloitusmaksua "sijoitusseminaarissa" tai muussa markkinointitilanteessa, jossa sinua painostetaan tekemään päätös vaan vaadi aina harkinta-aikaa.

Lähde: [www.kuluttajavirasto.fi](http://www.kuluttajavirasto.fi)

ALEKSI TUKIAINEN

Kirjoittaja on Skepsis ry:n jäsen ja tekniikan opiskelija Cambridgen yliopistossa.

