



# حقيقة التسويق الشبكي



## التسويق الشبكي خدعة العصر

يدور في وسط الشباب والمجتمع من حين إلى آخر فكرة التسويق الشبكي أو الهرمي ومما اختلفت الأسماء والشركات والمنتجات التي تباعها إلا أنها تدور كلها على نفس المحور وتتعامل بنفس المبدأ. فما هي حقيقة هذا التسويق وهل يوافق شروط التسويق في الشريعة؟ وما هو السر وراء إقبال الشباب على مثل هاته التعاملات.

بسم الله والصلاة والسلام على أشرف خلق الله

## حقيقة التسويق الشبكي

ربي لا تجعل عيني صغيرة لا ترى إلا الدنيا ولا تجعل قلبي ضيق لا يفكر  
إلا بها اجعلني اوسع نظرا وأرقى فكرا أرى الجنة وأعمل لها.

## الفهرس

04	المقدمة	I
05	الحقيقة الأولى الأسعار	II
06	1. الأسلوب الذي يعتمد عليه المسوقون في ستر الأسعار	
06	A. الإيهام بأن التسويق المباشر مرادف للتسويق الشبكي	
06	B. بيع منتجات فريدة وقليلة التداول في السوق	
06	C. البيع بالتقسيط	
06	D. التعامل بالدولار	
07	III. الحقيقة الثانية التسويق الشبكي بين الإفلاس و الإغراء	
07	1. الإغراء	
07	2. طريقة تمكّنك من الحصول على أزيد من مليار خلال سنة	
09	3. إعادة الحساب بدقة	
10	4. الإفلاس	
11	5. السجل التجاري لشركة تعمل في التسويق الشبكي	
12	IV. الحقيقة الثالثة التشبع	
13	1. مقولة في التسويق الشبكي	
14	V. الخاتمة	

## المقدمة

يدور في وسط الشباب والمجتمع من حين إلى آخر فكرة التسويق الشبكي أو الهرمي أو متعدد المستويات أو حتى الشجري و مهما اختلفت الأسماء والشركات والمنتجات التي تبيعها إلا أنها تدور في نفس المحور. فما هي حقيقة هذا التسويق. و هل يوافق شروط البيع في الشريعة. وما هو سر الحقيقي وراء إقبال الشباب على مثل هاته التعاملات.

قبل أن ابدأ في هذا الطرح إن صح التعبير أحب أن أخبركم عن قصتي مع التسويق الشبكي وكيف تعرفت على هذا التسويق. في العام 2012 استألفت قرص صلب من عند أحد الأصدقاء وكان لشركة كيونات. و يتحدث عن التسويق الشبكي وكيفية ربح المال إلا أنني لم أهتم به بكل بساطة لأنني لم أفهم الفكرة جيدا ولم أكن على دراية بوجود الشركة من عدمها في الجزائر. ومرت السنين وعادت الفكرة من جديد من خلال أحد الأصدقاء الذي قال لي عند لقاء به. هل تحب ربح المال؟. هل تحب طريقة جديدة لكسب المال؟. فتشوقت للفكرة وأردت منه أن يخبرني. إلا أنه رفض وقال لي حدد موعدا نلتقي فيه وسأشرح لك الفكرة. وعند لقائي به وطرحه الفكرة علي. والتي كانت في هاته المرة عن شركة تدعى أوباس. تبادرت في نفسي بعض الأسئلة فطلبت منه الإجابة عنها. فأجابني ولا كني لم أقتنع بتلك الإجابة. وهذا ما أد بي إلى البحث والسؤال والذي به توصلت للحقائق التي سأشاركها معك عزيز القارئ.

## الحقيقة الأولى الأسعار:

المنتجات التي تعرضها شركات التسويق الشبكي، هي منتجات واقعية ومجودة بالفعل ومن الشركات من توصل لك المنتج إلى المنزل. أما أسعار هاته المنتجات فإنها تزيد عن سعر السوق بالإضافة إلى أنه من ينضم للعمل في التسويق يدفع مبلغ يسما بحقوق التسجيل وهذا يزيد أيضا في تكلفة المنتج الإجمالية، وعند طرح هذا السؤال على من يؤمن بفكرة التسويق الشبكي. يقولك البيع والشراء عن تراض وهذا صحيح.

كل من يذهب لسوق السيارات القديمة يجد نفس النوع من سيارة، وفي نفس سنة الخروج وبنفس المواصفات، ولكن كل بائع يطلب سعر خاص به وطبعا في حدود المعقول وهذا جائز. ولو أردت شراء جهاز إلكتروني مثلا كمبيوتر محمول. في مدينتك يباع مثلا ب 50000,00 دج وفي مدينة مغايرة يباع ب 45000,00 دج. وأنت تشتري الجهاز من مدينتك بسعر 50000,00 دج عوض أن تنتقل لشرائه من مكان أبعد. لربح الوقت و لتقليل تكاليف التنقل ولسهولة إعادة الجهاز لصاحبه إن كان فيه عطب وهذا كذلك جائز.

لو عرض على أي شخص عاقل منتج، وليكن جهاز كمبيوتر محمول، هذا المنتج مصنع من نفس الشركة ويحتوي على نفس المواصفات ونفس الخصائص. أحدهم يبيع المنتج بسعر 45000,00 دج والآخر يبيع المنتج بسعر 50000,00 دج. كل إنسان عاقل حتى ولو كان طفل صغير سيختار المنتج الأرخص بالطبع. فكل الشركات تتنافس في جودة المنتج وسعره. والكثير من الناس يرجح السعر أو يختار السعر الأرخص وليس المنتج الأعلى جودة. فلماذا يختار بعض الناس التسويق الشبكي و أسعاره تزيد عن سعر السوق. هل لأنهم حمقى؟، أو لأن شركة التسويق الشبكي قريبة من المنزل؟، أو لأن أحد الأقارب يعمل بها؟. بطبع لا. تشتري بسعر أعلى قصدا وطمعا في الحصول على الأرباح والفوائد التي يغرونك بالحصول عليها بعد التسجيل. تفضل أن تزيد قليل من المال لتحصل على مال أكبر. إذا أنت تدفع القليل من المال للحصول على مال أكثر.

## التسويق الشبكي التسويق العادي



وإذا لم تصدق ما أقول فلك المثال التالي، كل واحد منا يذهب لسوق الخضار و الفواكه، نفرض أنك أردت شراء الطماطم. تدخل السوق وتبدأ تبحث بعناية عن شيئين اثنين هما. جودة الطماطم و سعرها. ستجد ثلاث أنواع من الطماطم يقابلها ثلاث خيارات.

1. طماطم ذات جودة عالية وسعر مرتفع.
2. طماطم ذات جودة متوسطة وسعر متوسط.
3. طماطم ذات جودة رديئة وسعر منخفض.

الأغلبية من الناس ستختار الخيار الثاني، حتى الأغنياء. و الفرق لن يتجاوز ربما 20,00 دج. فالمشتري يهتم بشدة بسعر المنتج. و عند شرائه من السوق تجده يطلب و يترجى من البائع أن يخفض له بعض الشيء في سعر المنتج. فكيف يأتي شخص يقول لك أبيعك منتج مهما كان هذا المنتج (هاتف، كمبيوتر، ساعات) سعره في السوق 40000,00 دج بسعر 43000,00 دج وتزيد تسجل بمبلغ 5000,00 دج أي الإجمالي هو 48000,00 دج وتقبل هاته الشروط وتقول البيع والشراء عن تراض.

استكثرت 20,00 دج ولم تستكثر 8000,00 دج. صارح نفسك ما هي النية الحقيقية التي دفعتك للشراء وللاضمام للتسويق الشبكي؟. ولما كانت الأحكام تبنى على المقاصد والمعاني لا على الألفاظ و المباني. فأنت تدفع المال الزائد مقابل الإغراءات المالية التي يعدوك بها. فأنت تدفع القليل من المال للحصول على مال أكبر. إذا أين هو الفرق بين التسويق الشبكي و الهرمي. أليست السلعة مجرد ستار؟.

الحجة الدامغة بان هذه التعاملات انما هي سراب وتغيير بالناس السؤال الاول الذي يطرح عليك هو هل تود ربح المال بدون عناء وبسرعة وليس هل تريد شراء منتج فانضمامك هدفه ربح المال وليس شراء المنتج.

### الأسلوب الذي يعتمد عليه المسوقون في ستر الأسعار:

المسوقون لا يتحدثون كثيرا عن المنتجات و سعرها. فهذهم الأساسى هو انضمام الزبون للتسويق وليس بيع منتج محدد. وحتى يخلطوا أفكار الزبون ويشنتوها. تجدهم يعتمدون على خطط محكمة ومدروسة بكل دقة. و التي توصلنا لها خلال الأبحاث التي قمنا بها. فشركات التسويق الشبكي تعتمد على أربعة خطط التي سنطرق لكل واحة منهم على حدى.

**الإيهام بأن التسويق المباشر مرادف للتسويق الشبكي:** المسوقون دائما يبينون ويشرحون التسويق المباشر. التسويق المباشر يعتمد على إيصال المنتج من الشركة المصنعة للمستهلك مباشرة عن طريق شركة للتسويق المباشر. والمنتج يصل للمستهلك بسعر أقل من سعر السوق.

التسويق الشبكي ليس مرادف للتسويق المباشر بل التسويق الشبكي فرع من فروع التسويق المباشر وهو يقوم على الاساس **اشترى لتسوق, فقد تبيع.** بما أن التسويق الشبكي هو من بين طرق التسويق المباشر فمن المفروض أن تكون أسعار هذا التسويق أقل من سعر السوق. لكن عند حضوري لمحاضرة في التسويق الشبكي قال المحاضر أن سعر المنتج يزيد قليلا عن سعر السوق. المحاضر يشرح لك التسويق المباشر لمدة ساعة أو ساعتين ثم يقول لك سعر منتجاتنا أعلى من السوق. أليس هناك تناقض في كلام المحاضر او في نظرية التسويق الشبكي ككل.

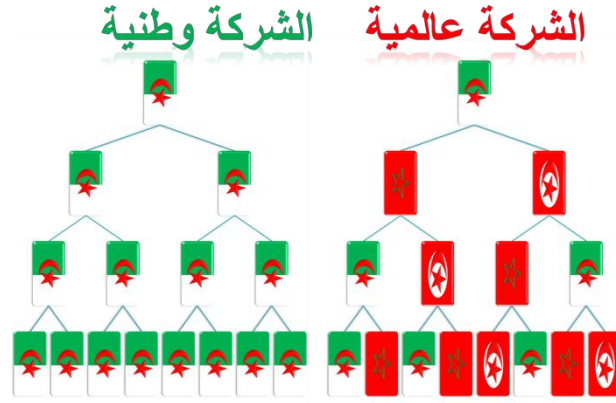
**بيع منتجات فريدة وقليلة التداول في السوق:** فهناك من تبيع ساعات سويسرية قليلة التداول في السوق. و منها من تبيعك قرص تدريبي (تعليمي). و منها من تبيعك شيء سحري مثل قلادة الطاقة التي بمجرد ارتدائها تمنحك قوى خارقة وتشفيك من جل الأمراض التي عجز عنها الطب الحديث. و الهدف الأساسي من كل هذا هو عدم وجد المنتج في السوق. لذا يصعب على الزبائن مقارنة الأسعار بالمنتجات الموجودة في السوق.

**البيع بالتقسيم:** تبيع شركات التسويق الشبكي منتجاتها عن طريق التقسيط حسب الخطة التالية. الزبون يدفع جزء من تكلفة المنتج فقط. ومن يحضرهم يكملون المبلغ الناقص. فلا يهتم الزبون بسعر المنتج. فهو يدفع حوالي 20% من قيمة المنتج فقط. والحقيقة أن الطبقات الدنيا هي التي تدفع كل المبلغ.

**جعل أسعار المنتجات بالدولار:** لكي يصعب على الزبائن مقارنة سعر السلع مع السوق يجعلون التعاملات في التسويق الشبكي بالدولار. و تراهم يقولون لك بما أنها شركة عالمية فمن المنطقي أن نجعل الأسعار بالدولار حتى يعرف الكل سعر المنتج بسهولة. ما هو رأيك حول إجابتهم؟.

ينصحوننا بأن نختار شركة عالمية في التسويق الشبكي إذا أردنا الانضمام لإحداها. و يقولون لنا حتى ولو توقفت الشركة في بلد ما لسبب ما مثل الحروب. فإن الشركة ستستمر في العمل في الدول الأخرى ويستمر الزبون في التسويق وفي الحصول على الفوائد. أليس هذا جيد في رأيك؟. فلما أنا أشك في هذا التسويق.

حتى يكسبوننا ثقة أكبر في شركة التسويق الشبكي, يقولون لنا شركة التسويق الشبكي (كسكاس في الجزائر) مستقلة تماما عن شركة التسويق الشبكي (كسكاس في تونس). ولها مقرها الخاص في الجزائر. وهي مكونة من فريق عمل جزائري. ما هذا التناقض الحاصل في التسويق الشبكي؟. أنا لم أعد أفهم. هل هي شركة عالمية. أم شركة وطنية؟.



لو كانت حقا شركة عالمية. أنا تعرفت على شخص يسكن في تونس عن طريق الفاسيوك وأقنعتة بالفكرة. فكيف يمكنه أن يسجل معي؟. إذا سجل في تونس فلن يكون في شبكتي و لن أتحصل على الفوائد والأرباح. بكل بساطة لأن شركة كسكاس في تونس مستقلة عن شركة كسكاس في الجزائر. وإن سجل عن طريق الأنترنت في الجزائر فهي ليست شركة عالمية. فكيف يدفع المال وكيف يتحصل على منتوجه. ما هذا التناقض الذي يحتويه التسويق الشبكي.

### الحقيقة الثانية التسويق الشبكي بين الإفلاس والإغراء:

#### مدى الإغراء في التسويق الشبكي:

إذا كنت قد حظرت محاضرة في التسويق الشبكي، شاهدة فيديو، قرأت كتاب أو حتى تصفحت موقع يتحدث عن التسويق الشبكي. فلا بد أن يكون مر عليك المثال الذي سنذكره. لكن مرور الكرام هل تود قراءة المثال مرة أخرى وبطريقة أخرى؟. أكد لك أنك ستجد هنالك جديد. مر من بين يديك 10000000 دولار في المرة الأخيرة التي عرض عليك هذا المثال ولم تنتبه، ركز معي حتى النهاية كي لا تفوت الفرصة مرة ثانية.

#### طريقة تمكنك من الحصول على أزيد من مليار خلال سنة:

التسويق الشبكي هي الطريقة التي توصلك للحرية المالية في أقصر مدة وبدون مخاطرة وبمبلغ مالي زهيد حوالي 150 دولار، لا تخشى من الانضمام إلينا. فالخطوة الأولى هي الأهم، هل تخشى من إيجاد الزبائن؟. الأمر أسهل مما تتخيل. ما عليك إلا أن تقنع شخصين على الأقل وتبدأ الشبكة تتوسع دون أن تبذل أنت جهدا كبيرا. سنقوم بحساب المبلغ الذي يمكنك التحصيل عليه خلال سنة.

قبل أن نبدأ سأطرح عليك سؤال، أرجوا منك أن تجيب بكل صراحة وبدون مبالغة. كم إنسان تعرفه في حياتك؟.

إذا كنت لا تعرف أي إنسان أو تعرف شخص واحد فقط فلا تكمل القراءة. و اذهب وابحث عن الهايش مايش. أما إذا كنت تعرف شخصين فأنت إنسان محضوض. وأنت في المكان المناسب. والأهم أنه يمكنك الانضمام للتسويق الشبكي.

إذا في أسوأ الأحوال أنت تعرف شخصين. وبما أن لديك الكثير من الأعمال ولضيق الوقت ولتكاسلك أحيانا. و الأهم من ذلك أنك لست ممن يجيد الإقناع. تأخذ شهر كامل حتى تقنعهما بفكرة التسويق الشبكي. وعلى حسب المثال القائل "ما يتزاوجوا حتى يتشابهوا". يأخذ كل واحد ممن أحضرته شهر حتى يقنع شخصين. إذا سيصبح في شبكتك 6 أفراد في الشهر الثالث. أنت أحضرت اثنين وكل واحد منهما أحضر اثنين. وتستمر الشبكة في النمو والتوسع بنفس الطريقة.

خلال سنة من انضمامك لتسويق الشبكي يكون مجموع من سجل في شبكتك 4094 مشترك. وحسب الصنف الذي سجلت فيه وحسب الفائدة التي تمنحها الشركة ستحصل على مبلغ إجمالي قدره \*\*\*\*\*\$. قبل أن أخبرك لا حظ الصورة التالية تبين الأرباح لأحد الشركات لزبون خلال سنة من انضمامه إليها.

المرحلة	مبيعات اليمين	مبيعات اليسار	الخطوة	العمولة بدج	مجموع العمولات بدج
1	1	1	عمولة تشجيعية	2.400	2.400
2	2	2	0	0	2.400
3	4	4	2	4.800	7.200
4	8	8	2	4.800	12.000
5	16	16	6	14.400	26.400
6	32	32	10	24.000	50.400
7	64	64	22	52.800	103.200
8	128	128	42	100.800	204.000
9	256	256	86	206.400	410.400
10	512	512	170	408.000	818.400
11	1024	1024	342	820.800	1,639,200
12	2048	2048	682	1,636.800	<u>3,276.000</u>

#### احتمالات الدخل لزبون خلال سنة

العمل لمدة سنة في هاته الشركة في أسوأ الأحوال ستحصل 3276000,00دج. أنا أعرف شركة تمنحك 3300,00دج عن كل شخص سجل في شبكتك. تسجيلات مباشرة وغير مباشرة بالطبع فهذا هو سر التسويق الشبكي. هل تحب معرفة اسم الشركة. تابع القراءة وسأخبرك. اسمها كسكاس للتسويق الشبكي. لا تخبر أي شخص بها، أتركها سر بيني وبينك.

إذا خلال سنة من انضمامك لشركة كسكاس ستحصل على 4094\*3300,00 وبما أنك ستصبح من الأثرياء وتملك الكثير من المال فلا داعي بترك القليل من المال، وحتى تكون الحسابات سهلت سنضع 3000.00\*4000=12000000,00دج. بالعربية مليار و مئتين مليون.

هذا هو المثال الذي ربما سمعت به وإن لم تكن مررت به من قبل فابحث وستجد صحة ما أقول. وتعتمد عليه كل شركات التسويق الشبكي. هل تعبت من القراءة ولم تجد جديد في المثال، هل تود إغلاق الصفحة. اصبر قليلا ولا تتسرع فنحن لم نبدأ، مر من بين يديك 10 ملايين دولار للمرة الثانية ولم تتفطن. هل تود أن تكمل معي حتى تجد المبلغ الضائع؟. وتعرف أين ضاع منك هيا بنا على بركة الله.



## إعادة الحساب بدقة :

إليك الجدول التالي تمعنه جيدا.

عدد المشاركين	عدد الطبقات	الفائدة كل شهر	الفائدة المدفوعة
1	1	-	-
2	2	660 000	-
4	3	1 320 000	-
8	4	2 640 000	4 620 000
16	5	5 280 000	5 280 000
32	6	10 560 000	10 560 000
64	7	21 120 000	16 500 000
128	8	42 240 000	16 500 000
256	9	84 480 000	16 500 000
512	10	168 960 000	16 500 000
1 024	11	337 920 000	16 500 000
2 048	12	675 840 000	16 500 000
مجموع المشاركين	النسبة	مجموع الفائدة خلال سنة	مجموع الفائدة المدفوعة
4 094	330 000	1 351 020 000	119 460 000

### جدول يبين الحسابات بالطريقة الصحيحة

سنشرح الجدول بعض الشيء حتى تفهمه جيدا. سنبدأ من اليمين إلى اليسار.

عدد المشاركين: هم الأشخاص الذين سجلوا في التسويق الشبكي من خلالك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة, في مدة سنة سيكون مجموعهم 4094 مشترك.

الطبقات: تسجل أنت في الطبقة الأولى. الطبقة الثانية يسجل فيها شخصين الطبقة الثالثة يسجل فيها أربعة أشخاص. وهكذا تستمر الطبقات. وكل طبقة جديدة تحتوي على مشاركين أكبر.

الفائدة كل شهر: هي الفائدة التي تدخل في حسابك كل شهر. في الشهر الأول تشترك أنت إذا لا تتحصل على أرباح. في الشهر الثاني تسجل شخصين تتحصل على فائدة قدرها 3300,00 دج عن كل فرد على كلاهما تتحصل على 6600,00 دج. في الشهر الثالث تتحصل 13200,00 دج وبنفس الطريقة تستمر الحسابات. مجموع الأموال التي تكون دخلت حسابك وليس جيبك خلال سنة هي 13510200,00 دج.

### هل تحب أن تعرف المبلغ الحقيقي الذي يدخل جيبك خلال سنة؟.

في الشهر الاول تسجل أنت إذا لا تتحصل على ايت فائدة. في الشهر الثاني يكون لك عميلان اي في رصيدك 6600,00 دج لا تحصل على شيء لأن المبلغ أقل من الحد الأدنى لشراء منتج. الشهر الثالث لا تحصل على شيء لنفس العلة.

في الشهر الرابع يكون مجموع عملائك 14 عميل المبلغ الإجمالي في حسابك هو 46200,00 دج. هذا المبلغ أكبر من الحد الأدنى للشراء. هنيئا لك لقد بدأت تثمر شجرتك. وستبدأ أرباحك في الزيادة وستبدأ تتحصل على اموال أكثر كل شهر. حتى تصل للشهر السابع يصبح في رصيدك 211200,00 دج. وبما أنك تجاوزت الحد الأقصى للأموال التي يمكنك الحصول عليها والمقدر ب 165000 دج في الصنف **pro**. فستحصل على 165000 دج فقط. وفي كل شهر من الشهور القادمة سوف تتحصل على الحد الأقصى فقط مهما بلغ المبلغ في حسابك. إذا مجموع ما سوف تتحصل عليه خلال سنة هو 1194600 دج. وليس 13510200 دج.

باللغة العربية الفصيحة أغرونا وأوهومونا أننا سنتحصل على مليار وثلاث مئة مليون. ونحن في الحقيقة لن نتحصل إلا على مئة مليون. أتدرك نسبة الأرباح الحقيقية التي تعطى من الأرباح التي يشهر لها. النسبة هي أقل من 10 بالمئة. فلوا لنا في أسوأ الأحوال سنتحصل على أزيد من مليار خلال سنة. الحقيقة الثانية التي فاتتك أنه في أحسن الأحوال نتحصل على مئة مليون. تطرح السؤال لماذا في أحسن الأحوال؟.

فظرية تساوي اليمين واليسار. تزيد تحد وتنقص من المبلغ الذي من الممكن أن نتحصل عليه خلال سنة من انضمامك للتسويق. ومن خلال كل هذا يتبين الأسلوب و المنهج الذي يعتمد عليه المسوقون الشبكيون وكل شركات التسويق الشبكي التي تعتمد على هذا المثال. والمتمثل في الكذب والدعاية المغرية. مع علمهم اليقين بأنهم لو منحوا الفوائد كما يشهرون لها لأفلست الشركة. وهذا ما سنتطرق إليه في المقال الآتي إنشاء الله.

الإفلاس:

تمعن الجدول التالي فهو يشبه الجدول الذي قبله لكن في هاته المرة تكون الحسابات عامة وتشمل جميع الزبائن.

عدد الطبقات	عدد المشاركين	مجموع المشاركين	تكلفة المنتج لطبقة جديدة	تكلفة الإجمالية	النسبة	الفائدة لطبقة جديدة	الفائدة الإجمالية	سعر المنتج - الأرباح
1	1	1	4 400 000	4 400 000	330000	-	-	4 400 000
2	2	3	8 800 000	13 200 000		660 000	660 000	12 540 000
3	4	7	17 600 000	30 800 000		2 640 000	3 300 000	27 500 000
4	8	15	35 200 000	66 000 000		7 920 000	11 220 000	54 780 000
5	16	31	70 400 000	136 400 000		21 120 000	32 340 000	104 060 000
6	32	63	140 800 000	277 200 000		52 800 000	85 140 000	192 060 000
7	64	127	281 600 000	558 800 000		126 720 000	211 860 000	346 940 000
8	128	255	563 200 000	1 122 000 000		295 680 000	507 540 000	614 460 000
9	256	511	1 126 400 000	2 248 400 000		675 840 000	1 183 380 000	1 065 020 000
10	512	1 023	2 252 800 000	4 501 200 000		1 520 640 000	2 704 020 000	1 797 180 000
11	1 024	2 047	4 505 600 000	9 006 800 000		3 379 200 000	6 083 220 000	2 923 580 000
12	2 048	4 095	9 011 200 000	18 018 000 000		7 434 240 000	13 517 460 000	4 500 540 000
13	4 096	8 191	18 022 400 000	36 040 400 000		16 220 160 000	29 737 620 000	6 302 780 000
14	8 192	16 383	36 044 800 000	72 085 200 000		35 143 680 000	64 881 300 000	7 203 900 000
15	16 384	32 767	72 089 600 000	144 174 800 000		75 694 080 000	140 575 380 000	3 599 420 000
16	32 768	65 535	144 179 200 000	288 354 000 000		162 201 600 000	302 776 980 000	- 14 422 980 000

#### جدول حسابات لحركة الأموال في التسويق الشبكي

قلنا أن التسويق الشبكي يشكل مثلث يبدأ بالتشكل من الرأس إلى القاعدة. فالشبكة تبدأ بمشاركة واحد يسجل في الطبقة الأولى ثم يحضر مشاركين يسجلان في الطبقة الثانية. والطبقة الثالثة تحتوي على 4 أفراد.

أما بالنسبة لمجموع المشاركين في الشبكة: فأضن أن الأمر واضح الطبقة الأولى سجل فيها مشاركا واحد، إذا مجموع المشاركين هو واحد. أحضر هذا المشارك مشاركين جدد. إذا مجموع المشاركين في الشبكة هو ثلاثة.

الحد الأدنى للشراء الذي تفرضه الشركة في الصنف **pro** هو 44000,00 دج. المشترك الأول يشتري منتج بتكلفة 44000,00 دج. التكلفة الإجمالية التي نتحصل عليها الشركة هي 44000,00 دج. وبما أن المشترك هو الأول الذي انضم للشركة فلا يتحصل على أية فائدة. مجموع الفوائد التي دفعتها الشركة هي لا شيء. **التكلفة الإجمالية - الفائدة الإجمالية** يعطينا المبلغ الصافي الذي نتحصل عليه شركة التسويق الشبكي.

المشارك الأول يحضر مشتركين. كل واحد منها يشتري منتج بقيمة 44000,00 دج. المبلغ الذي يزداد في رصيد الشركة هو 88000,00 دج. مجموع ما بعته الشركة إلى حد الآن هو ثلاثة منتجات إذا التكلفة الإجمالية هي 132000,00 دج. المشترك الأول يتحصل على فائدة قدرها 3300,00 دج \* 2 = 6600,00 دج. المبلغ الصافي إذا في رصيد الشركة في هاته المرحلة هو 1254000,00 دج. وبنفس الطريقة تستمر العملية. الشركة تبيع المزيد من المنتجات للزبائن الجدد وتعطي الفوائد لكل المشاركين. معدى الطبقة الأخيرة.

و من خلال الجدول نلاحظ عند بلوغ المشتركين 65535 مشترك يصبح مجموع الأرباح التي تدفعها الشركة يفوق إجمالي عائداتها. وهذا يؤدي بالشركة للإفلاس. ولهذا تعتمد شركات التسويق الشبكي على بعض الخطط. للحد من الفوائد التي يتحصل عليها الزبائن. وضمان عدم إفلاس الشركة. مثل الحد الأقصى للعمولات التي يمكن للمشارك الحصول عليها و إلزام تساوي اليمين واليسار للحصول على الفوائد.

خلاصة الأمر أن شركات التسويق الشبكي، تبين مدى الأرباح التي يمكن للزبون الحصول عليها بطريقة مغرية و مخادعة. لتقنع أكبر عدد من الناس بالانضمام للتسويق. و بضربهم لهذا المثال يضعون أنفسهم في مكان لا يحسدون عليه. إما أن تقلس الشركة أو تصبح وعودهم كاذبة.

ما هو رأس مال شركة التسويق الشبكي: وما الذي يضمن أنها حقا تشتري سلعا من الشركة المصنعة وليس من وادو شايق؟.

وجدت شركة للتسويق الشبكي **ديزاد هات برك**. تعرض سجلها التجاري في الأنترنت. وما جلب اهتمامي هو رأس مال الشركة الذي هو 100000,00 دج. هذا المبلغ بالكاد يكفي لشراء جهاز أو جهازين من الهواتف المحمولة الذكية. فكيف تتعامل هاته الشركة مباشرة مع الشركات العالمية. حسبوها لعبة. المستوردين يتعاملون بالملاير و هذا يملك بضعة دنانير و يقول أنا أملك شركة عالمية.

<p>الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التجارة المركز الوطني للسجل التجاري</p>	
<p>مستخرج السجل التجاري <b>قييد</b> شخص معنوي</p>	
<p>رقم التسجيل: 13 ب 0283449 - 00 تاريخ التسجيل في السجل التجاري: 2013/08/07</p>	
<p>الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التجارة المركز الوطني للسجل التجاري</p>	
<p>مستخرج السجل التجاري رقم التسجيل: 9034121</p>	
<p>عنوان الشركة أو تسميتها: ..... دن.م.م. أمسوق. الفذكي. المحترق.</p>	
<p>الشكل القانوني: ..... شركة ذات المسؤولية المحدودة.</p>	
<p>عنوان مقر الشركة: ..... ص. 168/78 مسكن. عصابة س/1 رقم 04 بلدية الحيزور.</p>	
<p>ولاية التواجد: ..... الجوزة.</p>	
<p>مبلغ رأسمال الشركة: ..... 100.000,00 د.ج.</p>	
<p>تاريخ بداية النشاط: ..... 2013/08/07</p>	

### السجل التجاري لأحد شركات التسويق الشبكي

## الحقيقة الثالثة التشبع:

الشبح الذي يسمى بالتشبع هو الذي يؤدي بشركة التسويق الشبكي إلى غلق أبوابها. كلما زادت شهرة شركة التسويق الشبكي زادت صعوبة إيجاد من ينضم إليها حتى تصبح في حالة ركود. فلا تجد من ينضم إليها لأن الكل وقع في شباكها. ومن وقع في الشبكة أصبح عنكبوت يبحث عن شخص آخر يوقعه في الشبكة ليلتهمه.

بدأت شركة للتسويق الشبكي بالعمل في أحد المدن فرضاً. وبما أنها تعطي أرباح وأموال طائلة لمن يشترك فيها. فستشهر بسرعة فائقة. ويبدأ الكل في التسجيل. بعد مرور سنة وصلك الخبر متأخراً. سجلت في الشركة وبدأت بالعمل. بالأحرى بدأت تبحث عن من يسجل أسفل منك. و بما أن الأمر جيد و مريح فستبدأ بأفراد العائلة. تسجل أباك، أمك و أختك. ثم تخرج تبحث عن أشخاص جدد. بالطبع ستبدأ بالجيران. و لسوء حظك وصلك الخبر متأخراً فكل من تخبره عن الفكرة يقول لك إنني على دراية بالفكرة وقد سجلت منذ شهور. لا تياس مع أنك لا تعرف الكثير من الناس في المدن الأخرى. فلا بأس بالمحاولة فلن تخسر شيئاً. تذهب لمدينة أخرى وتخبر أحد الأصدقاء أو المعارف. فيقول لك أين تعيش أنت في المريخ؟. في مدينتنا نحن على علم بهته الفكرة منذ سنة و الكل سجل في التسويق الشبكي. و لسوء حظك ستعود للمنزل وتنتظر حتى يصبح أخوك الأصغر عمره 18 سنة وتسجله في شبكتك. و إن كنت أنت الصغير. فالطريق طويل ولا أريد أن أطيل عليك أكثر.



التشبع في التسويق الشبكي

**إجابة المسوقين:** عند طرح هذا السؤال أو هاته الفكرة على المسوقين و من يؤمن بفكرة التسويق الشبكي يرد عليك بالإجابة التالية: كم شخص يصبح عمره 18 سنة في السنة الواحدة؟.

هناك دراسة نوعية تقول أن عدد المواليد الجدد علي مستوي العالم حوالي 700,000 طفل يومياً، أي بعد 18 سنة سوف يصبح لهم الحق في الدخول صناعة التسويق الشبكي وشراء المنتج.

هل سبق وسمعنا بأنه لا يوجد الصف الثالث الثانوي في أحد المدارس فهذا لا يعقل، ولم يسبق وسمعنا بأن مدرسة قامت بالإغلاق لعدم وجود طلاب في الصف الثالث الثانوي.

## الرد على المسوقين:

كلما اشتهرت شركة التسويق الشبكي وزادت معرفتها من قبل الناس، سيصبح كل من يبلغ 18 سنة يشارك تحت مظلة العائلة (اخ، اخت، ابن) فقط لأن الكل على دراية بمشروع التسويق الشبكي فمن غير المنطقي أن يترك شجرة العائلة ويسجل في فرع آخر، وحقا كل سنة هناك قسم الثالثة ثانوي وكل سنة هناك زيادة في عدد الاقسام لكن التلاميذ ليسوا من النفس العائلة في كل سنة.

فكم سينتظر المشاركون الجدد ليكون لهم عملاء؟. إذا لم يستطع المشاركون الجدد إيجاد من ينظم إليهم فإن الطبقات العليا تتوقف عن أخض الأرباح. حتى تصبح عجلة التسويق الشبكي تسير بسير السلاحف أو سير الحلزون وربما أبطئ.

## مقولة في التسويق الشبكي:

"سوف تخسر الكثير إذا تأخر انضمامك إلينا بيوم واحد، كلما انتظرت أكثر كلما خسرت أكثر، ابدأ الآن." هذا هو الشعار الذي تستعمله كل الشركات لتقنع الزبائن بأن يصبحوا عناكب في أقرب وقت. وهذا صحيح 100 بالمئة. فالهرم عبارة عن رأس وقاعدة. فكلما كنت في الرأس أخذت أموال و فوائد أكبر. وكلما كنت في القاعدة تعرضت للخسارة. فالشركة معرضة للإفلاس والتشبع. و الحقيقة أن القاعدة هي التي تدفع الفوائد لكل الطبقات العليا. والعناكب الكبيرة تتحصل على أغلب الأموال و الفوائد. حسب القوانين التي تستعملها للحد من ربح العناكب الصغيرة.

يقولون أن السن الواجب لتدخل في التسويق هو 18 سنة لكي لا يتقطن الناس لإمكانية التشبع. ثم تجدهم يقولون ربحانة تبلغ 17 سنة وهي تعمل في الشركة منذ عام ولقد حققت أرباح طائلة. مع أنها طفلة صغيرة؟. هل ربحانة مثال عن التفوق والنجاح. أم مثال عن الكذب و التناقض.

شركة كسكاس الجزائرية تحتوي على 25 ألف مشترك. وأنا أعرف صديقان لي انضموا للتسويق في الشركة منذ حوالي ستة أشهر. وكلاهما لم يسجلوا سوى 18 شخص. هل صديقايا كسولان لهذا الحد؟. واحد من هم تحصل على جهاز كمبيوتر محمول والثاني لم يتحصل على شيء. 25 ألف إنسان يعلم بالفكرة ولم تجد من يسجل معك؟. وإذا كانوا 25 مليون مشترك. هل ستنظر ستة سنوات لكي تجد من يسجل معك؟. أين هي الفوائد التي تقدر بالمليار التي يعدونكم بها. تعطى لكم عند التقاعد؟. لو دعوت حيا لستجاب لكن لا حياة لمن تنادي.

## الخاتمة:

ليست كل خطط التسويق متعدد المستويات مشروعة، فمن الأفضل عدم التورط فيها. حيث تتركز الأموال في المقام الأول أي الأغلبية الساحقة من الأموال تعود للشركة وللطبقات الأولى. و لكن إذا أردت أن تشتري في إحداها أنصحك بما يلي:

قم بالبحث والدراسة المعمقة حول التسويق الشبكي. فالكثير ممن يعملون في هذا التسويق لم يبحثوا ولم يسألوا عن حقيقته. وإنما انجروا وراء الأموال المغرية التي يعدوهم بها. لذلك لا تتسرع و خذ وقتك و فكر جيدا ما إذا كانت هذه الخطة تناسبك.

تعرف على المنتجات التي يعرضونها، ابحث عن سعرها في السوق. اسأل عن رأس مال الشركة وهل هي حقاً تعمل في التسويق المباشر. افهم جيدا القيود والشروط التي تحد من أرباحك. تحدث مع موزعين آخرين (حذار من الزبائن المزيفين). اسألهم عن المدة التي قضوها في الشركة. وهل وصلوا للأرباح كما يشهر لها.

اطرح الأسئلة التي تدور في ذهنك ولا تتقبل الإجابة بكل سذاجة. أغلبية الأسئلة المتداولة حول التسويق الشبكي يضع المسوقون لها إجابات مبنية على الحيلة والمراوغة فكن كئيب فطن عند سماع الإجابة ولا تتقبلها بكل بساطة.

يطرح هذا السؤال في ملتقيات التسويق الشبكي. ماهي نية من أحظرك لتشتري في التسويق الشبكي؟

**ليست المشكلة أن تخطئ المشكلة أن تستمر في الخطأ وأنت تدري بأنك على خطأ. فإن رأيت أنني على خطأ فأخبرني حتى لا أستمر في خطئي. إن أصبت فمن الله وإن أخطئت فمن نفسي ومن الشيطان.**