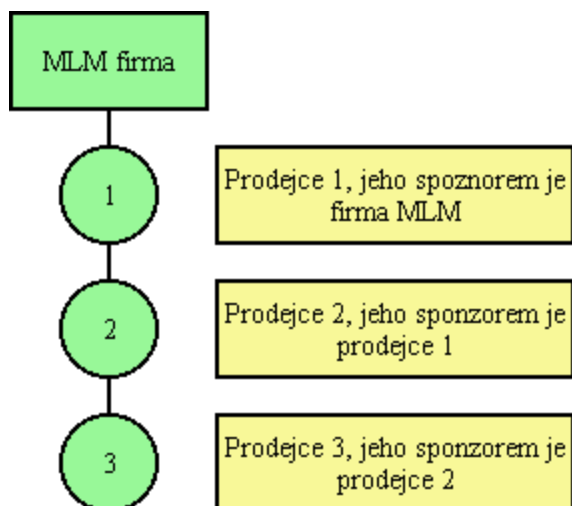
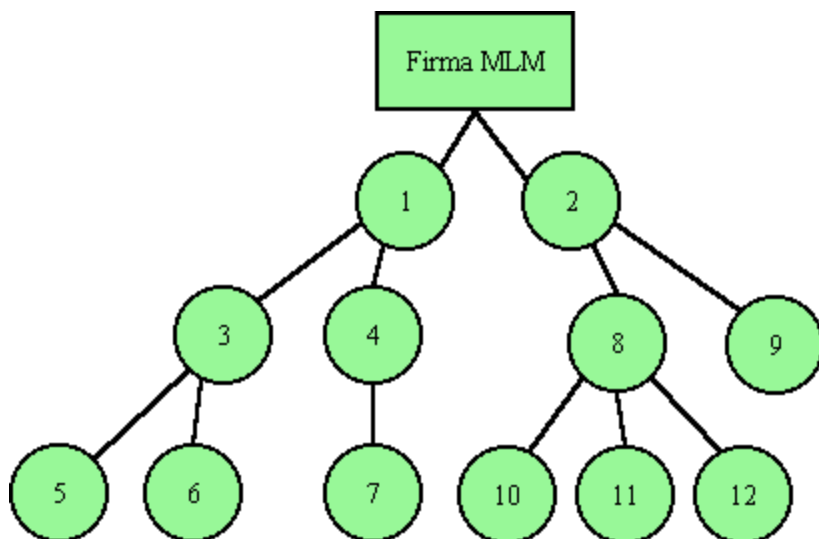


Základní provize v systému MLM ZetClub

Každý prodejce může pod sebou zaregistrovat dalšího prodejce, ten zas dalšího atd. Každý prodejce, tedy může být buď zaregistrován přímo pod firmou, nebo má nad sebou nejméně jednoho dalšího prodejce, kterému v tom případě říkáme sponzor. Pro každého prodejce se tak vytvoří linie jeho sponzorů.

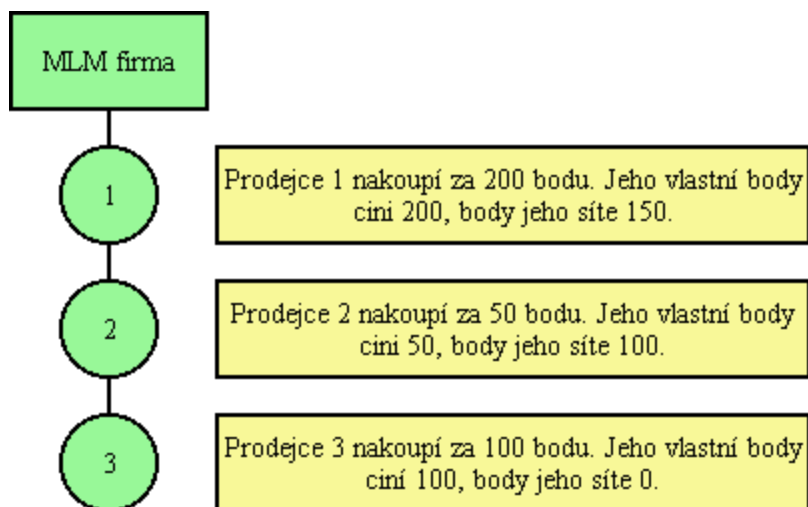


Ve skutečnosti může každý prodejce pod sebou zaregistrovat více prodejců (libovolný počet), pro něž se stává sponzorem. Vzniká tak hierarchická síť prodejců. Každý prodejce v síti je označen vlastním číslem (číslíce na jedno až sedm míst). Pozice každého prodejce v síti je tak jednoznačně určena jeho číslem a číslem jeho sponzora. Každý může mít jen jednoho přímého sponzora. Síť pak může vypadat třeba takto:



Za nákup produktů od MLM firmy dostávají prodejci body. Tyto body se v rámci měsíce načítají jako vlastní prodej prodejce. Současně se však všem jeho sponzorům načtou tyto body jako body jejich sítě. Body se načítají za produkty, které prodejce nakoupí od MLM firmy. Tyto produkty jsou samozřejmě určeny k dalšímu prodeji. Body za ně však prodejce získá v okamžiku, kdy on produkt nakoupí a je

jedno, kdy jej sám prodá konečnému spotřebiteli, zda je to v témže období, nebo kdykoli později, nebo si může prodejce i produkt ponechat pro vlastní potřebu. Následující obrázek ukazuje příklad načítání bodů do sítě.



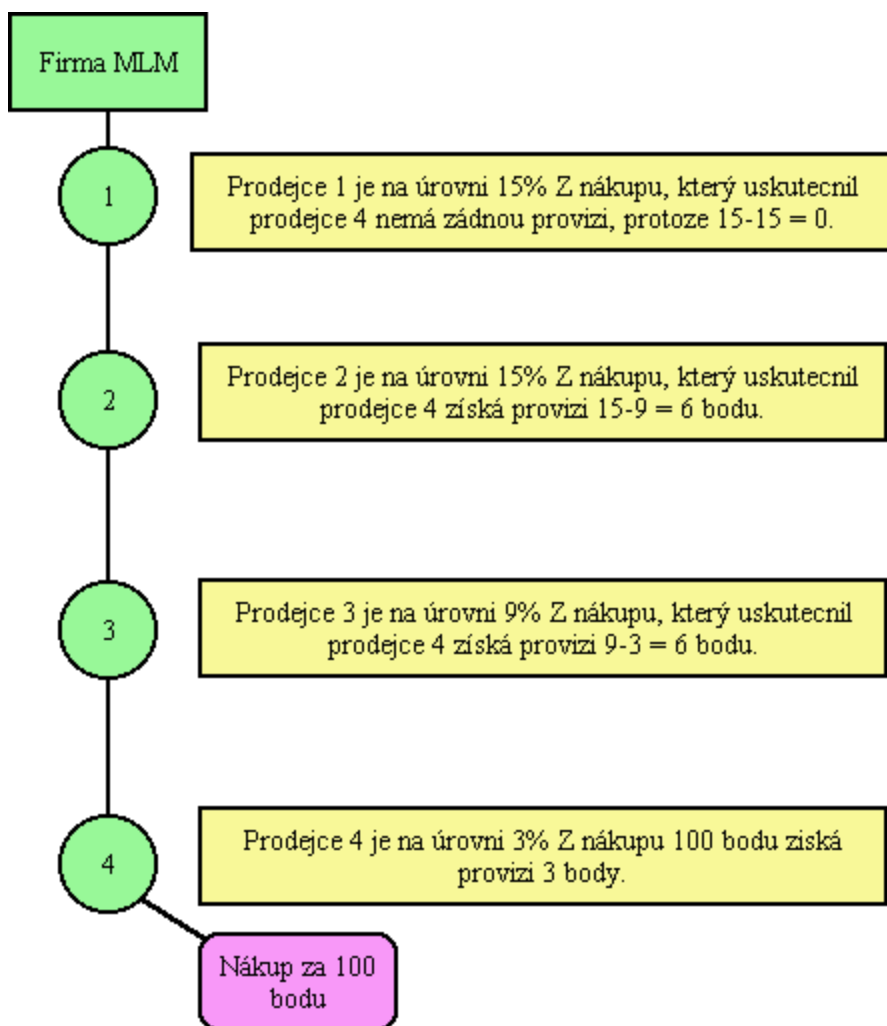
Podle dosažené bodové hodnoty prodejce (součet vlastních bodů a bodů sítě) je každému prodejci přiřazena jednoznačná procentní úroveň (procentní úroveň může být označena i názvem). Zde je ukázka takové bodové tabulky.

Bodová hodnota	Procenta
0-999	0%
1000-2499	3%
2500-4999	6%
5000-7999	9%
8000-14999	12%
15000-24999	15%
25000-34999	18%
35000 a více	21%

Tato tabulka je v systému MLM Znovu libovolně definovatelná, mohou v ní být samozřejmě jiné hodnoty bodové, jiná procenta i jiný počet procentních poloh a každá procentní pozice se dá označit slovním názvem (na příklad poradce, manažer, ředitel sítě a podobně).

Podle dosažených bodů (vlastních a sítě) se každému prodejci přiřadí procentní pozice. Z každého prodeje (uskutečněného v prodejcově síti) pak prodejce dostane tolik procent kolik činí rozdíl mezi jeho procentní pozicí a pozicí prodejce přímo pod ním.

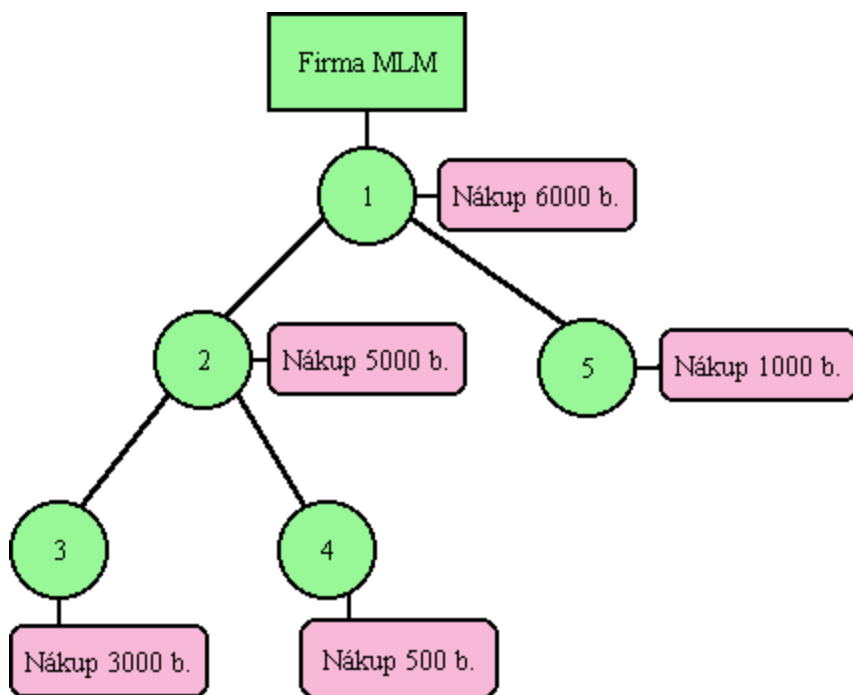
To lze ukázat na následujícím obrázku. U každého prodejce je označena jeho procentní pozice. Obrázek pak ukazuje, jak se rozdělí body za produkt, jehož bodová hodnota činí 100 bodů a který nakoupil od MLM firmy ten nejspodnější prodejce. Vzhledem k tomu, že jednotliví prodejci na obrázku dosáhli různé procentní pozice, je jasné, že musí existovat i další nákupy, ty však pro jednoduchost na obrázku vyznačeny nejsou.



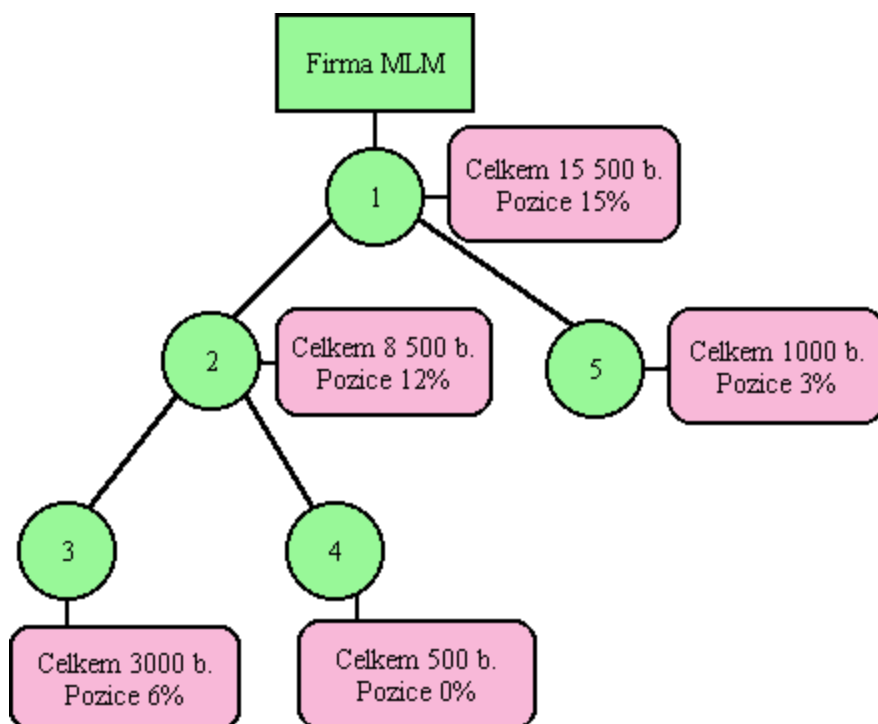
Jak vidíte, z prodeje za 100 bodů se rozdělilo v síti na provizích 15 bodů ($3+6+6$), zbytek, tedy 85 bodů zůstane firmě. Při použití výše uvedené tabulky se může rozdělit v celé síti nejvýš 21% z bodové hodnoty celého měsíčního obrátu.

Tento systém by však pro praktický výpočet nebyl příliš vhodný. Jak se počítají provize v praxi, je ukázáno dále.

Následující obrázek ukazuje vlastní nákupy prodejců ve fiktivní síti.



Následující obrázek ukazuje celkové body prodejců (jejich vlastní body plus body jejich sítě) a jejich procentní ohodnocení.



Provize každého prodejce se pak počítá jako příslušná procentní část (podle jeho procentní hladiny) z celého obrátu jeho vlastního a jeho sítě avšak po té, co od této hodnoty odečteme příslušné procentní části všech jeho podsítí.

Konkrétně výpočet probíhá takto:

Prodejce	Celkové body	Procentní úroveň	Provize
5	1000	3%	Z vlastního prodeje 3% z 1000 = 30
4	500	0%	Z vlastního prodeje 0% z 500 = 0
3	3000	6%	Z vlastního prodeje 6% z 3000 = 180
2	8500	12%	Z vlastního prodeje 12% z 5000 = 600 Od prodejce 3: 12-6=6% z 3000 = 180 Od prodejce 4: 12-0=12% z 500 = 60 Celkem provize 840
1	15500	15%	Z vlastního prodeje 15% z 6000 = 900 Od prodejce 2: 15-12=3% z 8500 = 255 Od prodejce 5: 15-3=12% z 1000 = 120 Celkem provize 1275

Celkem síť nakoupila produkty za 15 500 bodů.

Z toho se vyplatila zpět do sítě provize 2 325 bodů.

Neboli na provizích se vyplatilo 15% z celkového bodového obratu sítě. Což je přesně procentní úroveň nejvyššího prodejce. Daný systém zaručuje, že se v síti nikdy nerozdělí více, než činí procentní úroveň nejvyššího člena sítě (nepředpokládáme-li ovšem další speciální odměny a provize).

Něco o bodech

Všechny nákupy jsou oceněny bodovou hodnotou nakoupeného zboží. Provize se též počítají v bodech a až na závěr jsou přepočteny na peníze pomocí hodnoty bodu. Nabízí se otázka, proč tomu tak je, nebylo by jednodušší počítat obrat přímo v korunách? Odpověď zní, že by to možná bylo jednodušší, ale ne praktické. Jednak je třeba rozdělovat provize z obratu bez DPH, čehož se dosáhne snadno tak, že bodová hodnota každého zboží je rovna ceně zboží bez DPH a hodnota bodu je rovna 1 Kč. Zavedení bodové hodnoty nám však také umožňuje bodově zvýhodnit některé zboží, aniž bychom museli měnit jeho cenu. Chceme-li zvýšit prodej některého zboží, můžeme zvýšit jeho bodovou hodnotu. Body se také ukazují jako jediné možné řešení v případě mezinárodního marketingu, neboť ceny zboží v jednotlivých zemích jsou v nominální hodnotě díky různým kurzům měn vlastně nesouměřitelné a nebylo by možné je jednoduše sčítat, tak jako to lze udělat s bodovou hodnotou.

Kumulativní systém MLM

Výše popsaný systém pracoval tak, že vypočítával provize podle nákupů prodejce a jeho sítě v uzavřeném měsíci podle pozice v bodové tabulce. Tato pozice byla opět určena hodnotou nákupů prodejce a jeho sítě v běžném měsíci.

Je však možné, aby pozice v tabulce byla určována i jinak, a to pomocí součtu všech bodů, které dosáhl prodejce a jeho síť ve všech obdobích předcházejících období uzavřenému. V tomto případě vlastně množství dosažených bodů za celou existenci v síti určuje, jakou pozici v tabulce zaujme prodejce v daném měsíci.

I v tomto systému se vlastní provize počítají z bodů dosažených v uzavřeném období (tedy za jeden měsíc).

V tomto systému nejsou manažerské provize a hodnoty v tabulce musejí být tudíž nastaveny dostatečně vysoko.

Manažerské provize

Výše uvedený způsob výpočtu provizí má jedno zásadní omezení. Tabulka bodových ohodnocení totiž nutně musí někde končit. V našem ukázkovém případě je to na 21% po dosažení 35 000 a více bodů. Pak ať již bude prodejce s celou svou sítí dosahovat sebevíce bodů, stále bude jen na úrovni 21%. Pokud se na tuto úroveň dostanou i prodejci přímo pod ním (kterým je on přímým sponzorem), tak z obrátu jejich sítí nedostane žádnou provizi, neboť $21-21=0$. A 0% z čehokoli je nic. Pro tyto vrcholové prodejce jsou pak určeny speciální tzv. manažerské provize, které se počítají poněkud jiným způsobem.

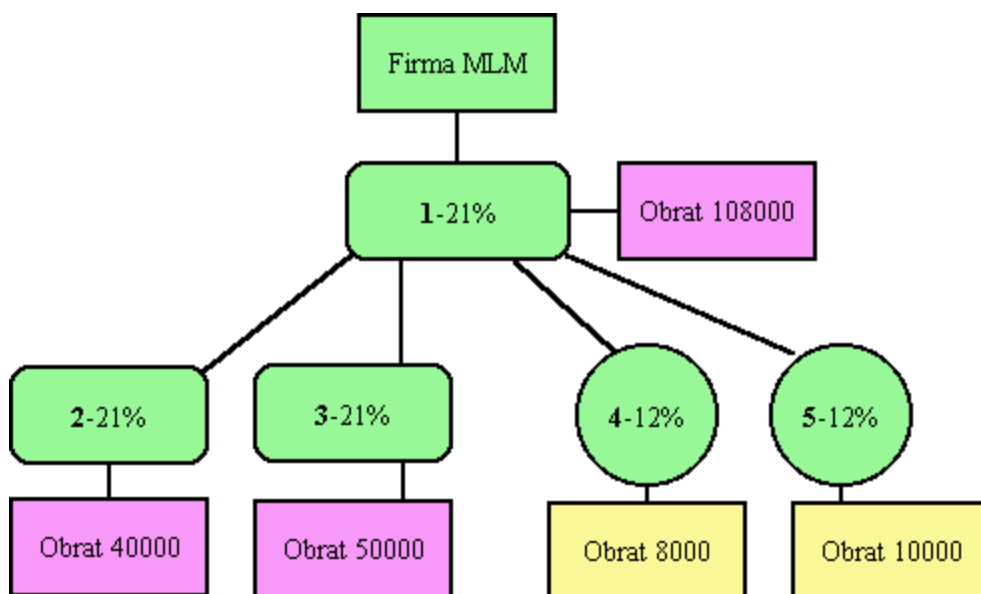
Manažerské provize v systému MLM ZetClub

V systému existuje jistá nejvyšší procentní hladina. Pokud prodejce i se svou sítí dosahuje sebevíce bodů, zůstává stále na této maximální hranici. Například při použití této bodové tabulky:

Bodová hodnota	Procenta
0-999	0%
1000-2499	3%
2500-4999	6%
5000-7999	9%
8000-14999	12%
15000-24999	15%
25000-34999	18%
35000 a více	21%

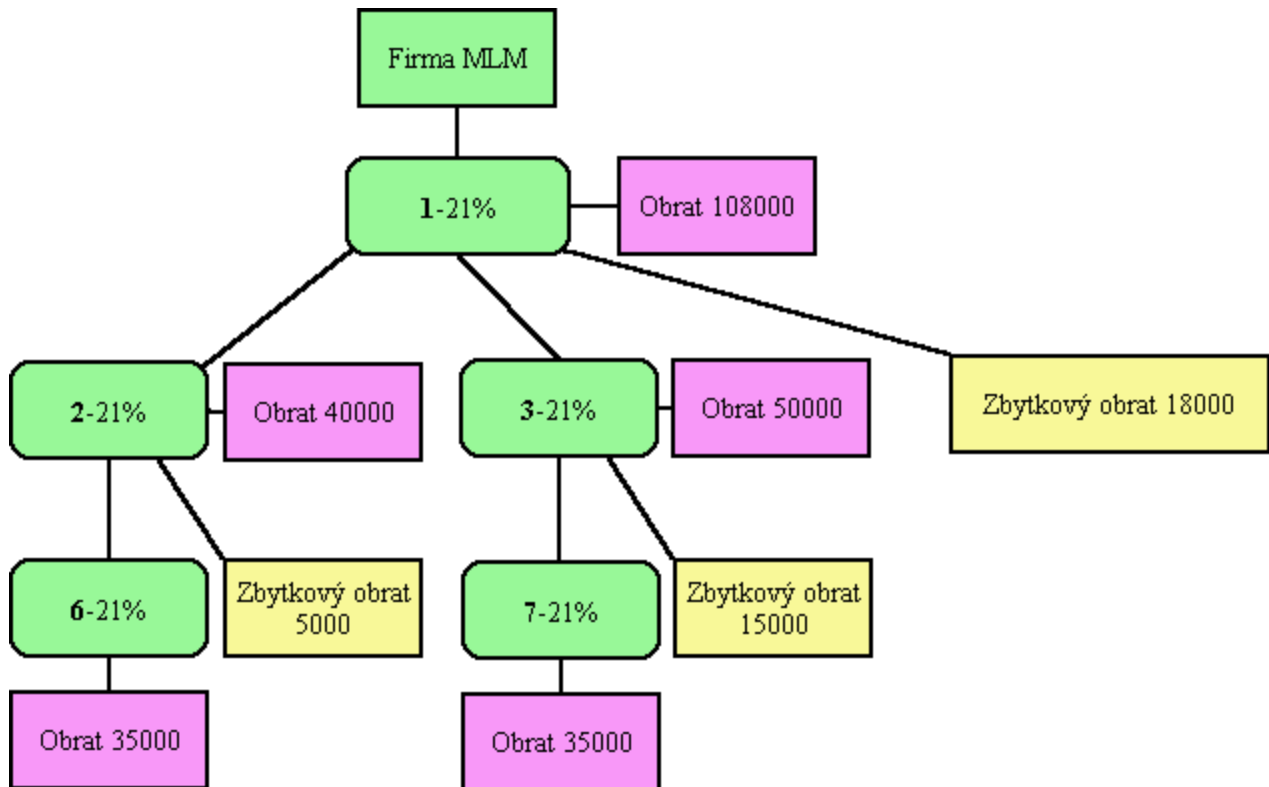
Každý prodejce, který získá 35 000 bodů a více již stále zůstává na pozici 21%. Jestliže prodejci přímo pod ním dosáhnou rovněž pozice 21%, nedostává z prodeje jejich sítě vrcholový prodejce žádnou provizi, neboť $21-21=0$. V takovém případě je obvyklé vyplácet takzvanou manažerskou provizi.

Pro výpočet manažerské provize je rozhodující pojem tzv. zbytkový obrat. Je to bodový obrat celé sítě prodejce (včetně jeho vlastních bodů) od kterého se však odečtou obraty těch jeho podsítí, které též dosahují maximální pozice. Ukazuje to následující obrázek (obraty, které tvoří zbytkový obrat prodejce 1, jsou vyznačeny žlutě):



Na předchozím obrázku prodejci 1, 2 a 3 dosahují maximální 21% pozice. Proto prodejce 1 nezíská žádnou základní provizi ze sítí 2 a 3. Získá provizi pouze ze sítí 4 a 5. Obraty sítí 4 a 5 a jeho vlastní prodej přitom rovněž tvoří jeho zbytkový obrat.

K výplatě manažerské provize je pak obvykle nutné, aby prodejce dosáhl určité hranice vlastního zbytkového obratu. Řekněme v našem ukázkovém případě, že to bude hranice 10000 bodů. Pokud prodejce (tedy 21%) nemá zbytkový obrat ve výši alespoň 10000 bodů, nedostane manažerskou provizi žádnou. Pokud ale takový zbytkový obrat má, pak dostane určené procento ze zbytkových obrátů těch 21% prodejců, kteří jsou přímo pod ním. Ukazuje to další obrázek.



Prodejce 1 má celkem 108000 bodů a je tedy na úrovni 21%. Současně má zbytkový obrat 18000 bodů (splňuje tedy podmínku pro výplatu manažerských provizí).

Prodejci 2 a 3 jsou rovněž 21% a mají pod sebou každý dalšího 21% prodejce. Takže i oni mají určitý zbytkový obrat.

Prodejce 1 dostane samozřejmě základní provizi ze svého zbytkového obratu. A navíc dostane manažerskou provizi ze zbytkových obrátů prodejců 2 a 3. Řekněme, že manažerská provize představuje 5% ze zbytkových obrátů. Pak manažerská provize prodejce 1 bude:

5% ze zbytkového obratu prodejce 2, to jest 5% z 5000 = 250

5% ze zbytkového obratu prodejce 3, to jest 5% z 15000 = 750

Jeho manažerská provize činí celkem 1000 bodů.

Všimněte si, že prodejce 2 sám podmínku zbytkového obratu nesplňuje. On tedy žádnou manažerskou provizi od sítě 6 nedostane. Zato prodejce 3 podmínku zbytkového obratu splňuje, takže získá 5% ze zbytkového obratu sítě 7. Co je zbytkový obrat sítě 7? Vzhledem k tomu, že sedmička už nemá pod sebou žádného 21% prodejce, tak celý obrat sedmičky je současně i jeho zbytkovým obratem. Prodejci 6 a 7 sice splňují podmínku zbytkového obratu, ale nemají pod sebou žádného 21% prodejce, takže manažerskou provizi také neberou žádnou.

Provize se mohou vyplácet nejen z první generace prodejců pod prodejcem, jemuž provize počítáme, ale mohou se vyplácet manažerské provize i z druhé a třetí generace. Nemusí být určeno jen jedno procento manažerských provizí, ale více. Například se může stanovit, že při zbytkovém obratu 5000 až 9999 bodů se vyplácí manažerská provize 2%, při zbytkovém obratu 10000 až 14999 se vyplácí provize 4% a při zbytkovém obratu 15000 a větším se vyplácí 5% provize.

U každé generace může být nadefinována vlastní taková tabulka. Takže třeba z první generace se mohou vyplácet manažerské provize 2%, 4% a 5%. Z druhé generace 1% a 2% a z třetí generace třeba jen 0.5%.

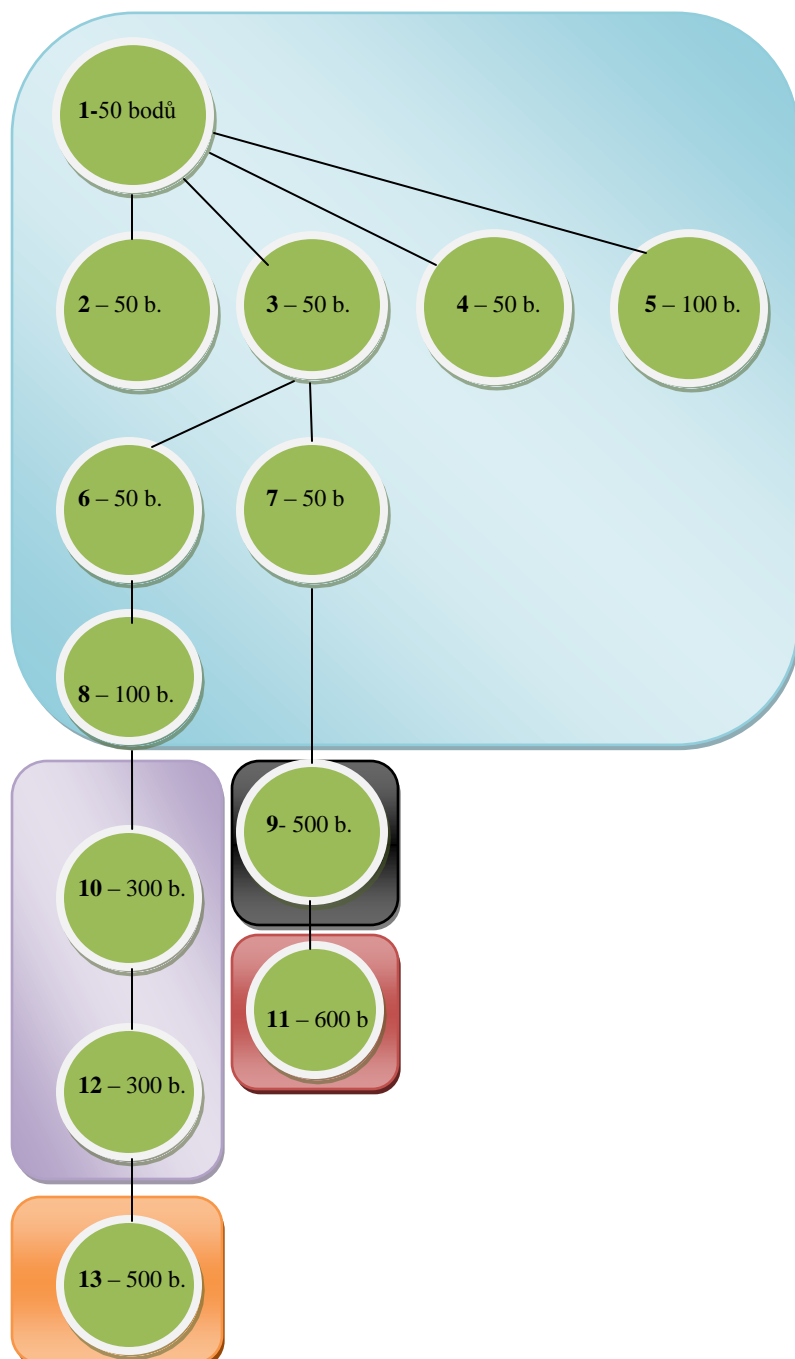
Také je možné pro každou generaci určit počet 21% podsítí, které musí prodejce mít, aby mohl dostat manažerskou provizi neohledně na to, jaký má zbytkový obrat. Například se určí, že musí mít 5 takových maximálních podsítí. Pokud toho prodejce dosáhne (má přímo pod sebou 5 a více maximálních podsítí), tak dostane od každé z nich příslušnou manažerskou provizi, neohledně na to, jak velký má vlastní zbytkový obrat (nemusí mít třeba žádný).

Hlubkový marketing

Při hlubkovém marketingu se počítá provize z obrátu skupiny hlubkového marketingu dané úrovně pro každého prodejce, jehož vlastní skupina hlubkového marketingu dosáhne stanovené bodové hranice.

Skupinou hlubkového marketingu prodejce se přitom rozumí body za jeho vlastní prodej plus body za prodeje všech prodejců v jeho síti v každé linii až do prvního dalšího prodejce, jehož skupina hlubkového marketingu dosáhne potřebné bodové hranice pro výplatu této provize. Jinými slovy – skupinu hlubkového marketingu tvoří sám prodejce a všichni prodejci pod ním v první, druhé atd, generaci, kteří ovšem sami nemají nárok na provizi z hlubkového marketingu.

Příklad:



Pokud se nastaví hloubkový marketing tak, že potřebný obrat skupiny hloubkového marketingu je 500 bodů, pak modrý čtverec představuje skupinu hloubkového marketingu prodejce číslo 1 (pro kterého počítáme provizi), fialový obdélník je skupina prodejce č. 10, prodejci č. 9, 11 a 13 pak mají sami svůj vlastní obrat větší nebo rovno 500 bodů, takže sami představují svoji skupinu hloubkového marketingu.

Pokud například nastavíte provizi z 1. generace na 2% obratu a z druhé generace na 1% obratu, pak prodejce číslo 1 získá takovouto provizi hloubkového marketingu:

ze skupiny **10** (1.generace) 2 % z 600 bodů provize 12 bodů

ze skupiny **9** (1.generace) 2 % z 500 bodů provize 10 bodů

ze skupiny **13** (2.generace) 1 % z 500 bodů provize 5 bodů

ze skupiny **11** (2.generace) 1 % z 600 bodů provize 6 bodů

Celkem **provize 33 bodů**

V systému MLM ZetClub lze nastavit libovolnou hranici potřebného obratu skupiny hloubkového marketingu a libovolné procento provize z dané generace, a to až do úrovně 10. generace.

Provizi lze vyplácet i přímo z obratu skupiny počítaného prodejce - generace 0 (ve výše uvedeném příkladu se z nulté generace provize nevyplácela).