

Партнёрская программа клуба.

Премии за развитие кооператива. 19 июня 2020 г.

В клубе Эко Продукт есть возможность реализовать организационный потенциал каждого из участников. Для этого предназначены Дисконтная и Партнёрская программы. Рассмотрим их.

Дисконтная программа позволяет Потребителям уменьшить стоимость потребления за счет "покупки корзиной" и групповых закупок (когда несколько человек объединяются). Партнёрская программа позволяет получать доход от организованной сети потребления. Дисконтная и партнёрская программы имеют общие свойства. При увеличении объёма потребления группы снижается стоимость продуктов для организаторов группы и выплачиваются премии за развитие кооператива. Участвовать в дисконтной и партнёрской программах может КАЖДЫЙ.

Принцип простой. Помогаешь общему делу (регулярно покупаешь продукцию кооператива) - получи скидку. Помогаешь больше, организовал группу потребителей - получи денежные выплаты, "премию за развитие кооператива".

Девиз наш такой: Вместе выгодно! Продукты Здорового Питания на каждый день, от проверенных производителей. В клубе "Эко Продукт" есть три цены. Розничная, Дисконтная и Клубная (РЦ, ДЦ и КЦ соответственно). При покупке на сумму 500 грн (одним заказом), потребитель получает дисконтную скидку 10% от РЦ на все последующие покупки. Это уже постоянный дисконт и возможность покупки по ДЦ. При желании можно стать участником клуба потребителей и получить доступ к Клубной Цене (КЦ), а это уже -20% от Розничной Цены. Далее КЦ действует на постоянной основе. Для доступа к КЦ достаточно сделать заказ на сумму 1200 грн и оплатить его.

Другие люди, наши знакомые и партнёры, могут стать участниками клуба потребителей по нашей рекомендации. Этот факт фиксируется при регистрации нового участника клуба на сайте. Чем больше объём потребления группы (Групповой Оборот, ГО), тем больше скидка. Сетка скидок:

Сумма по РЦ	по Клуб.Цене	Скидка
1 500	1200 КЦ	0%,
7 500	6000 КЦ	-10%,
15 000	12 000 КЦ	-15%,

30 000	24 000 КЦ	-21%,
60 000	48 000 КЦ	-27%.

Далее включаются лидерские выплаты за организацию работы сети кооператива, 3...9 % на всех. Подробнее отдельно. Это уже регулярный долгосрочный доход, пассивный доход, как модно сейчас говорить.

Мы рассмотрели условия одной из целевых программ клуба, созданной для популяризации продуктов из прощенных зёрен и других эксклюзивных новаторских разработок. Производители, которые готовы предоставить свою продукцию (на похожих или на других условиях) - приглашаются к обсуждению. У нас для этого есть система.

Для различных видов продукции действуют различные программы продвижения. Например, на яблоки или на морковь нет смысла делать большую наценку. А на новый или суперэффективный продукт, нуждающийся в объяснении, дегустации и т.д. - можно сделать наценку выше, чтобы из неё оплачивать услуги "продвиженцев" этого продукта. На большинство продуктов питания из нашего ассортимента наценка ниже, чем в приведенном ранее примере.

Кооперативу и производителям выгодна такая схема работы, потому что они получают самое главное - стабильно функционирующую сеть сбыта, которая растёт за счет "сарафанного радио" и усилий профессиональных агентов - двигателей спроса. Производитель решает свою основную "боль" - увеличение рынка сбыта.

Увеличивая объём потребления, мы решаем одновременно 2 задачи:

- помогаем минимизировать затраты производителям и
- снижаем цены для участников.

Сила в объединении. Это выгодно всем.

Пример активного партнёра. Создатель группы получает от товарооборота сети свой процент - разницу между своей скидкой и скидками своих подгрупп. Например, Ваша скидка 27%, и у вас 5 веток:

☺ (Вы)
☺ ☺ ☺ ☺ ○ (15%, 15, 15, 15, 10%)

4 ветки по 15% и 1 ветка 10%.

В этом случае Вы получаете:

27-15=12% от ТовароОборота (ТО) Ваших 4х веток (15%

- процентных) и
27-10=17% от ТО меньшей ветки (10%-ой).

Пример магазина. Допустим, средний клиент покупает корзину #1 ежемесячно на 600 грн. В корзину входят крупы, каши, масло и сладости и др. У магазина 100 таких клиентов. Оборота магазина по товарам нашего клуба 60 000 грн/мес.

Магазин имеет 27% от клубной цены (см. сетку скидок выше), это 16 200 грн. Это вознаграждение за развитие и сопровождение сети. + Может иметь дополнительно розничную наценку от покупок в розницу.

Пример агента. Допустим, Вы помогли подключиться к кооперативу своим друзьям, знакомым или партнёрам Вы получите кооперативную премию от общего оборота группы. Подробные примеры рассмотрены в разделе “Пример Николая” на этом сайте.
koop-primer-Nikolay.pdf - рекомендуем ознакомиться.

Итого: Вы помогли кооперативу расширить сеть его потребителей, подключив новые группы и партнёров. Оборота кооператива увеличился. За счёт этого удалось снизить цены и увеличить ассортимент продукции. Участникам выгодно, кооперативу выгодно. Вам как организатору, благодарность и регулярный доход.

Процент от оборота Вашей группы выплачивается Вам в качестве премии за развитие кооператива. Ежемесячно.

Схема работы на первом этапе.

Предлагается сосредоточиться на формировании сети потребителей. Каким образом? Присоединяя к нам ключевых людей, организаторов, со своими клиентскими базами, группами потребителей.

Для чего мы объединяемся в Потреб. Кооперацию.

Чтобы получать выгоды для

- потребителя,
- производителя,
- организатора.

Выгоды для потребителя:

Снижение цены за счет оптовых закупок (при сохранении высокого качества),

Повышение степени контроля за качеством продуктов (все производители свои, проверенные, быстрая обратная связь),

Возможность предварительного заказа, планируемое производство и тем самым, удешевление,

Групповой заказ, частичная предоплата, и значительное удешевление,

Минимизация расходов за счет стабильной, осознанной сети сбыта.

Выгоды для производителя:

Стабильный спрос,
Независимость от "сетевых" магазинов, супермаркетов,
Свой, осознанный потребитель, обратная связь,

Производство под заказ и частичная предоплата,

Вывод на рынок НОВЫХ товаров, нуждающихся в продвижении, объяснении, сопровождении, (услуги сети профессиональных агентов).

Выгоды для организатора:

Регулярный доход от организованной сети сбыта. Вместе выгодно. Кооперируемся!

Задачи, которые мы решаем. (Еще один текст).

Потребителям.

Цель: Уменьшить стоимость потребления за счет “покупок корзиной” и групповых закупок (когда несколько человек объединяются). Будем экономить грамотно!

Производителям.

Цель: Увеличить объёмы сбыта на начальном этапе, малыми затратами, эффективно.

Привлечь каждого потребителя к продвижению продукта, мотивировать потребителя развивать сеть сбыта удобным и выгодным для него образом.

Сарафанное радио и система мотивации “Кооперативные выплаты” решает эти задачи.

Целевая Аудитория (ЦА): это частные потребители, заказывающие качественную еду для себя и семьи, руководители клубов ЗОЖ и правильного питания, спортсмены, фитнес центры, тренеры, диетологи, лидеры мнений, блогеры, люди с активной жизненной позицией, магазины здорового питания со своей аудиторией, люди на выставках и т.д.