

# KUPOJ U SĄSIADKI

JUŻ MILION POLAKÓW ZARABIA NA SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ. JEDNA TYLKO FM GROUP MA W KRAJU 150 TYS. SPRZEDAWCÓW I MILIARD ZŁOTYCH OBROTU.

MIŁOSZ WĘGLEWSKI



**RODZINA TRAWIŃSKICH**

Ich FM Group sprzedaje rocznie 20 mln flakonów perfum w 50 krajach

**C**o szósty Polak kupuje mniej lub bardziej regularnie perfumy i kosmetyki, środki czystości czy artykuły gospodarstwa domowego poza zwykłą siecią handlu. Na okolicznościowym kiermaszu w firmie czy urzędzie, podczas wycieczek i pielgrzymek, przez Facebook czy Naszą-Klasę albo wprost od dorabiającej na sprzedaży koleżanki z biura, sąsiadki lub córki znajomych. Na przykład od Anity, licealistki z Warszawy, która sprzedaje tanie perfumy z FM Group (ok. 33 zł w detalu za 30 ml perfum, o zapachu podobnym do Hypnôse Lancôme bądź do Rush Gucciego). Sama kupuje je od FM prawie o jedną trzecią taniej. Klientów znajduje wśród znajomych ze szkoły i imprez, rodziny, a nawet wśród nauczycieli swojego liceum. Przeciętnie w miesiącu, poświęcając na to w sumie kilkanaście godzin, zarabia 200-250 zł, a w grudniu liczy przynajmniej na 400 zł.

Ten model sprzedaży (MLM - Multi Level Marketing, czyli marketing wielopoziomowy zwany też sieciowym) w ostatnich kryzysowych latach stał się najbardziej dynamiczną na świecie formą handlu, mnożąc obroty w tempie 15-20 proc. rocznie.

**Widać to doskonale na przykładzie** firmy rodziny Trawińskich z Wrocławia. Stworzony przez Andrzeja Trawińskiego Perfand od 1995 roku produkował perfumy w Psarach pod Wrocławiem, a esencje zapachowe do nich kupował od niemieckiego Drom Fragrances, firmy ze 100-letnią tradycją, w której zaopatrują się też potentaci typu L'Oréal czy Escada. Rodzina Trawińskich nie silła się zbyt na oryginalność. Większość ich perfum była inspirowana nutami zapachowymi renomowanych marek. Niektórzy uważali je wręcz za podróbki, choć z prawnego punktu widzenia ich produkcja jest legalna. Przede wszystkim zaś były nawet parokrotnie tańsze niż markowe oryginały. Trawiński sprzedawał je do mniejszych krajowych sklepów i butików oraz do kilku krajów naszego regionu Europy, ale rynku nie zawojował. Jeszcze w połowie tej dekady obroty Perfandu nie przekraczały 20 mln zł.

Dziś w efekcie zmiany sposobu dystrybucji i wejścia w system MLM to biznes o zupełnie innej skali. Zajmuje się tym stworzona w 2005 roku FM Group. - W tym roku obroty przekroczyły miliard złotych - zapewnia Andrzej Trawiński, który właśnie wrócił z Filipin, gdzie ma powstać druga fabryka. Dotychczasowa w Psarach, produkująca półtora miliona flakoników perfum miesięcznie, już nie wystarcza.

- Sprzedaż naszych perfum w Azji będzie niedługo znacznie większa niż w Europie, nie licząc Polski - mówi Trawiński. Nie wyklucza, że w przyszłości uruchomi produkcję także w Ameryce Południowej. W sumie ich perfumy, obecnie pod marką Federico Mahora, a od dwóch lat także produkty do pielęgnacji ciała i środki czystości pod marką For Home, trafiają do klientów w ponad 50 krajach. Sprzedawane są przez ponad pół miliona dystrybutorów, w tym około 150 tysięcy w Polsce.

Trawiński senior nie ukrywa, że spiritus movens wejścia firmy w system MLM był w 2005 roku jego syn, 31-letni dziś Artur. A inspirację przywiózł z ponadrocznego pobytu w Australii, gdzie marketing bezpośredni robi furorę. - Styl życia większości młodych ludzi opiera się tam na luzie. Pracuje się tyle, ile się chce, gdzie się chce i kiedy się chce. Praca w systemie MLM doskonale się wpisuje w tę filozofię - mówi „Newsweekowi” Artur Trawiński.

Sześć lat temu, gdy przekonywał ojca do radykalnej zmiany sposobu dystrybucji perfum, system MLM był już w Polsce niezłe zakorzeniony - amerykański Amway, szwedzki Oriflame czy Avon i Herbalife ofensywnie na polski rynek rozpoczęły już w połowie lat 90. Tyle że po kilku latach dostały zadyszki. Hamulcem rozwoju była zmiana postaw konsumpcyjnych coraz lepiej zarabiających Polaków, którzy rzucili się na markowe produkty w galeriach handlowych i coraz mniej interesowali się zakupami poza sklepami. Trawiński wierzył jednak w aktywność młodych ludzi, dla których własny biznes w systemie MLM może być alternatywą dla coraz trudniejszych poszukiwań pracy na etacie. I się nie przeliczył.

Za ekspansją marketingu wielopoziomowego stoją młodzi, przedsiębiorczy ludzie, z ponadprzeciętnymi zdolnościami organizacyjnymi i łatwością nawiązywania kontaktów, dla których ten specyficzny biznes jest jakby stworzony. Specyficzny, bo w MLM można zacząć od zaraz, praktycznie bez grosza przy duszy, wybierając po prostu najbardziej odpowiedni dla siebie produkt z oferty kilkudziesięciu działających u nas firm tego sektora. Od międzynarodowych potentatów typu Oriflame czy Avon, po coraz liczniejsze krajowe marki, jak właśnie FM Group czy DLF Sławomira Radackiego z Gdyni, sprzedający sprzęt gospodarstwa domowego. Wystarczy podpisać z nimi umowę jako dystrybutor i zacząć własny biznes.

No dobrze, czyli reszta zależy już tylko od tego, ilu klientom uda się wcisnąć co

POLSKA

**3 MLD ZŁ**  
WART JEST NASZ RYNEK  
SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ

**80 PROC.**  
PRACUJĄCYCH W TYM  
SEKTORZE TO KOBIETY,  
W WIĘKSZOŚCI DO 30 LAT



ŚWIAT

**120 MLD DOL.**  
WYNIOSĄ W 2010 ROKU  
OBROTY TEGO SEKTORA

miesiąc perfumy lub zestaw noży, kasując 30-40 proc. marży? Niezupełnie. Do tego sprowadza się klasyczna sprzedaż bezpośrednia. W biznesie MLM można mieć godziwe, a nawet bardzo pokaźne dochody, wcale nie zajmując się samemu szukaniem klientów. Sukces finansowy jest uzależniony od umiejętności stworzenia własnej, jak największej grupy dystrybutorów. Od łącznej sprzedaży takiej grupy zależy wysokość prowizji (od kilku do ponad 20 proc.), jaką otrzymuje ten, który ją stworzył, i znajdujący się na kolejnych piętach takiej piramidy. Nie jest to jednak haracz płacony przez osoby z niższych pięt na rzecz założyciela grupy ani wpisowe za przystąpienie do sie-

ci, co cechuje piramidy finansowe, będące działalnością przestępczą. Prowizje zależą od wartości obrotów grupy i są precyzyjnie określone w tzw. planie marketingowym, który jest podstawą funkcjonowania biznesu MLM. Stanowią one swoisty udział najbardziej aktywnych dystrybutorów w zyskach firmy ze sprzedaży produktu.

A zyski są ponadprzeciętne, bo przecież firmy z tego sektora nie mają sklepów, więc nie ponoszą kosztów ich utrzymania, czynszu czy płac dla personelu. Nie ponoszą też kosztów reklamy. W MLM wszystko - od zamawiania towaru, przez jego promocję po zdobycie klienta i jego obsługę - jest na głowie sprzedających. A szansę na stworzenie własnej grupy dystrybutorów i uzyskiwanie dochodów niezależnych od własnej sprzedaży ma każdy.

- Sześć lat temu, gdy przekonywał ojca do radykalnej zmiany sposobu dystrybucji perfum, system MLM był już w Polsce niezłe zakorzeniony - amerykański Amway, szwedzki Oriflame czy Avon i Herbalife ofensywnie na polski rynek rozpoczęły już w połowie lat 90. Tyle że po kilku latach dostały zadyszki. Hamulcem rozwoju była zmiana postaw konsumpcyjnych coraz lepiej zarabiających Polaków, którzy rzucili się na markowe produkty w galeriach handlowych i coraz mniej interesowali się zakupami poza sklepami. Trawiński wierzył jednak w aktywność młodych ludzi, dla których własny biznes w systemie MLM może być alternatywą dla coraz trudniejszych poszukiwań pracy na etacie. I się nie przeliczył.

**Dłużej na sukces pracowała** Kamila Molińska z Gliwic, z wykształcenia inżynier, która przygodę z firmą kosmetyczną Oriflame zaczęła 12 lat temu, łącząc drobny biznes z nauką w liceum. Dziś jej grupa dystrybutorów liczy około 3500 osób i ma roczne obroty ponad 10 mln zł. Dochodów Molińska nie zdradza, ale przy obowiązkujących w Oriflame prowizjach mogą to być dziesiątki tysięcy złotych miesięcznie. Jeszcze większą strukturę sprzedażową stworzyła Marzena Demczuk, która należy do liderów dystrybucji firmy Colway, oferującej głównie kosmetyki i suplementy diety. Do spróbowania sił w tym biznesie, w czasach gdy była menedżerem w podupadającej restauracji, namówił ją znajomy. Po roku jej prowizje były już kilka razy większe od dawnej pensji, a obecnie w jej grupie jest ponad 20 tys. dystrybutorów. Kornel, Kamila czy Marzena to już rasowi menedżerowie, którzy nie muszą zazdrościć dochodów znajomym na etatach w wielkich korporacjach.



Napisz do autora  
milosz.weglewski@newsweek.pl

**FM GROUP** Polska jest firmą z branży FMCG działającą w sektorze marketingu wielopoziomowego. Została założona w 2004 roku we Wrocławiu przez Artura Trawińskiego. Odniesiony w kraju sukces umożliwił firmie dynamiczne wkroczenie na rynki zagraniczne. Obecnie marka FM GROUP jest znana i ceniona w kilkudziesięciu krajach w Europie, Ameryce Północnej i Południowej, Australii, Afryce oraz w Azji. Na całym świecie z FM GROUP współpracuje około 589 000 Dystrybutorów, z czego ponad 200 000 działa w Polsce.

#### Partnerzy strategiczni firmy:

- **Drom Fragrances**

- Został **założony w 1911**.
- DROM jest uznawany za **jeden z 10 najlepszych światowych domów perfumeryjnych**.
- Firma aktualnie zatrudnia 25 najlepszych kreatorów zapachów w swoich 5 centrach rozwojowych w Monachium, Paryżu, Nowym Jorku, Sao Paulo i Guangzhou.
- Dziś DROM jest obecny w Europie, Ameryce Północnej i Południowej, Bliskim i Dalekim Wschodzie i Australii. Firma posiada 5 centrów rozwojowych i fabryk w Niemczech, Francji, USA, Brazylii i Chinach oraz oddziały w 40 krajach.
- **FM Group** w ciągu 6 lat stał się **jednym z największych odbiorców DROM** Fragrances na świecie i **jego kluczowym partnerem**.

- **Mercedes Benz**

W styczniu 2008 roku w wyniku współpracy z Mercedes-Benz firma FM GROUP stworzyła międzynarodowy Program Motywacyjny dla Liderów „Mercedesem po sukces”. Liderzy FM GROUP, w zależności od uzyskanego poziomu, mogą sięgnąć po Mercedesy Klasy **A, C, E** lub **S**

- **Polkomtel S.A.**

Polkomtel S.A Operator sieci telefonii komórkowej od lutego 1996 roku. FM GROUP Mobile Sp. z o.o. i Polkomtel S.A., operator sieci Plus, podpisały umowę o współpracy, której efektem było rozpoczęcie (jesienią 2009 roku) działalności FM GROUP Mobile

- **GLS**

General Logistic Systems – przedsiębiorstwo logistyczne z siedzibą w Amsterdamie. Działa na rynku przesyłek kurierskich w 35 krajach za pośrednictwem swoich spółek – córek oraz przedsiębiorstw partnerskich. W roku obrotowym 2005/2006 jej obrót wyniósł 1,5 miliarda Euro.

#### Nagrody dla FM Group:

- **Laur Klienta** – Odkrycie 2011 w kategorii Kosmetyki dystrybuowane w kanale pozasklepowym.
- Seria kosmetyków Spa Senses FM GROUP otrzymała kolejną nagrodę „**Superprodukt 2011 Czytelniczki Świata Kobiety**”. To już druga nagroda dla serii Spa Senses. W marcu zeszłego roku doceniono oryginalny design jej opakowań w konkursie **Art of Packaging**. Tam również zajęliśmy pierwsze miejsce!
- Ten biznes MLM ostatnio zdominował pod względem informacyjnych doniesień portal „Network Magazynu”. Jednak dobry pomysł i ciężka praca się opłaca. Firma FM GROUP Polska, FM GROUP World i Perfand znalazły się w prestiżowym gronie laureatów „**Gazel Biznesu 2010**”.



Mercedes-Benz



Polkomtel S.A.

