

1. Comertul electronic si afacerile

1.1. Internetul ca instrument de afaceri

Orice afacere este o afacere pentru oameni. Indiferent daca oferiti produse, cum ar fi incaltaminte sau caschete de baie, sau oferiti servicii, cum ar fi servicii de telefonie sau imprumuturi pe termen lung, tot despre o afacere pentru oameni este vorba!

Fie ca sunteti proprietarul independent al unei firme „de moda veche”, cu un sediu construit din caramida si mortar... fie ca sunteti proprietarul unei afaceri moderne din domeniul economiei electronice, a carei adresa este o pagina web, tot despre o afacere pentru oameni este vorba!

Idiferent in ce tip de afacere ati fi implicat, succesul pe care il veti obtine depinde de capacitatea dumneavoastra de a comunica cu oameni... de a-i asculta... de a-i atrage ... de a-i ajuta.. de a-i convinge sa cumpere...de a-i invata si de ai pregati profesional... de a-i inspira.. de a imparti cu ei bune si rele... de a iubi oameni.

Internetul este un instrument foarte eficient, poate cel mai grozav instrument innventat vreodata,insa nu trebuie sa pierdem nici o clipa din vedere faptul ca este doar un instrument. O

Acest instrument este atat de eficient, incat o persoana poate construi o afacere de multe milioane de dolari stand in fata tastaturii unui singur computer conectat la Internet! Insa o alta persoana poate avea acelasi computer, acelasi acces la Internet si il poate aseza pe un birou, fara sa il porneasca niciodata! Ce profit va genera acest computer? ZERO.

Acelasi instrument.

Acelasi potential de afaceri.

Rezultate diferite.

Internetul ne ofera o **sansa** de noi depinde daca o vom aprecia la adevarata ei valoare sau o vom neglija.

1.2. Comertul electronic si afacerile

In lumea afacerilor de azi tehnologia este vazuta ca un important factor catalizator al proceselor de restructurare a activitatilor comerciale precum si strategiilor de dezvoltare a companiilor

Companii care activează în cele mai diverse domenii (sectorul bancar, divertisment, telecomunicații, distribuție) își modifică modul de derulare a afacerilor pentru a profita de puterea noilor tehnologii.

Extinderea utilizării rețelelor Internet și intranet a revoluționat modul de comunicare între companii și:

- proprii angajați
- partenerii de afaceri
- clienți

În ultima perioadă se poate constata o proliferare a aplicațiilor comerciale care profita de avantajele oferite de standardele de operare publică pe care le oferă Internetul. Aceste aplicații cumulează accesul Internet cu sistemele de tranzacționare, de baze de date sau automatizare a proceselor comerciale.

Pentru multe companii, prima incursiune în lumea comerțului electronic constă în a se face prezente pe World Wide Web, cu scopul de a publica o ofertă de locuri de muncă, de produse sau de politici comerciale. Adeseori site-urile sunt dezvoltate ulterior cu scopul de a integra alte activități ale companiilor cum ar fi de exemplu procesarea comenzilor.

Comerțul electronic permite companiilor să îmbunătățească relațiile cu clienții, cu furnizorii și partenerii de afaceri. Implementările cele mai utilizate se referă la cumpăraturile on-line (online shopping). Cumpăraturile on-line reprezintă una din pietele cu cea mai rapidă creștere din economia modernă.

Astăzi vitrințele virtuale permit achiziționarea a tot ceea ce se poate găsi în magazinele convenționale, de fapt clienții pot face comenzile direct de la producător, ceea ce înseamnă eliminarea intermediarilor și a costurilor legate de vânzarea cu amănuntul în magazine.

Un număr mare de companii realizează economii importante în activitățile de vânzări, producție, desfacere tocmai prin implementarea soluțiilor oferite de comerțul electronic.

Modul prietenos de utilizare a programelor de navigare și caracterul multimedia al conținutului paginilor de Web au atras un larg interes din partea publicului. Creșterea interesului pentru Web și a celor care au acces la Internet a atras după sine însăși dezvoltarea Internetului.

„Internetul va micșora lumea – schimbând destinele oamenilor, ale companiilor și ale țărilor.” (Jhon Chambers – președinte executiv al Cisco Systems).

Asadar Internetul este viitorul. Ramane de vazut cati oameni au curajul sa accepte acest viitor si aceasta oportunitate. Unul dintre cei care au acceptat-o a fost Jeff Bezos care in 1994 la 2 ani dupa ce presedintele Bush aproba legea datorita careia publicul larg are posibilitatea de a desfasura

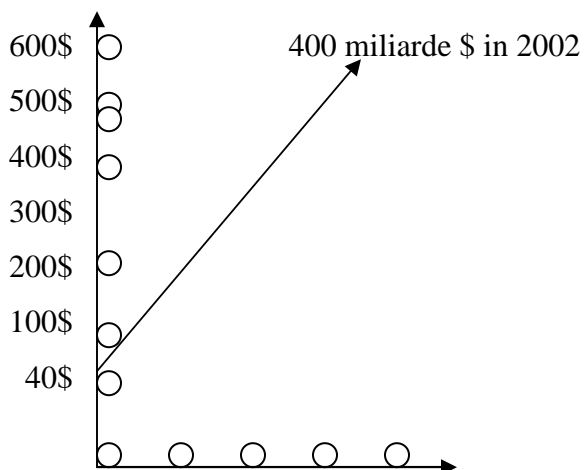
activitati comerciale prin Internet. Acesta dorea sa aiba o afacere proprie asa ca a urmarit permanent oportunitatile de afaceri pana cand in 1994 citeste o statistica care urmeaza sa-i schimbe viata: *Internetul se dezvoltă într-un ritm de 2300% pe an!* Astfel Bezos alcatuieste o lista de 20 de produse ce se puteau vinde on-line, ordonandu-le in functie de usurinta cu care se puteau vinde. Cartile au iesit pe primul loc. Decide sa-si mumeasca firma Amazon.com. Iar numai dupa 5 ani in 1999 ajunge sa aibe un capital de 25 de miliarde de dolari.

Inainte de aparitia Internetului, proprietarului unei afaceri avea nevoie de cateva decenii pentru a castiga un miliard de dolari. Henry Ford a avut nevoie de 23 de ani pt a ajunge la primul sau miliard de dolari. Chiar si lui Bill Gates ia luat 12 ani sa ajunga la primul sau miliard de dolari. Jeff Bezos a avut nevoie de 3 ani pentru a castiga primul sau miliard de dolari prin Internet.

Ce se intampla cu cei care nu sunt genii in ale afacerilor sau in ale Internetului? Nimic mai simplu. Internetul datorita interfetelor grafice care sunt foarte sugestive si accesibile oricarei persoane, nu mai trebuie sa invatam comenzi greoaie ci afacerea de vis se afla la un clik departare.

Mai jos veti gasi un grafic care arata cum au evoluat veniturile din comertul electronic pana in prezent, iar Internetul se afla inca la inceputul existentei sale.

Vanzari brute
exprimate in
miliarde de dolari



1999 2000 2001 2002 2003

Graficul nr 1: Venituri brute realizate din comerțul electronic

1.3. Posibilitățile oferite de comerțul electronic

Un fenomen care atrage foarte multă atenție pe Wall Street și în mass-media este posibilitatea de a face cumpărături pe Internet. Comerțul poartă mai multe denumiri printre care cele mai cunoscute sunt cele de comerț electronic și vânzări electronice. Însa comerțul electronic este cel mai bine definit prin termenul *dezvoltare-dezvoltare masivă și explozivă!*

Până în prezent, comerțul electronic are cifra de afaceri cuprinsă între 10 și 20 de miliarde de dolari anual... și se află în perioada copilăriei. Însa, deoarece numărul utilizatorilor de Internet este în creștere, comerțul electronic va erupe cu siguranță.

Cele mai prospere companii din Statele Unite au încheiat și încheie contracte de miliarde de dolari încercând să profite de boom-ul comerțului electronic, iar dacă organizații conservatoare și rigide au ieșit pe piață cu carnetul de securi deschis înseamnă că SE ÎNTAMPLĂ CEVA SERIOS.

„Companiile care nu-și desfășoară activitatea pe Internet își dau seama că trebuie să se conecteze la Internet altfel vor muri. Acest val al consolidărilor este abia la început.” (Ethan Hooper - directorul filialei de fuziuni și achiziții de pe coasta de Vest a companiei Credit Suisse First Boston). Aceasta este o previziune din 1999. astăzi 4 ani mai târziu majoritatea oamenilor căută informații despre o companie accesează Internetul deci Ethan Hooper avea dreptate.

Revista MoneyWorld a rezumat foarte sugestiv potențialul enorm pe care îl are comerțul electronic:

„În multe privințe, Internetul este supermagazinul ideal... deschis 24 de ore pe zi, șapte zile pe săptămână. Nu mai ești obligat să te bati pentru un loc de parcare. Culoarele dintre rafturile magazinului nu mai sunt pline de cumpărători-nici chiar de sărbători. Gama de produse este mult mai diversificată. Orice produs se află în stoc. Prețurile sunt mici. Nu sunt cozi la casa. Cumpărăturile îți sunt livrate la domiciliu. Iar lista avantajelor poate continua.”

Îmbunătățirile pe care le faciți în practicile comerciale ar trebui să ducă la creșterea performanțelor. Îmbunătățirile datorate utilizării eficiente a comerțului electronic pot să cuprindă o calitate mai bună a produselor, o satisfacere mai bună a consumatorului, costuri reduse și structuri mai bune de luare a deciziilor. Se poate folosi pentru automatizarea, organizarea, procesarea, dirijarea și urmărirea oricăror dintre tranzacțiile comerciale.

1.4. Perspectivile afacerilor in contextul dezvoltarii comertului electronic

Afacerile peste tot in lume trec prin schimbari. Noi infrastructuri deschid noi oportunitati de aprovizionare si conduc spre o noua crestere a competitiei globale. Consumatorul modern comanda servicii mai bune si produse de o mai buna calitate.

Acesti factori cauzeaza schimbari semnificative in procedurile si structurile comerciale. In trecut, exista o distinctie clara intre companii, intre furnizorii si clientii lor. Astazi, multe operatii comerciale trec peste aceste delimitari.

Comertul electronic permite flexibilitatea in procedurile de lucru interne ale unei companii permite intretinerea de relatii stranse cu furnizorii si cu clientii si de asemenea permite unei companii sa-si aleaga furnizorii dupa criterii de cost si calitate si nu dupa criterii geografice. Se poate cumpara si vinde pe o piata globala, deci comertul electronic da unei afaceri o scara globala.

O parte din functiile acestui concept sunt:

- partajarea informatiilor
- comenzi
- plati
- executie
- service si asistenta.

Putem folosi Internet-ul pentru a distribui informatii despre produse potentialilor clienti. De asemenea comunicarea cu clientii se poate face folosind:

- chat rooms
- bulletin boards
- newsgroup-uri
- conferinte.

Partajarea informatiilor ajuta la studierea pietei, se poate alcatui o baza de date cu profilurile clientilor si cu cei care sunt utilizatori fideli. Se pot trimite notificari, prin e-mail, cu privire la aparitia unor noi produse, upgrade-uri sau ultimele noutati ale companiei.

Solutiile comertului electronic se pot folosi pentru a:

- reduce numarul tranzactiilor din ciclu de afaceri
- urgenta procesarea tranzactiilor comerciale
- reduce costul in procesarea tranzactiilor comerciale.

2. Marketing de retea

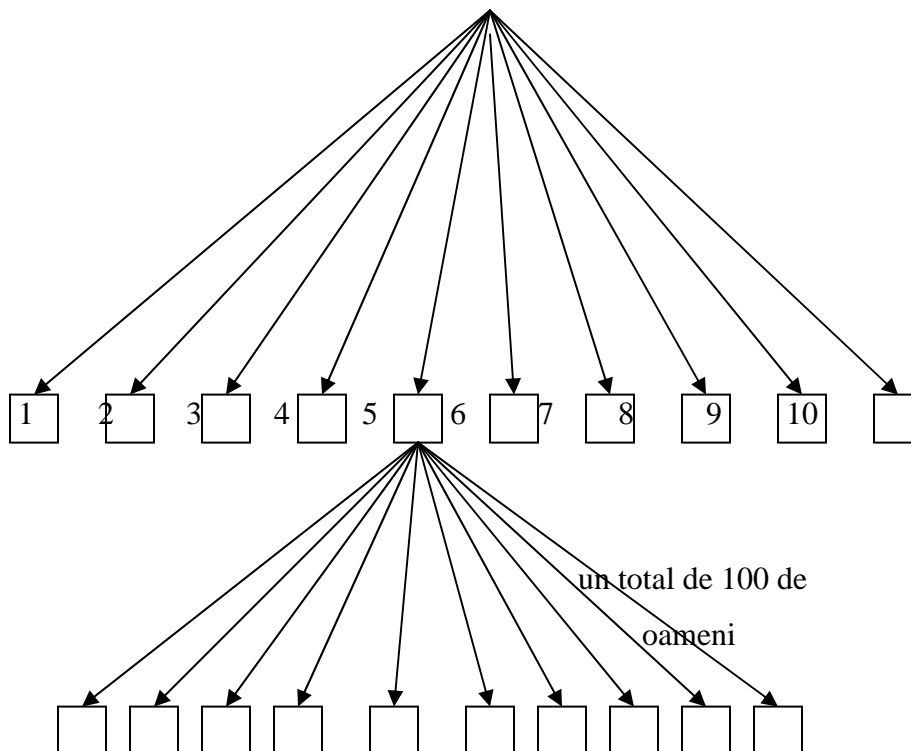
2.1 Rețele de oameni și de calculatoare

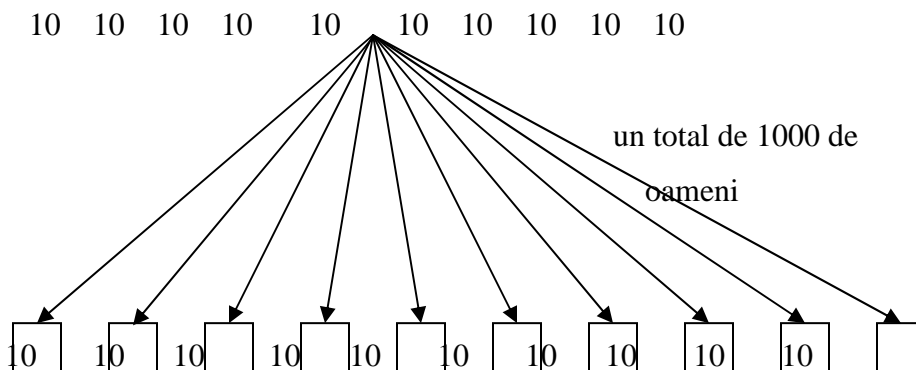
„Dacă ar trebui să numesc un singur atribut care îi definește pe majoritatea oamenilor de afaceri de succes, ar spune că acesta este capacitatea lor de a crea rețele de contacte.” (Harvey Mackay- autor al unor cărți de succes și om de afaceri).

De fiecare dată când există un grup de indivizi care au un interes comun și o metodă de a transmite și de a primi informații, se creează o rețea. Cea mai elementară rețea o formează membri unei familii. O altă rețea sunt parteneri de afaceri, oameni cu care lucrăm zilnic. Fiecare rețea a noastră este conectată la rețeaua unei alte persoane și așa mai departe... În numai câteva minute sau zile, informațiile - atât pozitive, cât și negative - pot fi trimise și recepționate de zeci... sau sute de oameni care nu s-au întâlnit niciodată și care pot locui aproape oriunde în lume.

Să presupunem că tocmai ați vizionat un film extraordinar. Este de așteptat să recomandați filmul la cel puțin zece oameni din diferitele dumneavoastră rețele. Să ne imaginăm că acești zece oameni recomandă filmul la zece dintre cunoștințele lor și așa mai departe... se formează o inter rețea care arată cam așa

Graficul nr.2: **Inter- rețea personală**





Dupa cum se poate observa, in cateva zile, sute de oameni pot afla parerea unei alte persoane despre film. Peste cateva saptamani sau luni, aceasta cifra ar putea creste pana la cateva mii! Acesta este o exemplificare simplificata in care operationeaza inter-retelele noastre personale. Aceasta este si motivul pentru care marketingul prin cuvinte nescrise este o metoda de promovare atat de eficienta.

Retele au existat inca de cand membrii primului grup de vanatori sau de culegatori au stat de vorba in jurul unui foc acum mii de ani. Indivizii din specia umana sunt animale sociale, iar pentru noi, retelele de contacte sunt la fel de firesti ca respiratia. Incepem de tineri si continuam sa dezvoltam retelele de contacte pe parcursul intregii vietii. Pe masura ce ne simtim mai confortabil si devenim adepti retelelor de contacte, ele devin o parte indispensabila a vietii noastre.

Retelele umane s-au dezvoltat si au devenit mai eficiente pe masura ce au aparut nio tehnologii de comunicare—intai discursul... apoi scrisul...apoi telegraful... apoi telefonul...apoi faxul... si, in cele din urma computerul. La numai cativa ani de la inventarea computerului personal, conceptul de retea mica, privata, s-a dezvoltat si s-a transformat in colosala inter retea mondiala numita Internet.

Diferenta dintre inter-retelele noastre personale, care folosesc o tehnologie primitiva, si inter-reteaua mondiala de inalta tehnologie a Internetului este comparabila cu diferenta dintre noapte si zi. Principiul fundamental al cresterii de retele ramane acelasi – oameni avand aceleasi interese transmit si primesc informatii.

Viteza... dimensiune... putere... si interconectare – Internetul a sporit si a dezvoltat fiecare dintre aceste patru trasaturale intre-retelelor intr-un grad uluitor. Asa cum spunea, principiul fundamental al crearii retelelor ramane valabil. Dar in loc sa dati un telefon si sa comunicati cu un singur membru al inter-retelei personale, prin intermediul Internetului puteti scrie un mesaj

electronic si puteti comunica cu milioane de membri iar ei au posibilitatea de a va raspunde.

Internetul inseamna crearea unei retele cu viteza luminii.

Un mare avantaj al Internetului, pe care majoritatea utilizatorilor il pierd din vedere este acela ca nimeni un computer nu este cu nimic diferit fata de altul pe Internet toti oamenii sunt aceiasi pe Internet, nu conteaza studiile, varsta, infatisarea, culoarea; acestea nu au nici un fel de importanta pe Internet.

Jhon Naisbitt exprima cel mai bine aceasta idee: „*Cu cat este mai mare economia mondiala, cu atat sunt mai puternici jucatorii marunti.*”. Ei bine, economia mondiala este mare si continua sa se dezvolte datorita Internetului.

Fiecare om conectat la Internet are putere egala sa cumpere, sa vanda sa informeze, sa protesteze, sa faca plangeri, sa se instruiasca – prin Internet se poate realiza orice va trece prin minte!

2.2. Marketingul in retea o adevarata „afacere de vis”

Cu totii am primit scrisori de la centrele comerciale, care isi anunta: „Marea Inaugurare” sau „Reduceri uriase de preturi cu ocazia sarbatorilor”. Topica si termenii alesi se pot schimba dar mesajul ramane mereu acelasi: „**DATI-NE MAI MULT DIN BANII VOSTRI, CASTIGATI CU TRUDA!**”

Nu ar fi minunat sa primiti o scrisoare prin care un centru comercial sa va anunte ca ei vor sa va dea bani, in loc sa fie invers?

MEGACENTRU COMERCIAL

Dragul si valorusul nostru client,

Va multumim pentru ca folositi si recomandati produsele si serviciile numeroaselor magazine din centrul nostru comercial.

Alaturat veti gasi cecul dumneavoastra lunar, care include(1) reduceri pentru cumparaturile pe care le -ati facut personal(2) bonusul dumneavoastra pentru „economi aduse prin publicitate” si (3) comisioanele ce vi se cuvin pentru cumparaturile facute dde prietenii, rudele si cunostiintele dumneavoastra, carora le-ati recomandat centrul nostru comercial.

Buletin de plata lunar

Reduceri pentru cumparaturi personale dolari	20
Economi lunare aduse prin puplicitate dolari	20
Comisioane pentru recomandarea facuta altor clienti dolari	400

Va suntem recunoscatori pentru sprijinul dumneavoastra constant si speram ca luna viitoare sa va trimitem un cec pentru o suma si mai mare dde bani.

Cu sinceritate,

DI Drector alMegacentrului Comercial

Cine a primit vreodata o astfel de scrisoare?... de ce nu nu este adevarat ca daca o persoana si inter-reteaua respectivei persoane ar inceta sa mai cumpere Megacentrul Comercial ar pierde cateva mi de dolari si nu ar mai putea economisi bani destinati publicitati?

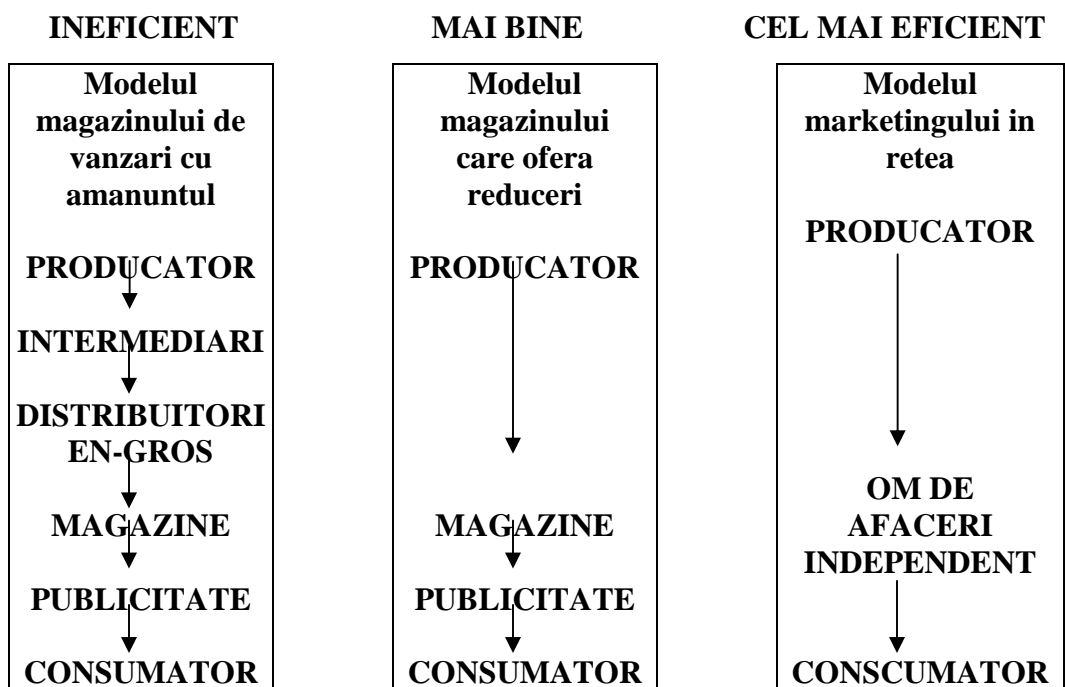
Astazi aceasta problema s-a rezolvat. Exista compani care ofera reduceri clientilor fideli ce aduc noi clienti; in plus companiile isi incurajeaza clientii sa devina asociati, oferindu-le comisioane si bonusuri pentru noile profituri generate de recomandarile lor de la om la om. Exista diferiti termeni pentru a denumi acest concept de recompensare a oamenilor pentru ca recomanda produsele si serviciile pe care ei le folosec in mod curent si pe care ei oricum le recomanda. A fost numit marketing prin recomandari sau dela om la om sau mai simplu marketing de retea.

2.3. Cum functioneaza marketingul de retea?

Indiferent ce denumire ati prefera marketingul de retea este simplu de inteles. O companie produce sau distribuie un produs sau serviciu. Apoi compania se asociaza cu o retea de oameni care au propriile afaceri. Compania se ocupa de toate cheltuielile de infrastructura mari, cum ar fi procesul de fabricatie, de ambalare, controlul calitatii, stocarea, cercetarea si dezvoltarea, administrarea, angajatii, conducerea, relatiile cu publicul, procesarea comenzilor, expedierea produselor, si statul de plata, adica cu toata bataia de cap si cheltuielile majore. Cam singurul lucru pentru care o astfel de companie nu plateste este publicitatea. Aici intervin oameni de afaceri independenti. Ei comercializeaza produsele companiei, iar compania ii recompenseaza pe oamenii de afaceri independenti, platindu-le comisioane si bonusuri din banii pe care compania ii economiseste din publicitate. Procter&Gamble cheltuiește pentru publicitate doua miliarde de dolari anual, si imaginati-va ca nu se stie daca aceasta va avea rezultatul scontat..

Parteneriatul dintre o companie si un om de afaceri independent este o situatie din care toata lumea castiga.

Economiile care rezulta din acest model „economic si ieftin” pot fi folosite acum pentru a-i plati pe partenerii independenti care fac produsul sa circule, dupa cum reiese din diagrama de mai jos:



Multe persoane se gandesc ca nu ar putea aduce in retea 1000 de persoane nici nu trebuie retea sa se dezvolta exponential exact ca in Graficul 2. Este suficient sa spui la 10 persoane pentru ca in scurt timp sa afle 1000. Singura diferenta este ca nu le vorbim de un film sau un megacentru comercial ci de propria afacere de marketing de retea.

Acest concept de retea este foarte asemanator cu francizele numai ca acelea se dezvoltă liniar, spre deosebire de creșterea exponentială a rețelelor care sunt dinamice.

O singură persoană pe lună va poate îmbogăți. O dată ce acea persoană este convinsă să se alature afacerii, să se bucure de mai multă libertate, admirație, fericire și siguranță. Apoi în cea de a doua lună, există deja doi parteneri care muncesc împreună și vă ajută să aducați pe cineva și aduceți și dumneavoastră un alt partener. Dacă acest circuit se continuă timp de un an de zile puteți avea la sfârșitul acelui an o organizație de 4069 de oameni!

2.4. Cum apare acest concept

În 1992, Richard Sears, fondatorul companiei Sears, Roebuck and Co., a pus bazele unei companii de vânzări prin catalog. Sears a fost cel mai important inovator în domeniul marketingului și ambiția lui a fost să construiască cea mai mare companie de vânzări prin catalog din Statele Unite. El a distribuit cataloage gratuite clienților și pentru comenzile făcute de ei sau inter-rețeaua lor, erau răsplătiți cu puncte, în schimbul cărora achiziționau produse gratis. Cuvântul nescris, marketingul de la om la om a ajutat compania lui Sears să devină una dintre cele mai mari companii din lume.

În 1940 o firmă numită California Vitamins a descoperit că toți reprezentanții ei de vânzări începuseră să lucreze pentru companie în calitate de clienți satisfăcuți. Organizația a mai descoperit că era mai ușor ca foarte mulți oameni să folosească și să vândă câteva produse, decât să găsească o mână de vedete care puteau vinde singure cantități uriase.

Asadar firma a combinat cele două idei și a proiectat o structură de marketing și de recompensare care îi încurajă pe reprezentanții de vânzări să recruteze noi parteneri de distribuție din rândul clienților mulțumiți, dintre care cei mai mulți erau prieteni sau membri ai familiei oferindu-le bonusuri în funcție de volumul de cumpărături generat de întregul grup. Rezultatele au fost uimitoare. Marketingul de rețea se născuse.

Câteva ani mai târziu compania și-a schimbat numele în Nutrilite și astăzi este lider mondial în suplimentul de alimentație. Doi dintre cei mai de succes distribuitori ai companiei erau Jay Van Andel și Rich DeVos. Ei au înființat propria companie de marketing de rețea care astăzi este de

asemeni un lider pe piata mondiala in ceea ce priveste calitatea produselor. A serviciilor si a profitului.

3. Marketing in retea electronic

3.1. Marketingul in retea si tehnologia

Marketingul in retea nu a ajuns de unde era in vremea lui Richard Sears acolo unde se afla astazi fara sa faca ajustari majore de-a lungul timpului. In felul cum de la caleasca sa evoluat la trasura asa si marketingul in retea a evoluat renuntand la ce fusese structura de baza adaptandu-se schimbarilor.

De fapt acest concept a facut mereu casa buna cu schimbarile.. s-a aflat mereu in frunte, primind cu bratele deschise instrumentele revolutionare ale tehnologiei, pe masura ce ele apareau pe piata.

Oameni ce faceu parte din afaceri de marketing in retea au fost primii care au folosit telefonul mobil, faxul, pagere, teleconferinte... casete educationale audio si video... casuta vocala... computere personale... transmisiile prin satelit... mesageria electronica s.a.m.d. indiferent la ce tehnologie v-ai gandit ve-ti descoperi ca oameni din domeniul marketingului in retea au fost printre primii care au cumparat-o, folosit-o si au valorificat-o, astfel incat sa-ti valorifice produsele si sa-si cladeasca afacerea.

Ori de cate ori apare pe piata o noua tehnologie, ei isi pun doua intrebari. Prima : ma va ajuta sa economisesc timp, sa am contact cu mai multi oameni si sa-mi consolidez relatiile? Iar a doua: este accesibila si repetabila? Daca raspunsul la aceste doua intrebari este pozitiv atunci urmatoarea intrebare este: „De unde o pot procura si cand pot incepe sa o folosesc?”.

3.2. Marketingul in retea si comertul electronic

In momentul de fata marketingul in retea a inceput sa exploateze cel mai grozav instrument inventat vreodata – computerul personal cu acces la Internet. Internetul le raspunde pozitiv la cele doua intrebari si deci nu mai exista ezitari. Comertul electronic explodeaza si marketingul in retea este acolo gata „sa prinda valul cel mare”. Tehnologia evolueaza rapid si devine din ce in ce mai accesibila oare in toata lumea astazi se vand 50.000 calculatoare pe zi!

Marketingul in retea poate alege sa traiasca si fara Internet... sau oameni de afaceri independenti pot alege sa foloseasca Internetul pentru a ajunge la un alt nivel asa cum au inceput sa foloseasca faxul si telefonul mobil.

Marketingul in retea nu are neaparat nevoie de Internet dar Internetul are nevoie de marketingul in retea. De ce? La ora actuala Internetul se confrunta cu cateva probleme si anume: publicitate scumpa, lipsa loialitati clientilor, produse cu specificatie, forma depersonalizata. Marketingul in retea rezolva aceste probleme pentru comertul electronic produsele lor sunt facute cunoscute de parteneri, nu au nevoie de publicitate, clienti sunt loiali pentru ca este mai convenabil pentru ei sa cumpere din propriul lor mall electronic, clienti stiu ca produsele le vor fi livrate acasa in cel mai scurt timp posibil si nu vor fi pacaliti.

Sa vedem ce s-a realizat din fuziunea unei companii renumite de marketing in retea si comert electronic. In 1999 compania Quixstar infinteaza o companie de comert electronic in America de nord. Filiale ale acestei companii exista in peste 80 de tari la ora actuala cu nume diferit.

A spune ca organizatia a avut un succes instantaneu ar fi prea putin. Dezvoltarea companiei a fost exploziva, chiar si in comparatie cu standardele de rapiditate ale Internetului. Analizati aceste statistici incredibile:

- A douazeci si doua cea mai vizitata pagina web in cea de a treia zi de existenta!
- 100 de milioane de dolari venituri realizate in primele 100 de zile
- 250 milioane de dolari venituri realizate in primele 200 de zile
- O medie de 14 milioane de accesari si de 20 de milioane de vizitatori zilnic
- O medie a vanzarilor zilnice de 2-3 milioane de dolari
- Mii de produse disponibile, provenind de la peste 70 de magazine asociate.

Anexa 1 si 2 este o poza a magazinului virtual Quixtar si Anexa 3 este imaginea magazinului Quixtar din Romania numit VEBSO.

De ce a reusit Quixtarsa valorifice cu succes forta Internetului, in vreme ce atatea alte pagini web de comert se clatina pe marginea prapastiei falimentului? Exista doua motive experienta si capitalul. si 2

Trebuie sa stiti ca organizatia Quixtar a fost fondata de doua dintre cele mai prospere familii de antreprenori din lume familiile EdVos si Van Andel. Aceste familii au o jumatate de secol experienta in afaceri, incluzand firme de succes in vanzari directe... productie si distributie... articole sportive... si imobiliare, pentru a aminti doar de cateva. Timp de decenii, aceste familii au condus afaceri traditionale de distributie, construite din caramizi si mortar valorand milioane de dolari asa ca o afacere pe ininternet era o extindere fireasca pentru acesti proprietari independenti experimentati.

Singuri oameni mai incantati decat consumatorii de Quixtar sunt armatele de proprietari independenti, in continua crestere, afiliati la aceasta pagina web. De ce? Deoarece in primele sase

luni de funnctionare, Quixtar a platit mai mult de 75 de milioane de dolari bonusuri si prime acordate proprietarilor independenti afiliati!

3.3. Un model de afaceri radical pentru un nou mileniu radical

Desi acest model de afaceri ar putea parea radical, au existat multe paradigme modificate de produse, care au aparut ca rezultat al gandirii in perspectiva.

Daca asociati caruta trasa de cai cu motorul cu combustie interna, ce obtineti? Un produs revolutionar – *automobilul!*

Daca asociati o masina de scris si un calculator, ce obtineti? Un produs revolutionar - computerul personal.

Daca asociati comertul electronic si marketingul in retea, ce obtineti? Un produs revolutionar-*marketingul in retea electronic!* Va rezulta un model de afaceri extraordinar cu ajutorul caruia oamenii obisnuiti isi pot dezvoltata exponential afacerile de comert electronic. Este rrevolutionar, este nonconformist. Si este foarte simplu.

ANEXA1

https://www.quixtar.com/lang_ind/sh/partnerstores/default.asp?nav_loc_id=6 - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Home Search Favorites Media Print Mail Yahoo! Personals Games LAUNCH

Address: https://www.quixtar.com/lang_ind/sh/partnerstores/default.asp?nav_loc_id=6 Go Links

Search Web Bookmarks My Yahoo! Mail Yahoo! Personals Games LAUNCH

Google Caută Caută pe pagină PageRank Informații Inapoi Subliniază

Search

QUIXTAR® Search GO

TUESDAY November 11, 2003

contact an ibo | register | shop | customer service | visitor view | press room

[A to Z List](#)
[Specials](#)
[How it Works](#)

[Apparel](#)
[Auctions](#)
[Auto](#)
[Baby & Maternity](#)
[CatalogCity](#)
[Communications & Wireless](#)
[Computers & Software](#)
[Financial](#)
[Food](#)
[Gifts & Flowers](#)
[Hardware](#)
[Health & Personal Care](#)
[Home, Garden & Pets](#)
[Music, Movies & Magazines](#)
[Office](#)
[Sports & Fitness](#)
[Toys & Hobbies](#)
[Travel](#)
[Savings Partners](#)
[Hotel Savings](#)

SCRAPBOOKBUZZ Superstore!

Partner Stores & Services

Partner Stores & Services ... bringing you quality, variety and convenience. Proudly featuring these great brands -- and many more, too! Visit the category links on the left to see all of our great offerings.

Special discounts from IBM
Click for details!

Done

ANEXA2

Visitorview

Find out more about Quixtar

- ▶ [The Opportunity](#)
- ▶ [The Company](#)
- ▶ [Our Support Network](#)
- ▶ [Home, Health, Self and Options Products](#)
- ▶ [Exciting Brands in the Store for More™](#)
- ▶ [Partner Stores & Services](#)
- ▶ [Business to Business](#)



Ready to register

Wow! I'm impressed - I'm ready to [register](#). I have been referred by an IBO and I know that persons IBO (Independent Business Owner) number and name.

Don't have a sponsoring IBO?

I'm impressed and would like to register. How can I get an IBO to [sponsor me](#)?

Tell me more...

I'd like to learn more about Quixtar. I'll use the links at the left.

Review the details

- [Independent Business Ownership Plan](#)
- [Registration Agreement](#)
- [Business Reference Guide](#)

ANEXA 3

VebsO RO - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address <http://www.vebso.ro/v.s?u=33BDE8892C121B&p=2&o=1&e=30>

Search Web Bookmarks My Yahoo! Mail Yahoo! Personals Games LAUNCH

Google Caută Caută pe pagină PageRank Informații Inapoi Subliniază

Produse exclusive de portofoliu Telefon: (021) 801 36 39

căutare produs exclusiv de portofoliu

căutare și în descriere

Sugestie: Pentru căutare multiplă Sku (cel mult 5) introduceți codurile, separate cu virgulă

Coș de produs exclusiv de portofoliu
Coșul Dvs. este gol

Coș de produs partener
Coșul Dvs. este gol

Produse exclusive de portofoliu

- Oferte de CRĂCIUN
- Artistry™ - Produse pentru întreținerea tenului
- Artistry™ - Produse cosmetice
- Parfumi fine de damă și bărbațești
- Linia de ciorapi de damă Amway Fashion for Legs™
- Suplimente nutritive Nutrilite™
- Magna Bloc™
- Produse pentru îngrijire personală
- Produse de menaj și îngrijirea locuinței
- Literatură
- Seturi și produse auxiliare
- Pachete de produse
- Produse de catalog

Bine ați venit la VEBSO!

Amway
La mulți ani Amway România!

NOU!

Disponibil acum, noua formula a Esenței pentru ten BRIGHT IDEA. Comanda nr. **100790** înlocuiește vechiul număr de comanda **9648**

CONTRACTUL DE MODIFICARE A ȚĂRII

Download formular de "Contract de modificare a țării". Pentru a deschide acest fișier aveți nevoie de Acrobat Reader. Acest software este gratuit. Îl puteți descărca de la adresa <http://www.adobe.com/support/downloads/main.html>

Biroul meu

- 1 Email
- 0 Comandă
- 0 Vizitator
- 0 Notiță

INTER SPORT

EUROCOR!

articole pentru birou

MAG

HUMANITAS
carta cu dinuz

Cartea veche

Music Shop

AVANGLION

Whirlpool
Electrica Canada

KARSTOUR

Julia

Wilson

Internet