



ТЕХНОЛОГИИ ОБМАНА

ИСПОВЕДЬ БЫВШЕГО АМВЕЕВЦА

**Виктор Сысоенко
2009**

Введение

Зовут меня Виктор Сысоенко и я бывший НПА Amway. «Попасть» в Amway угораздило меня благодаря стараниям моей матери, которая перед этим два года компостировала мне мозги «этим бизнесом». Меня поначалу раздражало это занятие, но потом пошло-поехало семинары, книжки, закупки товара на бешеные суммы дабы «добрать до процента», короче затянуло. В итоге я даже бросил свою работу и занялся только этим.

О том, как здесь умело давят на психику, расскажу позже. Вообще со временем я начал прозревать, тем более бюджет мой начал «стонать» от регулярных закупок амвеевского товара. Считаю, что достаточно хорошо за 4 года построения «этого бизнеса» изучил систему окопачивания.

Сразу скажу, чтобы отсеять все споры о товаре, буду вести речь о пирамидной составляющей Amway.

Глава 1. Network 21 как пирамидная надстройка Amway

Network 21 – так называемая школа успеха, построения бизнеса. Мне известны две такие школы, эта и „Альянс брильянтов”. Хотя говорят, что их существует гораздо больше, утверждать не буду. Ее основатель американец-амвеевец Джим Дорнан. Время основания – примерно 25 лет назад.

По сути, если фирму Amway отделить от Network 21 то она окажется обычной торговой фирмой которая продает товары ежедневного спроса. И тут к ней нет вопросов, заходи в супермаркет и покупай. Изюминка в том, что кроме Нетворка у Amway нет других каналов продвижения товаров. Ну а уж система Network 21 сделает, так что тысячи адептов этого культа влюбятся в товар и будут торочить о нем везде, где б ни находились.

Защитники культа, в ответ на обвинения в лохотронстве и мошенничестве, приводят в оправдание решение суда от 1959 года по иску ФРС, по которому с Amway сняты обвинения в мошенничестве. Система права у америкосов прецедентная, то есть если суд один раз вынес какое-либо решение, то оно ложится в основу всех последующих судебных решений, даже если первое было принято фиг знает в каком веке. Тогда Амвею удалось отмазаться, мол продаем шампуни и витаминки, а не просто строим голую пирамиду.

Таким образом, Network 21 и есть обычная пирамида, ловко замаскированная товарами Amway. Они как близнецы существуют неразрывно и ассоциируются как одно целое, потому как друг без друга их существование бесполезно.

И здесь опять обратим внимание на маленький нюанс – фирма Amway юридически никак не связана с системой Network 21, а последняя официально вообще не существует. Для примера возьмем сайт Нетворка www.n21europe.com На украинском сайте в копирайтах значится некое ООО „Нетворк Украина”, однако на самом сайте нет ни адреса, ни телефонов, никаких координат кроме емейла, с которого никто не отвечает. Как думаете серьезная фирма может так работать?

Глава 2. Семинары Network 21

Вы наверно сильно удивитесь, но фирма Amway никакого обучения и семинаров не проводит и, как было сказано, формально к этому отношения не имеет. А то, что люди на семинарах рекламируют ее товар, то это их личные проблемы.

Чему учат на семинарах? Фактически никакого обучения там и нет. Поэтому они и называются мотивационные. За основу взяты принципы психологической обработки, которые используют церковные секты, которые опять же пришли к нам из Америки. Но об этом чуть ниже. Система Network 21 это всего лишь небольшой свод правил, основанный на опыте брильянтов. Состоит из 7 шагов к успеху:

1. Мечта.
2. Список знакомых.
3. Приглашение в бизнес.
4. Правильный запуск в бизнес.
5. 100% потребитель.
6. Самообучение – слушать 15 мин в день диски или читать книги.
7. Семинары (ну это святое).

То есть это обычный набор правил известный любому сетевнику и который способна запомнить с первого раза даже макака, если пообещать ей банан. Поэтому у нормального человека возникает вопрос, зачем годами ездить на эти «обучающие семинары»? Все очень просто. Это бизнес в бизнесе. Давайте просто прикинем. Большой уикенд семинар, дворец спорта в Киеве, по-народному «главный шабаш», посещаемость 12 тыс., цена билета 600 гривен. Умножаем, получаем 7 200 000грн. Минусуем стоимость аренды дворца за 2.5 дня, зарплату брильянтов за выступления (примерно 100 тыс.грн., из расчета 1000 евро каждому из десяти), работу тех. персонала. Выручку считайте сами. Такие семинары проходят несколько раз в году. Но есть еще однодневные семинары, проходят с периодичностью примерно раз в два месяца, одновременно в 10 городах Украины. Стоимость билета 100 гривен. Кроме того, есть еще масса мотивационных дисков и книг, которые адепт Амвея должен покупать в добровольно-принудительном порядке. И что характерно, эти диски сами адепты и распространяют друг дружке по спонсорской линии. Нетворку даже не надо тратиться на их рекламу! Вот как ловко. Чувствуете размах бизнеса! Любой шоу-бизнес просто отдыхает.

Продажа билетов на семинар тоже происходит интересно. По спонсорской линии, то есть по цепочке. Никаких налогов тут естественно никто не платит. Доказательств покупки у тебя нет, то есть закон «О защите прав потребителей» тут не работает. Вернуть билет можно только своему спонсору, устроив предварительно небольшой скандалчик. Система обещает вернуть деньги только за уикенд семинар, если он тебе не понравится. Но возврат тоже устроен хитро. В билете мелким шрифтом написано, что его можно вернуть представителю Network до 11 утра воскресенья (последний день семинара). Если это честный бизнес, то почему только до 11 утра? А как выглядит этот представитель и где его искать вообще неизвестно.

Цель, которая закодирована в мозг любого адепта Амвея - выгащить знакомого на семинар. Как мне сказал один из лидеров - твое дело любой ценой выгащить человека на семинар, а там уже не беспокойся, там с ним «сделают все что нужно». Одна лидер даже призывала нас дарить билеты, дабы промотивировать жертву поехать на семинар. И мы дарили и теряли свои деньги, потому что многие не приходили.

Вообще семинарам отведена особая роль в жизни амвеевца. Семинар культивируется как отдушина в этой жизни. Один лидер на семинаре говорил, что он живет от семинара к семинару, мол, настоящая жизнь только на семинаре, а между семинарами это не жизнь, а так мученье. Семинар для амвеевца это избавление от всех проблем: выпивает муж - тебе надо на семинар; проблемы со здоровьем - срочно на семинар; неприятности на работе - так купи билет на семинар, чтобы бросить работу и стать успешным. Со сцены постоянно вкладывают в уши, что настоящий бизнес это бизнес Amway. А обычный традиционный бизнес «уже отмирает» и им занимаются только лузеры, не знающие, что есть самый лучший бизнес - бизнес Amway.

Глава 3. Сказки и ложь Amway

Красной нитью всех выступлений на семинарах «амвеевских жрецов» проходит намек на то, что, мол, построить Amway может обыкновенный дебил. Бриллианты и прочие лидеры со сцены постоянно демонстрируют, что они дилетанты практически во всем, работать толком они не умеют, разобраться с техникой не могут, послать СМС-ку для них проблема. То есть постоянно демонстрируют, посмотрите, мол, какие мы дурачки, ничего не умеем, а такой бизнес построили. А вы же молодые, грамотные, и т.п., вы уж точно постройте этот бизнес! А то, что эти бриллианты начали Amway в 90-е, когда о нем никто не слышал, то это конечно умалчивается. А также то, что в Amway зарабатывают не более 2% всех амвеевцев. Об этом также на семинарах разумеется ни слова. Остальные 98% оплачивают красивую жизнь этим двум процентам. В принципе все как в обычном лохотроне.

Время от времени в амвеевских кругах запускаются некие басни рассчитанные похоже на полных идиотов. Изначально они, как правило, озвучиваются на семинарах, а потом передаются из уст в уста в «домашних кружках» и на открытых планах, называемых «open».

Например, рассказывается про некую успешную в Amway тетку, назовем ее Мария Ивановна. Так вот приходит, как-то к ней домой ее спонсор, а у Марь Ивановны вся квартира завалена деньгами, здоровенные кучи денег лежат по углам, аж пройти нельзя. Спонсор и говорит ей, мол, Марь Иванна чего ж ты так захламилась, деньги-то надо в банках хранить.

То есть цель этой басни показать, что Мария Ивановна настолько глупа и необразованна, что даже не знает, что существуют банки, где и надо хранить деньги. Но видите, даже такая тетка смогла построить этот бизнес, а вы же молодые, грамотные ну и т.д.

Подвох басни в том, что Amway деньги наличными не платит. Чтобы получать в Amway деньги надо зарегистрировать ЧП, открыть в банке счет, подписать с Amway договор, предварительно отправив туда кучу документов. Далее надо заплатить налог и предоставить квитанцию Amway. Да, Amway даже контролирует уплату вами налогов! Хотя никакого права на это не имеет. После этого надо подписать с Amway акт выполненных работ и только после этого Amway перечислит на ваш банковский счет деньги. Как вы думаете после всего этого Мария Ивановна может не знать о существовании банков?

Другая басня. Вышел как-то из тюрьмы некий зек. И было у него три дороги: одна обратно в тюрьму, вторая в неизвестность, а третья в Amway. Ну, он, конечно, пошел в Amway. А поскольку денег не было, то взял он в аренду костюм и начал строить бизнес. И естественно стал бриллиантом. Цель этой басни показать, что этот бизнес можно построить «хоть нагишом», без копейки в кармане, однако это большое заблуждение.

Подвох басни в том, что по правилам самого Амвея, которые написаны в книжке из второго стартового пакета, людям, имеющим судимость, запрещается участвовать в бизнесе Amway. Да вот только кто ж эти правила читает.

Следующая басня про наследство от Amway. В план-маркетинге Amway говорится, что все заработанное в Amway передается в наследство наследникам, вплоть до пятого колена. То есть Amway будет платить деньги, по сути, из своего кармана. Давайте разберемся, на основании чего дистрибьютор Амвея получает деньги. Как я уже сказал с Amway надо подписать договор и после этого дистрибьютор получает статус НПА. Это обычный договор на оказание услуг. Но составлен так, что Amway может все, а вы ничего. Amway в любой момент может его расторгнуть без объяснения причин. В этом договоре указан ваш индивидуальный номер. По сути, ваш бизнес это ваш номер, запись в базе данных амвеевского компьютера. Деньги дистрибьютор получает за товарооборот нижних уровней, а также премии за лидерство от Нетворк21. А теперь подвох – что происходит с договором дистрибьютора после его смерти? А ничего, этот договор на услуги просто аннулируется. По законодательству договор прекращается с момента смерти одной из сторон договора. То есть передать этот договор по наследству юридически невозможно. Это вам подтвердит любой юрист. Поэтому платить наследство это добрая воля Амвея, захочет заплатит, не захочет, скажет извините кризис. Доказать ничего не сможете.

На сайте Amway публикуется информация, мягко говоря, не верная. А попросту ложь. Например, Amway частенько повышает цены на товар (каждый раз на 10-15%) мотивируя тем, что идет инфляция. Сначала на сайте размещают информацию о повышении цен и увеличении стоимости баллов (чем дороже 1 балл, тем лучше для амвеевца). Однако потом повышение цен происходит, а повышение баллов нет. А объявление с сайта быстренько снимают. На возмущения некоторых амвеевцев, в офисе предлагают написать заявление директору. Ну, разве не наивно? Кому нужно заявление какой-нибудь тети Нюры, когда все уже решено амвеевскими боссами в Америке!

В конце 2009 Amway бойко рапортовал об увеличении оборота на 18%. Это очень большая цифра для одного года. Но позвольте, что обусловило такой внушительный рост? Чем вообще может обеспечиваться рост компании:

- 1. Открытием новых рынков – ни один новый не открыт.**
- 2. Введением новых товаров – не было ввода товаров.**
- 3. Увеличением количества дистрибьюторов – количество в 2009 наоборот сокращалось.**
- 4. Снижением цены на товар – однако, в 2009 Amway наоборот несколько раз повышал и без того грабительские цены.**

Кроме того, 2009 год – разгар кризиса, все бизнесы сократили объемы, а Amway наоборот вырос на 18%, за счет чего?

Так что все что говорит Amway надо воспринимать наоборот, говорят был рост на 18%, что надо понимать как спад. Не потому ли в 2009 был уволен генеральный директор «Емвей-Украина» Емельянов?

Глава 4. Психотехники Amway

Анализируя методы психологической манипуляции, применяемые Amway, я пришел к выводу, что и церковные секты разных мастей и Amway, используют схожие способы запудривания мозгов. Цель и тех и этих – одна и та же – выкачать как можно больше денег с зомбированных ими людей. Если церковная секта сосет деньги прямо, в виде десятины, то сетевой маркетинг выкачивает деньги через товар, путем установления завышенных цен на обычный, хотя порой довольно качественный товар, приписывая ему чудодейственные свойства.

Для примера рассмотрим фильтр для воды eSpring. Устройство фильтра в двух словах такое: угольный картридж, ультрафиолетовая лампа, которая пропускает через себя воду, обеззараживая ее. Фишка фильтра – электронный чип, призванный контролировать химические показатели воды. По заверениям амвеевцев этот чип контролирует 134 параметра воды. В то время как санэпидемстанция способна контролировать лишь 26 параметров. Стоит этот фильтр около 700 евро. Важный момент, к фильтру поставляется запчасть – кусок резиновой трубки-шланга длиной около метра и металлический фланец-переходник для крана (артикул по каталогу - 100662). Деталь копеечная, в магазине может стоить 5 евро. У Амвея это стоит более 100 евро. За что требуют такие деньги? Поэтому делайте выводы.

Вернемся к фильтру. Если вода не будет соответствовать всем 134-ем параметрам, этот чип просто заблокирует подачу воды. Вы верите в это? Как электронная плата может контролировать содержание в воде солей, металлов, микробов и проч.? Я всегда думал, что для определения химического состава воды ее надо отнести в лабораторию, где добавят реактив, посмотрят в микроскоп и специалист!!! даст свое заключение. Поэтому все это обычное надувательство, однако, преподносится фильтр как нечто совершенное, сделанное чуть ли не инопланетянами по заказу Амвея.

Люди, попадая в Amway перестают думать, они просто тараторят заученные слова, повторяя бред, сочиненный верхними спонсорами. Ведь жить не думая легче. Зачем напрягать мозги? За тебя уже подумал верхний спонсор, а ты просто иди и делай.

Поэтому вывод такой – и церковная секта и сетевой маркетинг это обычный лохотрон. И те, и другие изначально пришли из Америки. А америкосы ничего бесплатно не делают. Например, в ТЦ Амвея платное абсолютно все – каждый кулечек, каждая бумажка продаются с хорошей наценкой. Когда люди приводят в офис Амвея новых adeptов для подписания договора, то сделать у них ксерокопию стоило 1 гривну, в то время как в других местах ксерокопия была не дороже 40 коп. Даже на ксерокопиях зарабатывают!

Но вернемся к теме, как же собственно происходит зомбирование в Amway. Опять же возьмем пример из жизни. Живет на свете такой себе мужичонка-неудачник. Всю жизнь ему говорили, что он дурак. Жена пилила, на работе обижали. И тут он вдруг попадает в Amway, где ему постоянно говорят: ты молодец, ты классный, ты будешь богатым, ты в большом бизнесе и у тебя все получится. Его приглашают на сцену, ему хлопают! И тут у мужичонки «вырастают крылья», да ему за всю жизнь никто доброго слова не сказал, а тут такое! Его постоянно хвалят и ставят в пример, даже если особо и незачто. И со временем мужичонку все сильнее тянет в «клуб успешных и богатых». То есть у человека возникает внутри как бы социальный конфликт: одной ногой он уже вроде как в богатстве, а другой ногой в старой жизни, где «старая» семья, жена и работа, где нет места его новой психологии и мировоззрению. Кстати часто именно описанный фактор приводит к разводу супругов. Спонсор постоянно твердит мужичонке – ни о чем не думай, а просто строй свою линию (пирамиду), за тебя уже подумал твой спонсор. Нам часто говорили со сцены: «отключите мозги» или «тебе не надо думать, просто делай». Такая форма «психологического порабощения» свойственна многим институтам: армия, церковь, государство в целом стремятся превратить личность в стадо, ведь стадом легко управлять, просто бросай ключ и одурманенное стадо побежит куда нужно. А личность думает, анализирует и имеет свое мнение, с ней такой фокус не проходит.

Как только спонсор видит, что наш мужичонка уже плотно «подсел» на Amway и воодушевленно хлопает в ладоши в «клубе успешных и богатых», то, стало быть, пора этого мужичонку доить на деньги. Спонсор говорит: если хочешь построить этот бизнес, тебе надо ехать на семинар. Мужичонка поначалу противится – мол, нету денег на семинар. Тогда спонсор «стреляет» тяжелым аргументом: если не поедешь на семинар, то не построишь этот бизнес и не будешь успешным и богатым. Это конечно пугает мужичонку. Как? Ведь он уже «почти богат». Спонсор тут же дает совет – нет денег, тогда продай товар и заработаешь на билет. Мужичонка берет пакетик и идет продавать зубную пасту. Но спонсор наставляет: если хочешь построить «большой бизнес», ты должен делать в месяц 100 баллов, а лучше 200 баллов (около 250 евро). Так мы видим сотни амвеевцев, снующих по офисам и продающих шампуни, пасту, витамины. При том, абсолютно верящих в свою красивую американскую мечту, приклеенную у них на холодильнике, опять же по совету спонсора.

Правда жизни в том, что эти несчастные, продажей зубной пасты способны заработать лишь на батон с маслом. Но они не унывают, а уверенно покупают билет на следующий семинар, что бы снова и снова отдать дань своему богу – Amway.

Виктор Сысоенко, бывший НПА

Если у вас есть вопросы или просто хотите пообщаться на эту тему, пишите мне на емейл: viksisoenko@gmail.com

Прочитал сам – дай почитать другому! Нет места сектам в наших семьях!