

Марина и Роман Шулов:

## На Уолл-стрит MLM воспринимается как вполне респектабельный бизнес

По итогам 2012 года Евразийской Академией Сетевого Маркетинга на основании экспертных оценок компания PROFITERRA, Inc. была награждена «MLM-Оскаром» в номинации «Премьера года». Спустя год мы встретились с руководителями компании – генеральным директором Романом Шулов и директором по маркетингу и PR Мариной Шулов – чтобы узнать, как развивается «оскароносный» проект. Но в большей степени, признаемся, редакции был интересен свежий взгляд из-за океана на MLM-рынок. Дело в том, что весь 2013 год в связи с рождением дочки Роман и Марина провели в США, где и находится штаб-квартира компании. И только в январе этого года, после тысяч часов конференц-связи и сотен страниц деловой электронной переписки, снова лично встретились с лидерами и топ-менеджерами компании – вначале на корпоративном событии в Израиле, а затем уже и на российской земле.

### ДВА «МАЛЫША» – ЭТО СЧАСТЬЕ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ!

*Прежде всего, разрешите вас поздравить с наиважнейшим событием в жизни каждой семьи – рождением ребенка. В связи с этим в последний год у вас произошло какое-то перераспределение обязанностей в бизнесе?*

**Марина:** Спасибо за поздравления. Что касается наших обязанностей, то в прошедшем году каждый из нас постарался уделить максимальное внимание обоим нашим «новорожденным» – и дочке, и компании. Основная наша структура и часть менеджмента находится по эту сторону океана, но, к счастью, современные возможности телекоммуникаций позволяют сохранять плотный информационный контакт практически из любой точки

мира. Хотя, конечно, и в бизнесе личное общение, «глаза в глаза», по-прежнему ничем не заменить, поэтому сейчас мы активно выполняем его недостаток в прошлом году. Но в целом в прошлом году мы постоянно «держали руку на пульсе», и компанией сделано немало – наша география расширилась на Австрию, Саудовскую Аравию и Беларусь, ...

*И что нового при личном контакте вы открыли для себя в ваших лидерах и менеджерах?*

**Марина:** Так как наша международная конференция в Израиле была для компании первой, личное общение было чрезвычайно полезно как для нас, так и для наших лидеров. Главное, что мы увидели в нашей команде – огромное желание дальнейшего совместного развития, достижения новых успехов, не останавливаясь на первых достижениях (а все участники конференции выполнили необходимые квалификационные условия). Это по-настоящему можно ощутить и понять только при личном общении. И это для нас очень важно. Приятно, конечно, что уровень комфорта и организации конференции, по отзывам участников, превысил их ожидания, но главное – я надеюсь, что наши люди получили ответы на большинство вопросов, возникавших в течение первых месяцев их бизнеса в компании PROFITERRA. Подтверждение того, что уверенность в росте собственных успехов у лидеров выросла, мы стали получать в первый же месяц, последовавший за конференцией в Израиле.

### ОТ УОЛЛ-СТРИТ К MLM – ЭТО НОРМАЛЬНО

*Вопрос Роману. Имея большой опыт в «классическом» бизнесе, Вы пришли в сетевой бизнес, приняв самое активное участие в создании PROFITERRA, Inc. Когда у Вас сформировалось это решение?*

**Роман:** Мой опыт в бизнесе насчитывает более 20 лет, в основном он связан с финансовыми рынками, я имею брокерскую лицензию на Уолл-стрит. С этого я, по сути, начинал как независимый бизнесмен. Параллельно я давно участвую в нашем семей-



ном бизнесе, который связан и с Россией.

Некоторое время назад мой предпринимательский опыт оказался востребованным крупной сетевой компанией, в которой я возглавил департамент, связанный с биржевыми направлениями. Это было шесть лет назад, а вообще моё знакомство с сетевым маркетингом состоялось в 1990 году. Я был «рекрутирован» в одну очень известную компанию прямо на станции нью-йоркского метро! Поверьте, в Америке «холодные контакты» тоже активно практикуются. Мне была интересна новая для меня бизнес-система, но опыт был недолгим, и мой бизнес долгое время не прикасался с MLM.

Поэтому когда ко мне обратились с предложением помочь в биржевых направлениях сетевой компании, я уже представлял саму систему. Но пребывая внутри администрации MLM-компании, я увидел бизнес с другой стороны, в т.ч. отмечал и те ошибки, которые допускаются компаниями.

В итоге возникла мысль совместить мой опыт в «классическом» бизнесе, инвестировании, мои оценки преимуществ и недостатков действующих MLM-компаний для создания собственного проекта с масштабными, фундаментальными задачами.



Одной из главных наших задач было построение компании, в которой бы дистрибьюторы чувствовали себя максимально комфортно, а точнее, и дистрибьюторы и руководство компании чувствовали себя одинаково комфортно. Если говорить глобально – мы хотим предоставить широкий спектр продуктов и услуг, которые способны обеспечить высокий уровень благополучия во всех сферах жизни наших партнеров.

В 90-х годах Джон Милтон Фогт в своем журнале Upline рассчитывал изменения введенного им биржевого «Индекса Upline» - среднего индекса торгующихся на Нью-Йоркской бирже акций сетевых компаний. В начале

2000-х «Планета MLM» также вела свой индекс – MLM Planet Index, где учитывались показатели акций MLM-компаний на нескольких биржевых площадках. Главный вывод был одинаков – акции MLM-компаний в целом «переигрывают» рынок, т.е. растут быстрее индексов ведущих мировых компаний – Доу-Джонса, S&P 500, Nasdaq Composite. Повлияло ли на Ваше решение о создании сетевой компании знания о том, как ведут себя акции MLM-проектов на бирже?

**Роман:** Да, конечно. Этот момент также был одним из определяющих. Действительно, ведущие сетевые компании успешно себя зарекомендовали на фондовом рынке, и я думаю, эта тенденция будет сохраняться, так как я вижу большой потенциал в сетевых компаниях и в сетевом рынке в целом. Наша задача – в том числе помочь нашим партнерам получить дополнительный источник дохода и стабильности, сделав дистрибьюторов частью компании, в том числе, в дальнейшем, и поделившись долей в бизнесе (при выходе компании на IPO).

В течение подготовки открытия и первых лет развития компании были ли вопросы, которые удалось решить благодаря накопленному опыту в линейном бизнесе, пониманию и знанию, с одной стороны, американского и других развитых рынков, а, с другой стороны, - российского рынка?

**Роман:** Да, конечно. Кроме того, наша группа руководителей и соучредителей компании включает как сетевых лидеров, так и лидеров из «линейного» бизнеса. И это очень помогло нам в создании нашей компании, в подготовке к выходу на рынок. И сейчас очень помогает, потому что мы видим картину с двух сторон, и наши внутренние дискуссии помогают находить верные решения. Быть может, если бы была представлена одна часть – только сетевая, или же только «деловая» – ряд проблемных вопросов мы бы и не увидели, но потом бы они встали уже во время работы.

## ОПРЕДЕЛЯЯ ПРИОРИТЕТЫ В БИЗНЕСЕ

Что, в первую очередь, принималось во внимание при выборе продуктовой линейки, и каким образом формировалась сама линия продукции?

**Роман:** Мы видим, что население Земли только увеличивается, и, по мере того, как увеличивается уровень жизни в развитых и развивающихся странах, люди обращают всё больше внимания на своё здоровье. Здоровье – это часть главнейшая составляющая нашей жизни, это то, что сегодня есть, завтра – нет, это настоящая, не виртуальная часть нашей жизни, поэтому мы считаем, что индустрия велнес на многие и многие годы будет наиболее перспективной среди всех направлений.

## «БИЗНЕС ДОМОХОЗЯЕК»? ГОРАЗДО БОЛЬШЕ!

*Как видится из Америки широко распространенный в России миф о том, что в США MLM до сих пор воспринимается большинством как «бизнес домохозяйек», некое маргинальное бизнес-направление?*

**Роман:** Это давно устаревшее мнение. Среди MLM-дистрибьюторов в США можно встретить и бизнесменов, и юристов, выпускников различных университетов. Отношение в целом в обществе к сетевому маркетингу ровное – как к одному из видов предпринимательства, а свободное предпринимательство в целом считается в США одной из основ экономики. Да и на Уолл-стрит MLM воспринимается как вполне уважаемый бизнес.

**Марина:** Весь прошлый год, находясь в Соединенных Штатах, я также постоянно убеждалась что имидж «бизнеса домохозяйек» для сетевого уже в прошлом. Безусловно, это и сегодня хороший шанс и для «классических» американских домохозяйек, но не только, и не столько. Гораздо шире воспринимается обществом. И меня, отдавшей MLM-бизнесу последние 13 лет, это, признаюсь, очень вдохновляет. Как и то, что в имидж MLM постепенно меняется в лучшую сторону и в России.