

LES RÉFLEXIONS DE LÉA : SE POSITIONNER AU SEIN D'UN RÉSEAU MLM

Cette nouvelle rubrique se propose de relater les réflexions d'une jeune internautes étudiante en droit – **Léa** – témoin des pratiques commerciales constatées sur les réseaux sociaux. Elle viendra exprimer régulièrement ses états d'âme ou ses conseils.

Aujourd'hui **Léa** a été surprise par le charabia tourmenté d'un consommateur qui s'efforce d'exprimer ses critères de choix d'un réseau de ventes en MLM (« vente multi-niveau, » terme désormais remplacé par « marketing de réseau » ou « marketing relationnel ») :

« J'ai enfin choisi ma société future (je garde le suspense, ah ah). Merci d'avance, soit d'arrêter de forcer à savoir qu'elle société j'ai choisie, soit d'utiliser la mauvaise foi car j'ai choisi une personne plus convaincante que d'autres, clairement aux deux personnes concernées (qui ne font pas partie de la société que j'ai choisie je le précise) et qui je l'espère se reconnaîtront car elles ne m'ont pas donné envie de rejoindre leur équipe. Sur ce, je vais me relancer dans la joie et la bonne humeur avec une société que j'adore déjà. »

Léa a immédiatement rédigé un commentaire pour tenter de donner quelques critères de choix objectifs et sereins :

« Je ne vois pas trop l'intérêt d'une telle publication, surtout avec un patronyme caché, mais les réactions peuvent être infinies. C'est pourquoi je me permets d'inclure quelques précisions utiles à tous. Rejoindre une "team" est un choix difficile.

*Il existe des critères concrets pour sélectionner un réseau de MLM : l'ancienneté, la réputation sur le net, l'adhésion à la **FVD (Fédération de la Vente Directe)**, la transparence (souvent l'identité de la société est gardée secrète jusqu'à la participation à un webinaire), l'existence d'une entité juridique en France ou du moins dans l'Union européenne (un siège social lointain - Dubaï par exemple - m'inspire peu) , le montant de l'investissement nécessaire (le kit d'entrée, l'abonnement à la boutique digitale) , les garanties apportées, les critères environnementaux, le taux de commissionnement, de VRAIS articles de presse évoquant l'activité de la société.*

Mais d'autres critères sont moins faciles à cerner et peuvent varier au sein de la même société selon l'équipe choisie : le niveau de bienveillance, la pression commerciale, le poids du recrutement de filleuls au détriment de la recommandation du produit ou du service. Rien ne vaut le test consistant à adhérer. Mais il est difficile de le faire pour toutes les propositions similaires recensées ! »



INFO-ALERTE est une mise en garde du Réseau Anti-Arnaques, association loi 1901 partenaire de l'UFC-Que Choisir, BP 40179, 79205 PARTHENAY cedex (contact@arnaques-infos.org).

SIRET : 503 805 657 00049

Reproduction autorisée sous réserve de mentionner l'origine.

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE** (president@arnaques-infos.org)