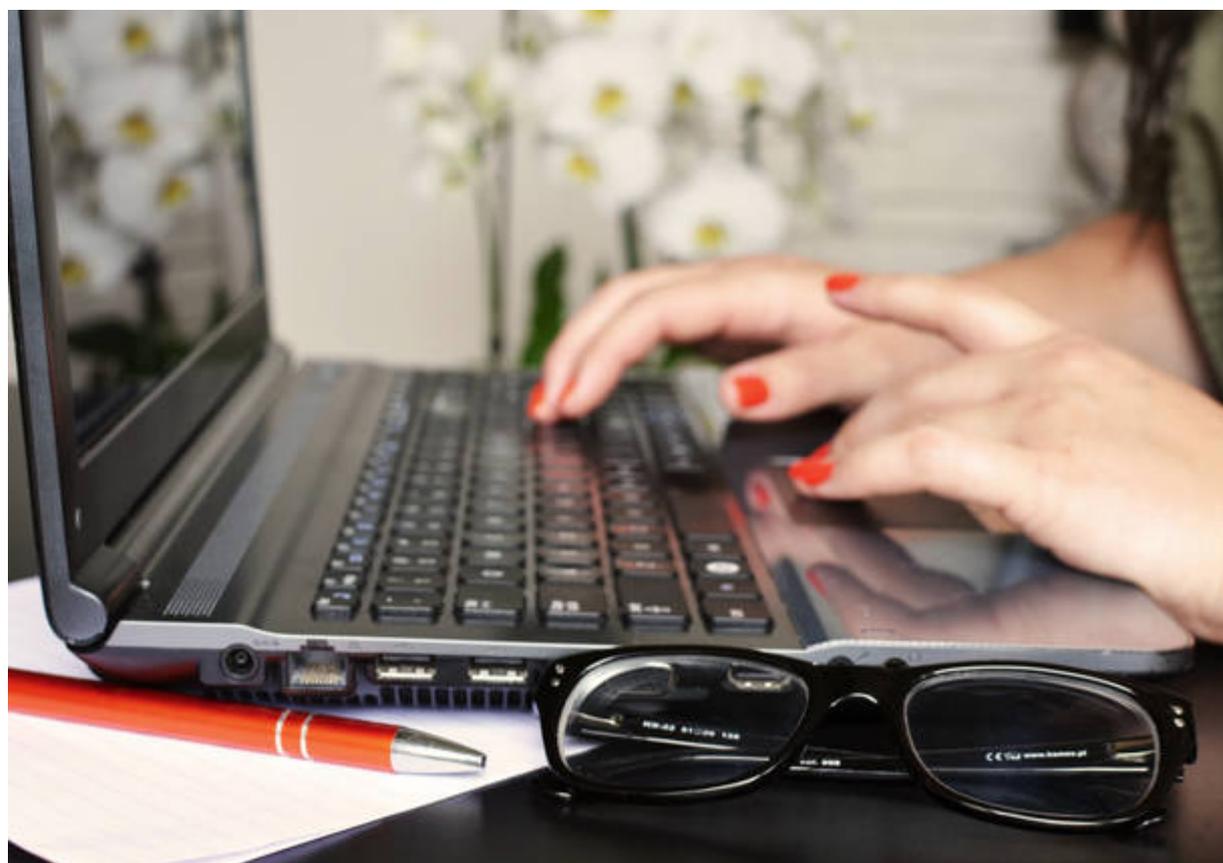


Quando fidarsi del network marketing ACN?

Pubblicato: Venerdì 7 Agosto 2020



Sovente oscuro alla maggior parte delle persone, il termine network marketing viene spesso confuso, da coloro che ne hanno letto o sentito parlare in maniera perlopiù denigratoria, con il più controverso multilevel marketing. E in base a ciò associato con pratiche poco edificanti, quando non addirittura proibite, come le società a struttura piramidale e le catene di Sant'Antonio della compravendita di beni e servizi.

In realtà, le compagnie più serie e consolidate di network marketing, come l'americana [ACN](#) – operante anche in Italia, oltre che in decine di altri paesi –, agiscono in maniera solo apparentemente simile, ma in realtà molto differente. Innanzitutto, il network di rappresentanti indipendenti al servizio dell'azienda non è mai lasciato al proprio destino: il contatto con la casa madre è garantito in qualsiasi momento, in modo tale che i rappresentanti riescano a veicolare al meglio la loro offerta (nel caso di ACM servizi per la casa come, ad esempio, forniture e utenze). Inoltre le compagnie più serie sono solite dotarsi di una sorta di codice etico e/o una carta dei diritti e dei doveri, in modo tale da evitare interpretazioni distorte della policy aziendale, e al tempo stesso di orientare il potenziale cliente verso una scelta consapevole.

Reputazione e presenza di una policy ad alto tasso di tutela del cliente: questi sono, con ogni probabilità, i primi parametri di riferimento per individuare un operatore di network marketing serio e affidabile. Un altro indizio è la mancanza di promesse illusorie: gli operatori seri del settore non garantiscono guadagni stratosferici nel giro di poco tempo, ma offrono l'opportunità di accrescere le proprie entrate mensili con una sorta di secondo lavoro part-time da svolgere da casa propria.

Alla fine, tuttavia, bisogna pur sempre considerare che è il feedback del pubblico a fare la differenza. Nel caso di **ACN opinioni** e commenti sui social media sanciscono senza appello la sua posizione dominante sul mercato, capace di superare di slancio i cambiamenti storici (la società esiste dal 1993) e le abitudini dei compratori. E come avviene per molti altri rami d'azienda – soprattutto nel mondo digitale – il consolidamento della fidelizzazione di un cliente vale quanto l'acquisizione di un nuovo possibile compratore.



Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it