

บทที่ 3

แบบจำลองทางธุรกิจ

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ประวัติความเป็นมา

ปี ค.ศ. 1950 รากฐานที่มั่นคง

ริช เคอ โวส และเจย์ แวน แอนเดล เริ่มธุรกิจของพวกเขาในทศวรรษที่ 1950 โดยเริ่มจากการตลาดขายตรงให้กับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทรีไลต์ และสิ่งที่เขาทั้งสองค้นพบ และยังคงเป็นจริงวบจนปัจจุบันก็คือผู้คน และความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนเป็นหัวใจหลัก ของความสำเร็จไม่ว่าธุรกิจประเภทใด ๆ

ต่อมาปี ค.ศ. 1959 จากห้องใต้ดินที่บ้านของเขาทั้งสอง ณ เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา พวกเขาได้ผลิตสินค้าแอมเวย์ชิ้นแรกซึ่งปัจจุบันเรียกว่า L.O.C. หรือน้ำยาทำความสะอาด อเนกประสงค์ ด้วยความพิเศษของสูตรย่อยสลายทางชีวภาพ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหามลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมจึงทำให้เป็นสินค้าที่ประสบความสำเร็จ และยังถือเป็นการเปิดโลกแห่งโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้คนทั่วไปอย่างกว้างขวาง

ปี ค.ศ. 1960 เริ่มต้นธุรกิจ

แอมเวย์มียอดขายต่อปีสูงขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเพิ่มขึ้นมากกว่า 500,000 เหรียญสหรัฐ เป็นครั้งแรก จากนั้นบริษัทได้ขยายพื้นที่ และย้ายที่ทำการไปยังจุดที่สะดวกมากขึ้นทั้งยังเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ รวมถึงผงซักฟอก เอสเอ 8 ซึ่งออกวางตลาดเมื่อปี ค.ศ. 1961 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเหล่านี้กลายเป็นสินค้าหลักสร้างรายได้ให้กับนักธุรกิจแอมเวย์ และนำไปสู่การเติบโตอย่างมหัศจรรย์ของบริษัทภายในระยะเวลาเพียงไม่กี่ปี บริษัทมีพนักงานเพิ่มขึ้นมากกว่า 700 คน มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ กว่า 200 ชนิด และมีนักธุรกิจแอมเวย์มากกว่า 100,000 ราย

ในปี ค.ศ. 1963 รถ Showcase Bus ได้เริ่มตระเวนไปยังเมืองต่าง ๆ ของสหรัฐอเมริกา เพื่อส่งมอบโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้คนด้วยวิธีการนี้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ และ โอกาสทางธุรกิจที่พิเศษ ไม่เหมือนใคร จึงถูกส่งมอบให้ผู้คนทั่วทุกพื้นที่

ในทศวรรษนี้ความสำเร็จขององค์กรนักธุรกิจแอมเวย์ได้รับการยอมรับ และกลายเป็นต้นแบบของรางวัล และแผนการขาย และการตลาดซึ่งต่อมาได้พัฒนาใช้อย่างต่อเนื่องในตลาดทั่ว

โลกของแอมเวย์ ท่ามกลางความสำเร็จ และความก้าวหน้าในช่วงกลางของทศวรรษได้เกิดเหตุการณ์ร้ายขึ้น เมื่อโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดสเปรย์ของแอมเวย์ได้ถูกไฟไหม้ในปี ค.ศ. 1969

ปี ค.ศ. 1970 การเติบโต

หลังจากเหตุการณ์ไฟไหม้ เจย์ แวน แอนเดล ให้คำมั่นว่าจะก่อสร้างโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดสเปรย์ขึ้นมาใหม่ และจะกอบกู้ธุรกิจกลับคืนมา โรงงานที่พังพินาศได้ถูกสร้างขึ้นใหม่ และยอดขายยิ่งเติบโตมากขึ้นถึง 100 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปลายทศวรรษนี้รถบรรทุกของแอมเวย์ต้องเดินทางมากกว่า 5.23 ล้านกิโลเมตร เพื่อจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าธุรกิจแอมเวย์นับล้านคน ขณะเดียวกันบริษัทก็ขยายกิจการออกไปยังต่างประเทศโดยเปิดตลาดใหม่ถึง 8 ประเทศใน 3 ทวีป จากจุดกำเนิดของธุรกิจแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน ธุรกิจแอมเวย์ได้เติบโตอย่างรวดเร็ว และเพื่อให้ทันต่อการขยายตัวทางธุรกิจ โรงงานผลิตสินค้าได้ขยายพื้นที่ออกไปทั่วโลกเป็นระยะทางมากกว่าหนึ่งไมล์ จนเป็นโรงงานที่มีแหล่งผลิตพลังงานของตัวเอง มีโรงงานบำบัดน้ำเสีย พร้อมโรงงานรีไซเคิล มีรถรับ-ส่งพนักงานระหว่างอาคารต่าง ๆ ภายในโรงงาน และแผนกดับเพลิง

ปี ค.ศ. 1980 ธุรกิจฟื้นคืน

นับเป็นครั้งแรกที่แอมเวย์มียอดขายมากกว่าหนึ่งพันล้านเหรียญสหรัฐ ธุรกิจแอมเวย์จึงได้ขยายสำนักงานใหญ่ ในเมืองเอด้า รัฐมิชิแกน และได้สร้างโรงงานผลิตเครื่องสำอางแห่งใหม่ ที่ซึ่งผลิตภัณฑ์อาร์ทิสทรีได้รับการวิจัยพัฒนา และผลิตขึ้น แอมเวย์ยังเป็นผู้บุกเบิกคิดค้นผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่ ๆ และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก อาทิ เครื่องกรองน้ำแอมเวย์ ปัจจุบันพัฒนาเป็นเครื่องกรองน้ำอีสปริง (E-Spring) ซึ่งยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดลำดับต้น ๆ ในปัจจุบัน ขณะเดียวกันผลตอบแทนสำหรับนักธุรกิจแอมเวย์ก็ได้รับการพัฒนาตามไปด้วย โดยมอบรางวัลให้มากยิ่งขึ้นเพื่อให้ยังคู่ค้ำกับความพยายามทุ่มเทในการสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจของพวกเขา แอมเวย์ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และได้รับการประกาศเกียรติคุณเป็นผู้นำองค์กรธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อม และเป็นผู้สนับสนุนการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม โดยได้รับรางวัลอันทรงเกียรติ United Nations Environmental Programme Achievement Award ในปี ค.ศ. 1989 นับเป็นครั้งแรกที่แอมเวย์มียอดขายมากกว่าหนึ่งพันล้านเหรียญสหรัฐ ธุรกิจแอมเวย์จึงได้ขยายสำนักงานใหญ่ ในเมืองเอด้า รัฐมิชิแกน และได้สร้างโรงงานผลิตเครื่องสำอางแห่งใหม่ที่ซึ่งผลิตภัณฑ์อาร์ทิสทรีได้รับการวิจัยพัฒนาและผลิตขึ้น

ปี ค.ศ. 1990 รุ่งอรุณ

จากการเดินทางรอยเท้าพ่อ สตีฟ แวน แอนเดล และดัก เดอไวส์ ได้รับช่วงการบริหารธุรกิจต่อจาก เจย์ และริช ในฐานะประธานกรรมการ และประธานบริษัท แอมเวย์คอร์

ปอเรชั่น ขณะเดียวกันผู้นำรุ่นใหม่ ๆ ก็เกิดขึ้นในหมู่ครอบครัวของนักธุรกิจแอมเวย์ และสร้างความสำเร็จอย่างต่อเนื่องต่อจากพ่อแม่ของตน เช่นเดียวกัน พร้อม ๆ ไปด้วยยอดขายที่ขยายตัวถึง 5 พันล้านเหรียญสหรัฐ

ณ รัฐแคลิฟอร์เนีย การวิจัยค้นคว้าของนิวทรีไลท์ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการลดน้ำหนัก และสุขภาพเริ่มเผยแพร่สู่สาธารณชน ในชื่อของศูนย์วิจัย และพัฒนาเรห์นเบอร์ก (Rehnberg Center of Nutrition and Wellness) ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น สถาบันสุขภาพนิวทรีไลท์ ในทศวรรษนี้เองที่ทั่วโลกทั้งบริษัทแอมเวย์ในระดับภูมิภาค และระดับประเทศยังคงให้การสนับสนุนองค์กรนักธุรกิจแอมเวย์ด้วยวิธีการดำเนินธุรกิจผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (e-commerce) เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจของแอมเวย์ไปสู่โลกไซเบอร์สเปซ (Cyberspace)

ปี ค.ศ. 2000 ก้าวสู่ฟ้าใหม่

ในปี 2000 แอมเวย์เตรียมพร้อมก้าวสู่ศตวรรษใหม่ กับยุคสมัยที่นำต้นตอเดิมเกือบ 50 ปี หลังจากที่แอมเวย์ก่อตั้งขึ้น ครอบครัว เดอ ไวส และแวน แอนเดล ได้ปรับโครงสร้างใหม่ขององค์กรเพื่อไปถึงความท้าทายแห่งศตวรรษใหม่ โดยก่อตั้ง อัลติคอร์อิงค์ ขึ้นเป็นบริษัทแม่ ประกอบด้วยบริษัทในเครืออันได้แก่ แอมเวย์คอร์ปอเรชั่น ธุรกิจขายตรงด้วยระบบการตลาดหลายชั้น, คลินิกสตาร์อิงค์ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตอเมริกาเหนือ และแอ็คเซส บิสเนส กรุ๊ป แอลแอลซี ดำเนินการผลิต และจัดส่งสินค้าคุณภาพให้กับบริษัทสาขาของอัลติคอร์ และบริษัทอื่นๆ ทั่วโลก

อัลติคอร์ บริหารงานโดย สตีฟ แวน แอนเดล ประธานกรรมการ และดัก เดอ ไวส ประธานบริษัท ร่วมไปกับคณะผู้บริหารระดับนโยบาย ทำให้แต่ละบริษัทในเครือโดยเฉพาะแอมเวย์ สามารถใช้จุดแข็งของตนเองในการบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยที่แอมเวย์ยังคงเป็นธุรกิจขายตรงชั้นนำระดับแนวหน้าในระบบการตลาดหลายชั้น และยังคงยึดมั่นในหลักการพื้นฐาน คือ อิสรภาพครอบครัวความหวัง และรางวัลซึ่งยังคงเป็นความจริงจวบจนปัจจุบันเหมือนอย่างที่เคยเริ่มต้นมาในอดีต

ประวัติของบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท แอมเวย์ ประเทศไทย จำกัด
ก่อตั้ง	4 พฤษภาคม 2530
กรรมการผู้จัดการ	ปรีชา ประกอบกิจ
ลักษณะกิจการ	ธุรกิจขายตรงด้วยระบบการตลาดหลายชั้น นำเสนอสินค้าอุปโภคบริโภค มีผลประกอบการปี พ.ศ. 2552 ด้วยยอดขาย 13,300 ล้านบาท และบริษัทยังเป็นหนึ่งในสมาชิกของสมาคม

ผลิตภัณฑ์

การขายตรงไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 พร้อมมีเจตนารมณ์ และ มุ่งมั่นในอันที่จะจรรโลงธุรกิจขายตรงที่มีคุณธรรม โดยได้ร่วม สนับสนุนอย่างจริงจังในการปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณธุรกิจ ขายตรงโลก ซึ่งบัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การขายตรงโลกร่วมกับ สมาคมการขายตรงในแต่ละประเทศทั่วโลก

ประเภทของผลิตภัณฑ์

แอมเวย์เป็นผู้จัดทำนำผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภคมากกว่า 100 ชนิด หรือกว่า 500 รายการ ผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์ทุกชนิดได้รับการคัดค้านขึ้นเป็น พิเศษเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและมีการ รับประกันความพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

My Health ประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทรีไลท์ ได้แก่ โปรตีนชนิดผง เครื่องดื่มผสมอุดมด้วยวิตามิน ผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารชนิดเม็ด นอกจากนี้ยังประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ เครื่องใช้เพื่อสุขภาพอนามัย อาทิ เครื่องกรองน้ำ เครื่องกรอง อากาศ

My Self ประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ระมัดระวังความงาม ผลิตภัณฑ์รักษาน้ำยาในช่องปาก ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเรือนผม และเครื่องสำอางอาร์ทิสทรี เครื่องสำอางบำรุง

My Home ประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์ ซักรีด ผลิตภัณฑ์ถนอมรักษารถยนต์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ภายในบ้าน ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร ชุดภาชนะประกอบอาหาร ไม้คูก

Personal Shoppers Catalog ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์จากบริษัท และผู้ผลิตชั้นนำทั้งใน และต่างประเทศ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ แอมเวย์ นมสดยูเอชทีไทย-เคนมาร์ค ผลิตภัณฑ์โครงการหลวง คอยคำ กาแฟแอมพี

วิสัยทัศน์

แอมเวย์...เพื่อคุณ เพื่อชีวิตที่มีคุณค่า

การดำเนินธุรกิจระบบ MLM ของ แอมเวย์

ระบบการขายตรงของแอมเวย์เสนอผลประโยชน์ที่สำคัญยิ่ง 3 ประการ

1. เป็นช่องทางโดยตรงสู่ตลาด นักธุรกิจอิสระแอมเวย์นำเสนอ ผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยตรงแก่ครอบครัว เพื่อน และเพื่อนบ้าน

2. มอบบริการอันดีเลิศแก่ลูกค้า นักธุรกิจอิสระแอมเวย์ให้บริการส่วนบุคคล การสาธิตผลิตภัณฑ์ และความสะดวกสบายด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ถึงบ้าน

3. เสนอโอกาสแก่ผู้ที่ปรารถนาจะเป็นเจ้าของธุรกิจของตนเอง

การเข้าร่วมธุรกิจแอมเวย์นั้นง่ายมาก ผู้ที่สนใจจะเป็นนักธุรกิจอิสระ หรือสมาชิกแอมเวย์ ต้องมีชุดคู่มือนักธุรกิจ หรือชุดคู่มือสมาชิกแอมเวย์ซึ่งสั่งซื้อได้จากผู้สปอนเซอร์เท่านั้น ในกรณีที่เปลี่ยนใจไม่ต้องการเข้าร่วมธุรกิจ สามารถคืนชุดคู่มือนักธุรกิจนี้ได้ภายในกำหนดเวลา 90 วัน หรือคืนชุดคู่มือสมาชิกแอมเวย์ภายในกำหนดเวลา 30 วัน นับจากวันที่สมัครเป็นนักธุรกิจอิสระ หรือสมาชิก นอกจากนี้ ยังไม่มีข้อบังคับให้หานักธุรกิจอิสระแอมเวย์ หรือสมาชิกใหม่ หรือกำหนดให้ซื้อ หรือเก็บสต็อกสินค้าใด ๆ ทั้งสิ้น นักธุรกิจอิสระแอมเวย์จะไม่ได้คำตอบแทนสำหรับการหานักธุรกิจอิสระ หรือสมาชิกใหม่ แต่จะได้รับผลตอบแทนที่ได้จากการขายปลีกผลิตภัณฑ์ให้แก่สมาชิก และลูกค้าเท่านั้น เงินรายได้จะได้มาจากการขายผลิตภัณฑ์ และส่วนลดที่คิดจากอัตราเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายทั้งหมดในกลุ่มองค์กร

การเก็บสต็อกผลิตภัณฑ์ไว้มากเกินไปควรเป็นการขัดต่อแผนธุรกิจของแอมเวย์อย่างเด่นชัด ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาอื่นใดของการทำธุรกิจก็ตาม เพราะสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้จากสปอนเซอร์ หรือจากคลังสินค้าแอมเวย์ได้ทันที ดังนั้นบริษัทจึงสนับสนุนอย่างเต็มที่ที่จะไม่ให้ นักธุรกิจอิสระ เก็บสต็อกผลิตภัณฑ์ในเดือนใดเดือนหนึ่งมากกว่าจำนวนที่ตนจะสามารถขายได้ในเดือน

ประเภทของผลิตภัณฑ์มี 10 กลุ่ม

แผนธุรกิจแอมเวย์ที่มุ่งเน้นที่การขายผลิตภัณฑ์อันทรงคุณภาพนานาชนิด ซึ่งแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์เพื่อความสะดวก 10 กลุ่ม

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ (My Health) สุขภาพ เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในชีวิตที่เราควรดูแล ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของแอมเวย์ คือพื้นฐานของการมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง เป็นพลังชีวิตให้เราดำเนินต่อไปในโลกแห่งความสำเร็จ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของแอมเวย์มีทั้ง

2. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ และเครื่องกรองอากาศแอมเวย์ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้ชื่อ นิวทริไลท์ โดยใช้วัตถุดิบที่เพาะปลูกในฟาร์มนิวทริไลท์ ปราศจากยาฆ่าแมลง และปุ๋ยเคมี

3. ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ และเครื่องกรองอากาศแอมเวย์ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยของน้ำดื่ม และอากาศบริสุทธิ์ภายในบ้าน ด้วยเทคโนโลยีการผลิตอันทันสมัย และอายุการใช้งานยาวนาน จึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าเพื่อคุณภาพที่ดี

4. กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเรือนร่าง บุคลิกที่ดีสร้างความเชื่อมั่น และความรู้สึกที่ดี กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเรือนร่าง ของแอมเวย์ ได้แก่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอาร์ทิสทรี และผลิตภัณฑ์ทะนุถนอมความงาม

5. ผลิตภัณฑ์ทะนุถนอมความงาม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์สำหรับเรือนร่าง ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเรือนผม ผลิตภัณฑ์รักษาอนามัยในช่องปาก ทุกชนิดล้วนอุดมด้วยส่วนผสมจากธรรมชาติที่คัดพิเศษ มีคุณค่า ให้ความมั่นใจ และปลอดภัยต่อผู้ใช้ด้วยการวิจัยค้นคว้าอย่างละเอียดถี่ถ้วน และก้าวทันนวัตกรรมการผลิตอยู่เสมอ

6. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของแอมเวย์ภายใต้ชื่อ อาร์ทิสทรี ประกอบด้วยเครื่องสำอางชุดถนอมผิว และชุดสีส้นครบชุด รวมทั้งผลิตภัณฑ์สำหรับสุขภาพสตรี และสุขภาพบุรุษ ทุกชนิดล้วนผ่านการวิจัยค้นคว้าและพัฒนาคุณภาพอย่างพิถีพิถัน และก้าวทันแนวโน้มแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา เพื่อมอบความงามสมบูรณ์แบบในแบบฉบับของแต่ละบุคคล

7. กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับบ้าน ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัยของแอมเวย์ที่จะช่วยเพิ่มความสะอาดสบาย และเติมบรรยากาศที่อบอุ่นในบ้าน

8. ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่ใช้เป็นประจำในครัวเรือน เช่นผลิตภัณฑ์ซักผ้า ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ผลิตภัณฑ์ถนอมรักษารถยนต์ ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร เป็นต้น คุณลักษณะโดดเด่นของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ คือสูตรเข้มข้นสามารถเจือจางใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ บรรจุภัณฑ์ยังสามารถนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ได้ จึงช่วยลดปริมาณขยะ และรักษาสภาพแวดล้อม

9. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัย ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพเยี่ยม ใช้ได้ทนทาน รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องครัว และอุปกรณ์ครัวต่าง ๆ ภายใต้ชื่อ แอมเวย์ คิวิน ที่แอมเวย์คิดค้นขึ้นเพื่อความสะอาดสบาย ช่วยประหยัดพลังงานในการใช้ ทั้งยังมีอายุงานยาวนาน ดูแลรักษาง่าย และมีการรับประกันความชำรุดบกพร่องจากผู้ผลิตตลอดอายุการใช้งาน

10. ผลิตภัณฑ์ Personal Shoppers Catalog ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์นานาชนิดที่แอมเวย์ และบริษัทคู่ค้าได้เลือกสรรมาจำหน่ายผ่านแคตตาล็อก เช่น แอมพี เครื่องประดับ ปากกา ถู่นอง เครื่องแต่งกาย เครื่องหนัง อาหาร เป็นต้น

กลุ่มผู้บริโภคมี 3 ประเภท

หลักการดำเนินธุรกิจที่จะเปิดประตูสู่โอกาส ในการมีส่วนร่วมในธุรกิจแอมเวย์สำหรับผู้คนกลุ่มต่าง ๆ มากขึ้น ตัวอักษรแต่ละตัวในคำว่า ไอเอ็มซี (IMC) ต่างมีความหมายเกี่ยวข้องกับธุรกิจแอมเวย์

I = Independent Business Owner (IBO) หรือนักธุรกิจอิสระแอมเวย์ หมายถึงผู้ที่สามารถให้การสปอนเซอร์นักธุรกิจอิสระ และสมาชิกท่านอื่น ๆ โดยสามารถซื้อ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนได้รับส่วนลดจากการดำเนินธุรกิจ และได้รับผลประโยชน์ จากการเป็นเจ้าของธุรกิจของตนเองทุกระดับ

M=Member หรือสมาชิก เป็นสถานภาพใหม่ในธุรกิจแอมเวย์ สมาชิกจะได้รับประโยชน์อันหลากหลาย เช่นการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการในอัตราพิเศษเฉพาะสมาชิก ได้รับข้อเสนอพิเศษ และสั่งซื้อผลิตภัณฑ์โดยได้รับสิทธิพิเศษด้วยค่าธรรมเนียมรายปีที่ต่ำ ทั้งนี้สมาชิกจะไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และให้การสปอนเซอร์สมาชิกท่านอื่น ๆ หรือได้รับส่วนลดจากการดำเนินธุรกิจทุกระดับ

C=Client หรือลูกค้า หมายถึงผู้ที่พึงพอใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยยังไม่สนใจสิทธิประโยชน์ หรือการสมัครเป็นสมาชิก และต้องการซื้อผลิตภัณฑ์จากนักธุรกิจอิสระเพื่อบริโภคทุกระดับ

การบริหารทีมงาน

การประชุม การสัมมนา และการฝึกอบรม แอมเวย์มีนโยบายมุ่งพัฒนาบุคลากรของบริษัททั้งนักธุรกิจอิสระ และพนักงานให้เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ และสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างสูงสุดเท่าที่บุคคลนั้น ๆ จะเป็นไปได้ บริษัทจึงได้จัดการประชุม การสัมมนา และการฝึกอบรมขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการประชุม การสัมมนา และการฝึกอบรม เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับบริษัท แผนธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และทักษะในการเป็นนักธุรกิจมืออาชีพแก่นักธุรกิจอิสระ ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้าง และพัฒนาทักษะ และบุคลิกของการเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจ อันจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีต่อนักธุรกิจอิสระและองค์กรโดยรวม

การประชุม และการสัมมนานั้นจะเน้นที่การสร้างแรงบันดาลใจ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยจัดเวียนทั่วทุกภูมิภาคของประเทศตามกลุ่มนักธุรกิจอิสระที่ร่วมประชุม และการสัมมนา เช่นการประชุมนักธุรกิจอิสระรายใหม่ การประชุมระดับผู้นำ การประชุมนักธุรกิจอิสระผู้จำหน่ายตรงรายใหม่ การประชุมนักธุรกิจอิสระผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร การสัมมนาก้าวสู่เพชรของนักธุรกิจอิสระผู้จำหน่ายตรงระดับมรกต ซึ่งจะจัดปีละครั้ง นอกจากนี้ยังมีพิธีมอบเข็มเกียรติคุณ การประชุมผู้นำระดับชาติ และการประชุมระดับชาติตลอดจนระดับภูมิภาคที่จัดเป็นประจำทุกปี รวมทั้งการสัมมนาระดับผู้นำประจำปีซึ่งจัดเวียนตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ ทั่วโลกเป็นประจำทุกปี และงานแสดงสินค้าประจำปีซึ่งจัดยิ่งใหญ่ในทุกภูมิภาค

การฝึกอบรม โดยทั่วไปแบ่งเป็น 2 ประเภท คือการฝึกอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการฝึกอบรมเพื่อพัฒนา และเสริมทักษะการขายเพื่อการเป็นนักธุรกิจมืออาชีพ การฝึกอบรมอาจจัดใน

สถานที่หรือนอกสถานที่ก็ได้ โดยวิทยากรรับเชิญของบริษัท หรือวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากองค์กรต่าง ๆ ตลอดจนนักธุรกิจอิสระระดับผู้นำมาเป็นผู้ถ่ายทอดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจแก่ผู้เข้าฝึกอบรมอย่างเต็มที่ และเต็มความสามารถ การเข้าร่วมการประชุม การสัมมนา และการฝึกอบรม นับเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจแอมเวย์

ขั้นตอนการเข้าสู่ธุรกิจระบบ MLM

ขั้นแรก การเริ่มต้นธุรกิจแอมเวย์ อันดับแรกจะต้องได้รับการสปอนเซอร์มาจากนักธุรกิจแอมเวย์ท่านอื่น แล้วจะได้รับชุดคู่มือนักธุรกิจแอมเวย์ ซึ่งบรรจุสื่อสิ่งพิมพ์พื้นฐานสำหรับใช้อ้างอิง และแบ่งปันนำเสนอ给别人 นั่นคือจะได้เริ่มต้นด้วยการสร้างทั้งลูกค้าและนักธุรกิจแอมเวย์ ในเครือข่ายแล้ว

ขั้นที่สอง การพิสูจน์ ทำความรู้จักคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ด้วยการเริ่มต้นใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง เพื่อที่จะได้มีประสบการณ์โดยตรงกับผลิตภัณฑ์นั้นมีประสิทธิภาพได้อย่างไร และความกระตือรือร้นจากความประทับใจ จะทำให้การบอกเล่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ผู้อื่นเป็นไปได้ง่ายขึ้น และลูกค้าจะเกิดความประทับใจยิ่งขึ้น เพื่อให้ความมั่นใจกับลูกค้าว่า เคยได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ แล้ว

ขั้นที่สาม การก่อตั้งฐานลูกค้า ลูกค้า คือผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ หนึ่งในแหล่งที่ดีที่สุดสำหรับการสร้างฐานลูกค้า คือกลุ่มคนที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้ว ธุรกิจแอมเวย์มิใช่การเดินเข้าไปเคาะประตูตามบ้านต่าง ๆ ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับผู้ที่คุ้นเคยเหล่านี้ เป็นประตูเริ่มแรกของการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์จนกลายเป็นลูกค้าประจำ เพราะลูกค้าเหล่านั้นจะใช้ และสั่งซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์หลากหลายชนิดได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามขอให้ตระหนักว่า ผู้คนทุกหนแห่งล้วนต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และจะดียิ่ง ๆ ขึ้นหากมีการรับประกันความพอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์แอมเวย์สามารถตอบ โจทย์เหล่านี้ได้อย่างสมบูรณ์

ขั้นสุดท้าย การก่อตั้งกลุ่มนักธุรกิจแอมเวย์ นักธุรกิจแอมเวย์ คือผู้ที่ประเมินโอกาสทางธุรกิจแอมเวย์ และตัดสินใจที่จะร่วมธุรกิจ ผู้ที่ดำเนินธุรกิจแอมเวย์จนประสบความสำเร็จสูงสุด จะมีความสมดุลกันระหว่างการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ และการสปอนเซอร์นักธุรกิจแอมเวย์รายใหม่ ความเจริญเติบโตในธุรกิจมาจากการแบ่งปัน โอกาสทางธุรกิจแอมเวย์ให้กับผู้อื่น ช่วยให้พวกเขาตัดสินใจ และประสบความสำเร็จหากแอมเวย์เป็น โอกาสที่ตรงกับความต้องการของพวกเขา สิ่งนี้เรียกว่าการสปอนเซอร์ โดยทั่วไปแล้วนักธุรกิจแอมเวย์ที่ให้การสปอนเซอร์ผู้อื่นจะมียอดธุรกิจโดยเฉลี่ยสูงกว่านักธุรกิจแอมเวย์ที่มีได้ให้การสปอนเซอร์ผู้อื่น

แผนธุรกิจ

แผนแบบ 7×7 คือหาคนที่อยากเปลี่ยนชีวิตตัวเองให้ดีขึ้น 7 คนรอบตัวเรา

ขั้นแรก การเริ่มต้นทดลองใช้สินค้าดูเพื่อให้ตัวเรารู้ว่าสินค้าคืออะไร ในขั้นแรกนี้ คุณทดลองใช้สินค้าเอง หรือถ้าชอบขายจะขายก็ได้ซัก 1,000 PV (2,500 บาท) อาจจะน้อยกว่า 1,000 PV เช่นแค่ 100 PV หรือมากกว่า 1,000 PV เช่น 10,000 PV ก็ได้ ขอให้ได้ทดลองใช้สินค้าก็แล้วกัน อาจจะเป็นสินค้าตัวที่คุณชอบ หรือประทับใจก็ได้

ขั้นที่สอง เมื่อคุณเข้าใจในกฎจรรยาบรรณและข้อห้ามต่าง ๆ ดีแล้ว คุณก็เริ่มธุรกิจด้วยการบอกเล่าเรื่องราวดี ๆ ของแอมเวย์ที่คุณรู้มาให้พวกเขาฟัง โดยเริ่มจากเล่าให้คนที่คุณรักที่สุดฟังก่อน และบอกเล่าแผนการตลาด ความประทับใจในสินค้า ความถูกและประหยัดของสินค้า จากนั้นชวนพวกเขาเปลี่ยนที่ซื้อของ จากที่เคยซื้อในห้างร้านทั่วไป ก็เปลี่ยนมาเป็นซื้อในร้านแอมเวย์ หากดูแล้วเขาสนใจธุรกิจ ก็ชวนเขาเข้าที่ประชุมหรือเข้างานต่าง ๆ ในขั้นที่สอง คุณจะเริ่มรู้จักธุรกิจแอมเวย์ดีขึ้น และคุณก็จะรู้ว่า ธุรกิจนี้รายคนเดียวไม่ได้ต้องชวนคนที่คุณรักมารวยด้วยกัน คุณก็เริ่มชวนญาติพี่น้อง เพื่อน ๆ คนรู้จัก แต่ละคนมียอดคนละ 1,000 PV รวม 7 คน และตัวคุณด้วยเป็น 8 คน รวมกันเป็น 8,000 PV บริษัทแอมเวย์จะให้ส่วนสราญเดือนกินให้กับคุณตามตารางส่วนลดในกลุ่มมือธุรกิจ ซึ่ง 8,000 PV อยู่ระหว่าง 3% (3,000 PV) และ 6% (10,000 PV) แต่ยอดกลุ่มคุณมี 8,000 PV คุณจึงได้รับส่วนลด 3% จากยอดรวมของกลุ่มคิดเป็นเงิน $8,000 \text{ PV} \times 2.5 \times 3\%$ เท่ากับ 600 บาทสาเหตุที่ต้องคูณด้วย 2.5 เพราะแอมเวย์ทำธุรกิจหลายประเทศทั่วโลก และค่าเงินแต่ละประเทศไม่เท่ากัน จึงต้องใช้ค่ากลางตามสภาวะเงินเฟ้อของประเทศนั้น ๆ ซึ่งในตอนนี้ประเทศไทยใช้

2.5 อยู่

ขั้นที่สาม เมื่อญาติพี่น้อง เพื่อน ๆ คนรู้จักที่คุณแนะนำโอกาสทางธุรกิจที่ดีที่สุดนี้ให้กับเขาเริ่มเข้าใจในกฎจรรยาบรรณ และการทำธุรกิจที่ถูกวิธีเหมือนกับคุณ พวกเขาจะไปแนะนำให้คนอื่นได้รู้จักธุรกิจนี้บ้างเช่นเดียวกับคุณ องค์กรของคุณก็จะโตมากขึ้น ๆ คุณจะเป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือ และเป็นพี่ปรึกษาของทุก ๆ คนในองค์กร โดยตรงนี้ขอทำความเข้าใจก่อนว่าแอมเวย์เป็นธุรกิจของการให้ไม่ใช่ไปเอาจากเขา ยิ่งคุณให้มากเท่าไร คนในองค์กรก็จะยิ่งรู้สึกดีต่อคุณมากเท่านั้น และจะทำให้เขาอยากทำธุรกิจกับคุณ ในขั้นที่สามนี้ทุก ๆ คนจะดูคุณเป็นตัวอย่าง คุณจะเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือให้โอกาสกับผู้ที่เพิ่งสมัครเข้ามาใหม่ ๆ และยังไม่มีพื้นฐานในธุรกิจ ให้พวกเขาได้รู้ถึงกฎจรรยาบรรณ และการทำธุรกิจที่ถูกวิธี โดยอาจเน้นย้ำไปยังผู้นำที่สมัครติดตัวคุณ 7 คน เนื่องจากแต่ละกลุ่มที่สมัครติดตัวคุณมียอดองค์กรกลุ่มละ 8,000 PV รวมทั้งหมด 7 กลุ่ม ตัวคุณอีก 1,000 PV รวมเป็น $8,000 \text{ PV} \times 7$ เท่ากับ 56,000 PV + 1,000 PV เป็น 57,000 PV ซึ่งเป็นคะแนนที่อยู่ระหว่าง 15% (55,000 PV) และ 18% (90,000 PV) แต่ยอดกลุ่มคุณมี

57,000 PV คุณจึงได้รับส่วนลด 15% จากยอดรวมของกลุ่ม คิดเป็นเงิน $57,000 \times 2.5 \times 15\%$ เท่ากับ 21,375 บาท แต่เนื่องจากนักธุรกิจในองค์กรของคุณ ทุกคนมียอดรวมในกลุ่มตัวเอง 8,000 PV ซึ่งทุกคนจะได้รับผลตอบแทน 600 บาท รวมทั้ง 7 สายงานเป็นเงิน 4,200 บาท ดังนั้นคุณซึ่งเป็นอัปไลน์จะเป็นผู้จ่ายผลตอบแทน 4,200 บาท ในขั้นที่สามคุณจึงได้รับเงินทั้งสิ้น $21,375 - 4,200$ บาท เท่ากับ 17,175 บาท

ขั้นที่สี่ ในขั้นที่สี่นี้คุณจะมีองค์กรที่ใหญ่ขึ้นมาก ในขณะที่คุณยังคงใช้จ่าย หรือขายเพียงแค่ 1,000 PV หรือ 2,500 บาทเท่านั้นเอง แต่ในขั้นที่สี่นี้ยอดรวมขององค์กร คือ $57,000 \text{ PV} \times 7$ กลุ่มคิดตัวเราเท่ากับ 399,000 PV รวมกับของเรา 1,000 PV เป็น 400,000 PV ซึ่งเมื่อนำไปเทียบตารางส่วนลดซึ่งสูงสุดของตารางคือ 21% (150,000 PV) แต่เรามี 400,000 PV เราจึงได้ส่วนลดเพิ่มอีก 2% เนื่องจากถ้ายอดเกิน 300,000 PV จะได้ส่วนลดเพิ่มอีก 2% ดังนั้นคุณจะได้รับส่วนลดเพิ่มอีก 2% โดยคิดจากยอด 400,000 PV คิดเป็นเงินทั้งสิ้น $400,000 \times 2.5 \times (21\% + 2\%)$ เท่ากับ 230,000 บาท และแบ่งให้กับคนในองค์กรทั้ง 7 คนคนละ 21,375 เท่ากับ 149,625 ดังนั้นคุณจะได้รับเงินทั้งสิ้น $230,000 - 149,625$ เท่ากับ 80,375 บาท

แผนการจ่ายผลตอบแทน

แผนการจ่ายผลตอบแทนของแอมเวย์ได้รับการพิสูจน์ และยอมรับจากนักธุรกิจแอมเวย์แล้วว่าเป็นแผนที่เป็นไปได้จริง สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างความมั่นคงให้แก่ธุรกิจแอมเวย์ได้ เพื่อให้ทุกคนสามารถเติบโต และได้รับรางวัลแห่งความสำเร็จได้จริง มีความยุติธรรม คำนึงถึงความทุ่มเทในการดำเนิน ธุรกิจของแต่ละคน ไม่ว่าใครจะมาก่อน หรือมาหลังก็สามารถประสบความสำเร็จได้เท่าเทียมกัน โดยจะคำนึง และเพิ่มผลประโยชน์ให้แก่ธุรกิจแอมเวย์ที่มีผลงาน และความสามารถ ซึ่งหมายถึงนักธุรกิจแอมเวย์ที่มีความเป็นผู้นำ และการให้บริการ มีการสร้างแรงบันดาลใจ และการฝึกอบรมผู้นำรายใหม่ ๆ

ค่าตอบแทนทั้งหมดภายใต้แผนธุรกิจของแอมเวย์ มีรายได้หลัก คือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ ซึ่งราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ คือผลตอบแทนที่นักธุรกิจแอมเวย์จะได้รับในอัตราส่วนที่เหมาะสม และยุติธรรมต่อการบริการลูกค้าคนสำคัญ และผลตอบแทนในรูปแบบของโบนัส ซึ่งจะขึ้นอยู่กับผลงานกลุ่มธุรกิจที่คุณสร้างขึ้น

ธุรกิจแอมเวย์ยังเป็นโอกาสที่คุณกำหนดความสำเร็จ และผลตอบแทนได้ด้วยตัวเอง หากแต่คุณเลือกที่จะตัดสินใจจากการวางแผนในแต่ละเดือน แผนการจ่ายผลตอบแทนที่ยุติธรรม คือสิ่งที่แอมเวย์ให้ความสำคัญอย่างสูงสุด ไม่มีการเอาเปรียบในธุรกิจ หรือใครมาก่อนหลัง ขึ้นอยู่กับการดำเนินธุรกิจที่จะเป็นตัวแปร ใครทำมากได้มาก ทำน้อยได้น้อย ด้วยหลักการนี้เอง จึงทำให้

แอมเวย์เป็นแผนธุรกิจขายตรงหลายชั้นที่เป็นจริง ยุติธรรม และเป็นที่รู้จักยอมรับจากผู้คนทั่วโลกมานานถึง 50 ปี

รายได้จากโอกาสทางธุรกิจ

ผลกำไรจากการขายปลีกผลิตภัณฑ์ซึ่งราคาจำหน่ายจะเป็นตัวกำหนดค่าบริการ และผลกำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของนักธุรกิจแอมเวย์ ส่วนลด และส่วนลดพิเศษซึ่งจะส่งให้กับนักธุรกิจเป็นรายเดือน โดยคำนวณจากส่วนลดยอดซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนตัว และกลุ่มองค์กรของนักธุรกิจแอมเวย์ในระดับต่าง ๆ กัน ส่วนลดพิเศษรายปีอันง่ายเป็นรางวัลในการดำเนินธุรกิจแก่ท่านนักธุรกิจแอมเวย์ในปีบัญชีถัดไปของแอมเวย์ รางวัลการดำรงคุณสมบัติครั้งแรก ซึ่งในธุรกิจแอมเวย์จะเรียกชื่อของการดำรงคุณสมบัติของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในระดับที่แตกต่างกัน โดยใช้ชื่ออัญมณี ซึ่งเฉพาะในส่วนของการจ่ายรางวัลการดำรงคุณสมบัติ ครั้งแรกนั้นมีมูลค่าสูงสุดคือ 3 ล้านบาท

ตารางที่ 3-1 สิทธิประโยชน์ ส่วนลด ส่วนลดพิเศษ และเงินรางวัล

สิทธิประโยชน์ ส่วนลด ส่วนลดพิเศษ และเงินรางวัล	กำหนดเวลาที่จะได้รับ
1. สิทธิประโยชน์จากการบริโภคหรือขายผลิตภัณฑ์	
1.1 สิทธิประโยชน์จากการบริโภคผลิตภัณฑ์ ซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านนักธุรกิจ แอมเวย์ (ABO Product Price list หรือ AP) ซึ่งต่ำกว่าราคาปลีก 25%	ทุกครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์
1.2 ผลกำไรจากการขายปลีกผลิตภัณฑ์ ผลกำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 25% เฉพาะสินค้าแอมเวย์เท่านั้น	ทุกครั้งที่ยขายผลิตภัณฑ์
2. ส่วนลดและส่วนลดพิเศษรายเดือน	ไปทุกวันที่ 15 ของเดือนถัด
2.1 ส่วนลดจากยอดซื้อส่วนตัว 6 - 21%	
2.2 ส่วนลดแตกต่าง 3 - 21 % (จากยอดกลุ่มธุรกิจของผู้ที่คุณให้การสนับสนุน)	
2.3 ส่วนลดพิเศษผู้นำ 4 % (จากการสร้างนักธุรกิจระดับเพิ่มเงิน)	
2.4 ส่วนลดพิเศษทับทิม 2 % (300,000 พียู)	

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

สิทธิประโยชน์ ส่วนลด ส่วนลดพิเศษ และเงินรางวัล	กำหนดเวลาที่จะได้รับ
2.5 ส่วนลดพิเศษใหม่ 1 %	
3. ส่วนลดพิเศษรายปี	รายปี
3.1 ส่วนลดพิเศษมรดก 0.25 %	
3.2 ส่วนลดพิเศษเพชร 0.25 %	
3.3 ส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร 0.25 %	
4. รางวัลการดำรงคุณสมบัติครั้งแรก	รายปี จ่ายครั้งเดียว
4.1 สำหรับ นธอ.ระดับเพชร 565,000 บาท	
4.2 สำหรับ นธอ.ระดับเพชรสองผู้สถาปนา 847,500 บาท	
4.3 สำหรับ นธอ.ระดับตรีเพชร 1,130,000 บาท	
4.4 สำหรับ นธอ.ระดับตรีเพชรสองผู้สถาปนา 1,695,000 บาท	
4.5 สำหรับ นธอ.ระดับมงกุฎ 2,260,000 บาท	
4.6 สำหรับ นธอ.ระดับมงกุฎสองผู้สถาปนา 2,825,000 บาท	
4.7 สำหรับ นธอ.ระดับมงกุฎทูต 3,390,000 บาท	
4.8 สำหรับ นธอ.ระดับมงกุฎทูตสองผู้สถาปนา 3,955,000 บาท	
5. ส่วนลดพิเศษสองผู้สถาปนา) ส่วนลดพิเศษนี้ มิได้เป็นส่วนหนึ่งของ แผนธุรกิจแอมเวย์	รายปี
ส่วนลดพิเศษสองผู้สถาปนา (จ่ายให้กับนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชร และสูงขึ้นไป)	
สิทธิประโยชน์	
1. สิทธิประโยชน์จากการบริโภค หรือขายผลิตภัณฑ์	

1.1 สิทธิประโยชน์จากการบริโภคผลิตภัณฑ์ ซื้อผลิตภัณฑ์ในราคานักธุรกิจแอมเวย์ (ABO Product Price list หรือ AP) ซึ่งต่ำกว่าราคาปลีก 25%

1.2 ผลกำไรจากการขายปลีกผลิตภัณฑ์ ผลกำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 25% เฉพาะสินค้าแอมเวย์เท่านั้น

2. ส่วนลดและส่วนลดพิเศษรายเดือน

2.1 ส่วนลดจากยอดซื้อส่วนตัว 6 - 21%

2.2 ส่วนลดแตกต่าง 6 - 21% จากยอดกลุ่มธุรกิจของผู้ที่ให้การ สปอนเซอร์ จำนวน เฉพาะกลุ่มที่เป็น ABO ติดตัวเท่านั้น

2.3 ส่วนลดพิเศษผู้นำ 4% จากการสร้างนักธุรกิจระดับเงิน ยอดของกลุ่มที่เป็น 21% โดยขมยอดจำนวนขั้นต่ำ 15,000 ต่อกลุ่ม

2.4 ส่วนลดพิเศษทีม 2% (300,000 พีวี) ไม่รวมกับกลุ่มที่เป็น 21%

2.5 ส่วนลดพิเศษไข่มุก 1% คิดเหมือนข้อ 2.3 แต่ไม่จำกัดจำนวนขั้นต่ำ 3,750 บาท ต่อกลุ่ม

3. ส่วนลดพิเศษรายปี จำนวนจากยอดขายรวมในประเทศที่ดำรงคุณสมบัติ

3.1 ส่วนลดพิเศษมรกต 0.25%

3.2 ส่วนลดพิเศษเพชร 0.25%

3.3 ส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร 0.25 %

4. รางวัลการดำรงคุณสมบัติครั้งแรก สองผู้สถาปนาถือการดำรงคุณสมบัติได้ทั้ง 12 เดือน ติดต่อกันภายในปีบัญชีครับ

4.1 สำหรับนธ.ระดับเพชรคู่	565,000 บาท
4.2 สำหรับนธ.ระดับเพชรคู่สองผู้สถาปนา	847,500 บาท
4.3 สำหรับนธ.ระดับตรีเพชร	1,130,000 บาท
4.4 สำหรับนธ.ระดับตรีเพชรสองผู้สถาปนา	1,695,000 บาท
4.5 สำหรับนธ.ระดับมงกุฎ	2,260,000 บาท
4.6 สำหรับนธ.ระดับมงกุฎสองผู้สถาปนา	2,825,000 บาท
4.7 สำหรับนธ.ระดับมงกุฎทูต	3,390,000 บาท
4.8 สำหรับนธ.ระดับมงกุฎทูตสองผู้สถาปนา	3,955,000 บาท

กลยุทธ์การตลาด

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าแอมเวย์ จัดจำหน่ายสินค้าในระบบขายหลายชั้น ในการทำธุรกิจของแอมเวย์ช่วง 10 ปีแรก ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง โดยทำการสื่อสารถึงคุณภาพสินค้า และโอกาสธุรกิจผ่านนักขายอิสระ ขณะที่ 10 ปีหลังได้เริ่มเปิดตัวสู่ตลาดในวงกว้างด้วยการใช้สื่อโฆษณาเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ พร้อมกับเริ่มเข้าใกล้ตัวผู้บริโภคด้วยแนวคิดการตลาดด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ 5 ปี คือประโยชน์ ประหยัด ประสิทธิภาพปลอดภัย และรับประกันความพอใจ ก่อนจะลงลึกไปยังสินค้าแต่ละกลุ่ม

ปี พ.ศ. 2550 ทิศทางดำเนินธุรกิจเน้นการสร้างแบรนด์แอมเวย์ให้แข็งแกร่งมากขึ้น โดยใช้กลยุทธ์แบบผสมผสานระหว่างกลยุทธ์การตลาดกับกิจกรรมเพื่อสังคม แม้ที่ผ่านมาแอมเวย์เน้นการสร้างแบรนด์มาตลอด แต่ปี พ.ศ. 2550 เป้าหมายหลักเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับนักธุรกิจให้มีทิศทางสอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัทในระยะยาว ซึ่งจะเป็นการสร้างแบรนด์ที่ใช้ขบโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างเต็มรูปแบบ

ปี พ.ศ. 2551 กลยุทธ์การตลาดของแอมเวย์ จะดำเนินไปในทิศทางเดียวกันกับเครือข่ายในต่างประเทศ ซึ่งจะประกอบด้วย การมุ่งไปที่ความต้องการของลูกค้า ใช้แผนงานที่มุ่งเน้นผลลัพธ์และประสิทธิภาพทั้งในส่วนการดำเนินงาน และองค์กรนักธุรกิจแอมเวย์ และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ และการให้บริการภายใต้แนวคิดหลัก คุณภาพเลิศคลาสเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น

ส่วนด้านการตลาดจะใช้งบประมาณรวมประมาณ 650 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 30% จากที่ผ่านมาใช้ประมาณ 500 ล้านบาท โดยกิจกรรมการตลาดในปีนี้จะให้ความสำคัญกับ การส่งเสริมการขาย การใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้จะทำการพัฒนาทั้งระบบไอที และเปิดร้านแอมเวย์ ซ้อปใหม่

ส่วนแผนการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เน้นกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ และความงาม เนื่องจากการสำรวจของยูโรมอนิเตอร์พบว่า ในปี พ.ศ. 2550 ที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์อาร์ทีสทรียังคงเป็นเครื่องสำอางที่มียอดขายสูงสุด 1 ใน 5 ของโลกในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางระดับพรีเมียม และมียอดขายสูงสุดในประเทศไทยด้วย มีสัดส่วนรายได้ประมาณ 23% ขณะที่ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม นิวทริไลท์สามารถสร้างยอดขายได้สูงสุดในตลาดรวมของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน และเกลือแร่ โดยปี พ.ศ. 2550 ที่ผ่านมาสินค้าในกลุ่มดังกล่าวสามารถมีสัดส่วนรายได้ประมาณ 34% ของรายได้รวมที่เหลือเป็นสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ 22% และเครื่องกรองน้ำ และอากาศ 21%

ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางระดับพรีเมียมจะทำการเปิดตัวสินค้าใหม่ ในกลุ่มลดริ้วรอย และไวเทนนิ่ง รวมถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่จะมีการเพิ่มความหลากหลายมากขึ้น อีกทั้งมี

แผนการขยายไลน์สินค้าฝากขายที่ไม่ใช่แบรนด์แอมเวย์ในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ ช้อปเปอร์ส เติบโตอีก ซึ่งปัจจุบันมีส่วนเพียง 4% ของยอดขายรวม เพื่อเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้แก่ลูกค้า

ปี พ.ศ. 2552 นโยบายทางการตลาดของแอมเวย์ จะดำเนินการภายใต้งบประมาณ 950 ล้านบาท แบ่งเป็นงบการตลาด 750 ล้านบาท ซึ่งจะยังคงสานต่อ 3 กลยุทธ์หลักอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

1. การมุ่งไปที่ความต้องการของลูกค้า
2. การมีแผนงานที่เน้นผลลัพธ์ และประสิทธิภาพทั้งของบริษัท และนักธุรกิจ
3. การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ นอกจากนี้ยังเน้นการฝึก

อบรมโดยขยายมาสู่ผู้บริหารระดับแพตตินัมและเจมเงิน

ส่วนงบประมาณอีก 200 ล้านบาท เป็นการลงทุนด้านการปรับปรุง และเปิดแอมเวย์ช้อป อีก 3 สาขา รวมถึงการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อรองรับการเปิด โครงการสมัครสมาชิกแอมเวย์ 100 บาท ที่ผู้สนใจสามารถสมัครได้ด้วยตนเองผ่านทางเว็บไซต์ คอลเซ็นเตอร์ ทั้งนี้เพื่อรองรับกับจำนวนคนตกงานที่มีแนวโน้มว่าเพิ่มขึ้น พร้อมกันนี้ได้วางแผนเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ นวัตกรรมไลท์ เคลียร์คอมเพล็กซ์ ขณะที่การตลาดโดยภาพรวมของกลุ่มอาหารเสริมซึ่งแอมเวย์มีสินค้าหลากหลายประเภท และเหมาะสำหรับผู้บริโภคหลากหลายกลุ่ม ได้วางแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี เพื่อช่วยให้นักธุรกิจขายสินค้าง่ายขึ้น รวมทั้งพัฒนาโปรแกรมสั่งซื้ออัตโนมัติ สำหรับลูกค้า และนักธุรกิจแอมเวย์ ด้วยการอำนวยความสะดวกในการจัดส่งสินค้าถึงบ้านทุกเดือน โดยไม่คิดค่าจัดส่ง ทำให้ลูกค้าใช้ผลิตภัณฑ์ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางขณะเดียวกันก็จะทำการกระตุ้นการสร้างยอดขายของตัวเองแทนด้วยการใช้กลยุทธ์ดัชนีความพยายาม ซึ่งจะดำเนินการทั่วโลกระยะเวลา 5 ปี โดยให้ผลตอบแทนแก่นักธุรกิจรับเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี เพื่อกระตุ้นนักธุรกิจสร้างยอดขายเพิ่มขึ้น และขณะเดียวกันยังเป็นการจูงใจสำหรับผู้ปฏิบัติงาน จากการที่โรงงานหรือบริษัทปิดตัว และต้องการหาอาชีพอิสระสร้างรายได้

นอกจากนี้จะให้ความสำคัญกับการนำโปรแกรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เข้ามาพัฒนาไว้แล้วมาช่วยในการวิเคราะห์ และบริหารสมาชิกให้ร่วมกิจกรรมทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมสั่งซื้อซ้ำให้มากขึ้น

ส่วนประสมทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ปี พ.ศ. 2552 เดือนมีนาคม ขยายฐานผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายทางเพอร์เซนอนอล ซ็อบเปอร์ส เค็ดตาล็อก อีก 14 บริษัท อาทิ บริษัท โออิชิ กรุ๊ป บริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ และมาลี เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เป็นต้น จากปัจจุบันมีสินค้าเข้าร่วม 69 บริษัท สินค้า 460 รายการ

เดือนพฤษภาคม พัฒนาเครื่องสำอางถนอมผิวใหม่ คือกลุ่มสินค้า อาร์ทิสทรี เอสเซน เซียลส์ สูตรธรรมชาติออกสู่ตลาด โดยต้องการที่จะขยายฐานลูกค้าออกไปในกลุ่มเฟิร์สดีบีเบอร์ หรือผู้ที่เพิ่งเริ่มทำงาน ที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี กว่า 2 ล้านคน มีรายได้ 30,000 บาทต่อเดือน อาร์ทิสทรี เอสเซนเซียลส์ เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวชุดพื้นฐานที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพผิว และผลิตภัณฑ์เพิ่มความชุ่มชื้น ที่มีสารป้องกันแสงแดดเอสพีเอฟ 15 ยูวีบี/ยูวีเอ มีจุดเด่น คือการเป็นผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมที่มีราคาไม่สูงนัก มีราคาต่ำกว่าอาร์ทิสทรี เพียว ไวท์ 50%

ผลิตภัณฑ์ข้างต้นมีคุณค่าพิเศษจาก สารบำรุงเมล็ดบัควีท (Buckwheat) และสารสกัดจาก สาหร่ายเขียว (Green Algae) เพื่อช่วยให้ผิวรอบดวงตาฟื้นคืนความ ยืดหยุ่น พร้อมลดเลือนรอยบวม รอยคล้ำ ได้ดวงตาประกายกับเทคโนโลยี อาร์ทิสทรี เอ็กคลูซิฟ อยา ไลโพโซม (ARTISTRY Exclusive Eye Liposome) ซึ่งจะช่วยให้ผิวนุ่มฟู ผิวรอบดวงตา ดูแลผิวลดเลือนริ้วรอยผิว หย่อนคล้อยบริเวณรอบดวงตาอย่างอ่อนโยน พร้อมมอบความชุ่มชื้น เพื่อผิวรอบดวงตาที่แลดู กระชับ ไฮโดร ลิพิด เมทริกซ์ พลัส (Hydro Lipid Matrix Plus:HLM+) ช่วยทดแทนไขมันสำคัญ ตามธรรมชาติ และสารให้ความชุ่มชื้นในผิว ช่วยคงระดับความชุ่มชื้นของผิวตามธรรมชาติให้เป็น ปกติ

ราคา(Price)

สินค้าในกลุ่มของแอมเวย์ จะอยู่ในระดับกลางไปจนถึงสูง เนื่องจากต้องการสะท้อน ภาพลักษณ์ของการเป็นสินค้าคุณภาพสูง ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อที่จะทำให้สินค้าเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายในกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ระดับกลาง จนถึงสูงได้

ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)

ปี พ.ศ. 2551 แอมเวย์ได้เปิดร้านแอมเวย์ ซ็อบ เพิ่มอีก 3 แห่ง รวมเป็น 44 แห่งทั่วประเทศ ส่วนช่องทางสำหรับระบบสมาชิกใหม่ แอมเวย์ เมมเบอร์ ได้ขยายช่องทางขายเพิ่มอีก 3 ช่องทาง คือ ผ่านคอลเซ็นเตอร์ ทางอินเทอร์เน็ต และสมัครด้วยตนเองที่แอมเวย์ซ็อบ 41 แห่งทั่วประเทศ จาก เดิมที่สมาชิกจะต้องสมัครผ่านนักธุรกิจแอมเวย์เท่านั้น ทั้งนี้การปรับระบบดังกล่าวคาดว่าจะส่งผล ให้จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่าตัว จะเห็นว่าแอมเวย์ให้ความสำคัญกับการขยายสาขา ทั้งนี้

เพราะจะทำให้ผู้สนใจสัมผัสผลิตภัณฑ์ได้โดยตรงขณะเดียวกันก็เป็นการรองรับความต้องการ และสร้างความสะดวกสบายแก่นักธุรกิจ และสมาชิก ซึ่งการเปิดชอปปิ้งในลักษณะดังกล่าวถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีส่วนกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น

ปี พ.ศ. 2552 ร่วมกับเอไอเอสพัฒนาบริการแอมเวย์ออนไลน์ โมบาย สมาชิกเชื่อมต่อเข้าสู่เว็บไซต์ และจะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกช่วยให้สมาชิกทำงานได้ง่าย และสะดวกมากขึ้น โดยรายละเอียดของบริการที่สามารถใช้งานได้ ประกอบด้วยเช็คยอดสั่งซื้อทั้งของตนเอง และสมาชิกได้ทันที ข้อมูลผลิตภัณฑ์แนะนำ ข้อมูลโปรโมชันเด่น ๆ ประจำเดือน

ในส่วนของศูนย์กระจายสินค้าหลักของแอมเวย์อยู่ที่ศรีนครินทร์ พื้นที่ 4,000 กว่าตารางเมตร ซึ่งจะกระจายสินค้าไปสู่สาขาของแอมเวย์ถึงผู้บริโภค ส่วนศูนย์ต่างจังหวัด ขนาดเวิร์เฮาส์สาขาจะขึ้นอยู่กับในจังหวัดนั้น ๆ ว่าอัตรายอดขายมากน้อยแค่ไหน โดยแบ่งออกเป็น 4 เกรด เอ บี ซี ดี เกรดเอ พุดถึงหน้าร้านก็ 1,000 ตารางเมตร เวิร์เฮาส์ 200-300 ตารางเมตรอยู่หลังบ้าน คือทุกคนจะมีเวิร์เฮาส์เป็นของตัวเอง เกรดบี 600-800 ตารางเมตร จังหวัดเล็ก ๆ 400-500 ตารางเมตร ขณะที่การจัดส่งนั้นแอมเวย์ใช้พันธมิตรทางด้านขนส่งอยู่ 4 ราย คือ ไปรษณีย์ไทยกรุงเทพมหานคร นิมชีเต็ง และซีเมนต์ไทย ซึ่งจะแบ่งจะมีความถนัดต่างกันไป โดยซีเมนต์ไทยจะเชี่ยวชาญเรื่องเน็ตเวิร์กที่ส่งเป็นเวิร์เฮาส์ใหญ่ ๆ ส่วนโฮมดีลิเวอรี่ที่กระจายได้ทั่วถึงที่สุดเป็นไปรษณีย์ไทย ขณะที่การบริหารสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับความต้องการคือนักธุรกิจแอมเวย์ 3 แสนคน ซึ่งจะรับสินค้าจากแอมเวย์ไปส่งต่อให้ผู้บริโภค จะใช้ระบบออนไลน์ซิสเต็มทั้ง 43 สาขา และมีหน่วยงานทำหน้าที่พยากรณ์สินค้าคงคลังอยู่ ออนไลน์กันหมด

การส่งเสริมการตลาด(Promotion)

1. โฆษณา (Advertising)

แอมเวย์วางกลยุทธ์ด้านการโฆษณาเพื่อที่จะให้เป็นเครื่องมือในการทำให้ Voice of product ปรากฏขึ้นให้มากที่สุด เนื่องจากโฆษณาจะเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้คนทั่วไปคุ้นเคยกับแบรนด์ ขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้นักขายได้ทำงานง่ายขึ้น โดยในแต่ละปีแอมเวย์วางบโฆษณาผ่านสื่อไว้ที่ระดับ 1% ของยอดขายแอมเวย์ทุกปี

นอกจากนี้การทำโฆษณาของแอมเวย์นั้นมีความได้เปรียบในเรื่อง Economy of scale จากการใช้เงินเนื่องจากการกระจายผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างรอบด้าน เช่น ความถี่ในการโฆษณาผ่านสื่อทีวี นิตยสาร โฆษณาหุ้มปกหนังสือพิมพ์รายวันยักษ์ใหญ่ รวมทั้งสื่อใหม่ ๆ อย่างรถไฟฟ้า BTS ส่วนที่เป็นปรากฏการณ์ใหม่ด้านการใช้สื่อโฆษณาของแอมเวย์ คือการใช้แบรนด์แอมบาสดอร์ ถึง 5 คนใน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการตอกย้ำแบรนด์แอมเวย์ให้รู้จักมากขึ้นแล้ว และลดปัญหา Halo Effect ที่ติดตัวแอมเวย์มานานโดยเฉพาะสินค้าดีแต่แพ่งอีกด้วย

ปี พ.ศ. 2549 เดือนสิงหาคม ใช้ภาพยนตร์โฆษณาชุดค้นพบ เพื่อสร้างการรับรู้ และ ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับอาชีพธุรกิจขายตรง และเปิดโอกาสให้ผู้สนใจทำธุรกิจขายตรงเข้ามาเป็น ส่วนหนึ่งของความสำเร็จกับธุรกิจแอมเวย์ เป็นการนำเสนอภายใต้แนวความคิดที่ว่า ธุรกิจแอมเวย์ อีสรระจากเวลา ทำให้คุณค้นพบคุณค่าอีกด้านของชีวิต ภาพยนตร์ชุดนี้นำเสนอด้วยเรื่องราวใน ลักษณะของการเปรียบเทียบการใช้ชีวิตในสองด้านของคนสองคนที่ชอบอะไรคล้าย ๆ กัน ต่างกัน ที่ฝ่ายชายไม่สามารถทำในสิ่งที่ต้องการได้ เพราะไม่เคยมีเวลา ผิดกับฝ่ายหญิงที่มีเวลาทำทุกอย่างที่ ชื่นชอบได้ไปพร้อม ๆ กับการทำธุรกิจแอมเวย์ จนวันหนึ่งที่ฝ่ายชายตัดสินใจเลือกทางเดินอิสระ เพื่อจะได้พบกับคุณค่าของชีวิตในแบบที่เขาต้องการ บนเส้นทางของธุรกิจแอมเวย์ นอกจากนี้ยังมิ การใช้สื่อภาพยนตร์โฆษณา เพื่อสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์เครื่องกรองอากาศ แอพโมสฟียร์ โดย ครั้งนี้เลือกที่ใช้ครอบครัวของ กวาง กมลชนก และนุติ เขมมะ โยธิน เป็นพรีเซ็นเตอร์ เพื่อที่จะ สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นครอบครัวคนรุ่นใหม่ที่จะให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพ

ปี พ.ศ. 2550 ใช้ภาพยนตร์โฆษณา เพื่อตอกย้ำ และสร้างความมั่นใจกับผลิตภัณฑ์ เครื่องล้างจานอาร์ทิสทรี โดยครั้งนี้เลือก เกรซ มหาดำรงกุล เป็นตัวแทนของสินค้าที่สื่อสารกับ กลุ่มเป้าหมาย การตัดสินใจเลือกเกรซ เพราะมีภาพลักษณ์ของการเป็นผู้หญิงที่อยู่ในแวดวงสังคม ช้นสูงที่นอกจากจะสื่อภาพความเป็นพรีเมียมให้กับแบรนด์ อาร์ทิสทรี ได้อย่างชัดเจนแล้ว ยังเป็น การเปิดตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ ที่เป็นสาวรุ่นใหม่ที่มีมองหาเครื่องล้างจานระดับบนได้เป็นอย่างดี ดีด้วย

นอกจากนี้ได้เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลท์ ซึ่งนำเอา พอล ภัทรพล ศิลปาจารย์ มาเป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแบรนด์ นิวทริไลท์ เพื่อสื่อสารกับ ผู้ชายยุคใหม่ที่สนใจดูแลสุขภาพ แต่ทั้งนี้ภาพรวมทั้งหมดยังสามารถสื่อสารไปยังเป้าหมายที่ ต้องการเข้าเป็นนักธุรกิจสมาชิกได้ด้วยการนำเสนอที่วิสัฏ์แบ่งปันประสบการณ์การใช้สินค้าผ่าน ลูกค้านี่มีชื่อเสียง

ภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 2 ชุดของแอมเวย์ อยู่ในชื่อชุดที่ว่า แอมเวย์ ผลิตภัณฑ์คุณภาพ ระดับเวิลด์คลาส ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อที่จะตอกย้ำคุณภาพระดับโลกของสินค้า และสร้างการรับรู้ ถึงกระบวนการวิจัย ค้นคว้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีการผลิตอันทันสมัยไปยัง กลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งแนวคิดที่ใช้ในภาพยนตร์โฆษณานี้เน้น ต้องการชี้ให้เห็นว่า การผลิตสินค้า คุณภาพจำเป็นต้องมีการวิจัย ค้นคว้า และพัฒนา และในจุดเดียวกันนี้สามารถที่จะสร้างความเชื่อมั่น ให้กับตัวแทนขาย และผู้ที่ยังไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ได้ในเวลาเดียวกัน

ปี พ.ศ. 2551 แอมเวย์ออกภาพยนตร์โฆษณา At First Touch มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง

การรับรู้ถึงคุณประโยชน์ และประสบการณ์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ Artistry Time Defiance Skin Refinishing Lotion เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ กลุ่มเป้าหมายหลักในการโฆษณา ผู้หญิงวัยเริ่มทำงาน และวัยทำงาน

2. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

2.1 การสมัครเป็นสมาชิก (Membership)

ปี พ.ศ. 2550 แอมเวย์มียอดสมัครสมาชิกอยู่ที่ 440,000 ราย ตั้งเป้าหมายในปี พ.ศ. 2551 จะมีสมาชิกเพิ่มขึ้น 15% หรือประมาณ 500,000 ราย โดยได้ปรับลดค่าสมัครสมาชิกจากเดิม 300 บาท เหลือ 100 บาท และลดอัตราค่าต่ออายุสมาชิกจาก 150 บาท เหลือ 100 บาท เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคสมัครสมาชิกแอมเวย์และเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น และส่งผลให้แอมเวย์มียอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นในระยะยาว

2.2 การนำสินค้าเก่ามาแลกซื้อ (Trade in)

ปี พ.ศ. 2549 เดือนเมษายน จัดโปรโมชันเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อเครื่องกรองน้ำออสปริง ในแคมเปญ รวมพลรุ่น 1 แลกซื้อรุ่นใหม่ในราคาพิเศษ โดยสามารถนำเครื่องกรองน้ำแอมเวย์รุ่น 1 มาแลกซื้อรุ่นออสปริง ได้ส่วนลดทันที 5,000 บาท ในราคาเพียง 29,310 บาท จาก 34,310 บาท

2.3 แคมเปญสินค้า (Premiums)

ปี พ.ศ. 2550 เดือนกันยายน จัดกิจกรรมเมื่อซื้อเครื่องกรองอากาศรุ่นที่ 2 ภายใต้อีแอมโสมสเตอร์ ราคาเฉลี่ย 4.9 หมื่นบาทต่อเครื่อง แคมเปญนี้ 21 นิ้ว เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ปี พ.ศ. 2552 เดือนมีนาคม จัดแคมเปญเพื่อเข้าร่วมโครงการเช็คช่วยชาติ 2,000 บาทของรัฐบาล โดยเมื่อสมาชิกที่นำเช็كدังกล่าวซื้อของแอมเวย์ครบ 2,000 บาท จะแถมข้าวสารแอมเวย์ ขนาด 5 กก. และยาสีฟัน กลิสเทอร์ รวมมูลค่ากว่า 400 บาท และในเดือนเมษายน เมื่อสมาชิกสมัครสมาชิกแอมเวย์สมัคร GPRS Package ที่หน้าหลักแอมเวย์ บนโทรศัพท์มือถือ จะได้รับจำนวนชั่วโมงการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มเป็น 2 เท่า ใน 3 เดือนแรก และทางเอไอเอสได้จัดโปรโมชันให้เลือก 4 รูปแบบตามการใช้งานมาก หรือใช้น้อย โดยมีค่าบริการเฉลี่ยต่ำสุดเพียงชั่วโมงละ 2.8 บาทเท่านั้น

3. การจัดแสดงสินค้า (Road Shows)

ปี พ.ศ. 2549 เดือนมกราคม จัดงานแสดงสินค้าแอมเวย์ และการประชุมระดับชาติ 2549 หรือ 2006 Amway Expo & Convention ที่ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ อิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยใช้งบประมาณการจัดงานกว่า 40 ล้านบาท สำหรับวัตถุประสงค์การจัดงานดังกล่าว เพื่อแสดงถึงความสำเร็จทางธุรกิจ ความมั่นคง รวมถึงเป็นการเผยแพร่โอกาสให้แก่เกษตรกรแอมเวย์ สมาชิก

และประชาชนทั่วไปได้มีประสบการณ์ในธุรกิจแอมเวย์อย่างใกล้ชิด ภายใต้แนวคิดหลัก คือรวมกันเป็นหนึ่งเพื่อชัยชนะ (Winning Partnership)

ปี พ.ศ. 2550 เดือนมกราคม จัดงานแสดงสินค้า และการประชุมระดับนานาชาติ 2550 ระหว่างวันที่ 20-21 มกราคม ที่อิมแพคเมืองทองธานี ด้วยงบการจัดงาน 40 ล้านบาท เพื่อให้ผู้บริโภคได้สัมผัสกับธุรกิจแอมเวย์ ทดลองใช้สินค้า

ปี พ.ศ. 2551 เดือนกุมภาพันธ์ จัดการประชุม และงานแสดงสินค้าระดับชาติแอมเวย์ 2551 ที่ เมืองทองธานี โดยมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 6 หมื่นคน

3.1 การจัดประกวด (Contests)

ปี พ.ศ. 2549 เดือนพฤศจิกายน จัดโครงการพิเศษ 20 ปีแอมเวย์มอบทุน 20 ล้าน สานฝันให้เด็กไทย เพื่อมอบทุนการศึกษาให้แก่เด็ก ไทยที่ขาดแคลนทุน ได้ศึกษาต่อจนจบปริญญาตรีเป็นจำนวน 100 ทุนใน 20 สาขาอาชีพ โครงการนี้ถือเป็นการนำจุดแข็งขององค์กรเครือข่ายนักธุรกิจ และสมาชิกแอมเวย์ที่มีกว่า 1 ล้านคน มาร่วมกันแสดงพลังความดี โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสานฝันให้เด็กไทย ด้วยการเปิดโอกาสให้เด็กที่เรียนในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ขึ้นไปส่งความเรียงในหัวข้อ เด็กดี...ฉันฝันอยากเป็น เพื่อบอกเล่าเกี่ยวกับอาชีพในฝันพร้อมกิจกรรมทำความดีของเด็ก และจะมีคณะกรรมการคัดเลือกเด็กที่เหมาะสมตามเงื่อนไขในแต่ละสาขาอาชีพ รวม 20 อาชีพ เพื่อสนับสนุนมอบทุนการศึกษาให้เรียนจนจบในระดับปริญญาตรี

4. การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR: Corporate Social Responsibility)

ปี พ.ศ. 2549 ร่วมกับโรงพยาบาลจังหวัดยโสธรการจัดทำโครงการ One by One: ยิ้มสยาม ซึ่งเป็นโครงการเพื่อดำเนินการรักษาเด็ก และเยาวชนผู้มีความพิการบนใบหน้า ปากแหว่ง เพดานโหว่ และความพิการอื่น ๆ เพื่อที่จะได้มีรอยยิ้มที่สดใสอีกครั้ง โครงการนี้เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถึงวันนี้มีเด็ก และเยาวชนได้รับการผ่าตัดให้มีรอยยิ้มใหม่ รวมทั้งสิ้นกว่า 1,061 คนทั่วประเทศ

ปี พ.ศ. 2550 เดือนพฤศจิกายน จัดโครงการ เวิลด์ เจอร์นี่ ออฟ สไมล์ส (World Journey of Smiles) เพื่อสานต่อกิจกรรมช่วยเหลือเด็กที่มีอาการปากแหว่งเพดานโหว่ในประเทศไทย และเป็นปีพิเศษเนื่องในโอกาสครบรอบ 20 ปีของแอมเวย์ ประเทศไทย โดยได้ร่วมสนับสนุนเป็นจำนวนเงิน 1.5 ล้านบาท

ปี พ.ศ. 2552 จัดกิจกรรม One by One: เปิดโลกกว้างทางปัญญา ด้วยการส่งมอบห้องสมุดแอมเวย์ให้แก่ 10 โรงเรียนนำร่องของโครงการฯ โดยห้องสมุดแอมเวย์จะเป็นศูนย์กลางทางการเรียนรู้ที่สำคัญของเด็ก และเยาวชนไทยในการพัฒนาความเป็นเลิศทางปัญญาต่อไป

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths)

1. ตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ส่งผลให้มีความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์
2. มีผู้จำหน่ายครอบคลุมแทบทุกระดับการศึกษา และวิชาชีพตั้งแต่ความรู้ระดับ
ดอกเตอร์ แพทย์ อาชีวะ นักธุรกิจ ลงมาถึงชาวไร่ชาวนา กรรมกรทั้งชาย และหญิง
3. มีแหล่งผลิตที่มีฝีมือ และน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค
4. มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในเรื่องการจัดการสมัยใหม่ เช่น การนำ
เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการจัดการ
5. มีจำนวนของสินค้า อุปโภค และบริโภค ที่หลากหลาย และครอบคลุมความต้องการ
ของผู้บริโภค
6. มีการรับประกันต่อตัวสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค
7. มีตราสินค้าที่เข้มแข็ง และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคส่งผลให้มีความน่าเชื่อถือใน
ผลิตภัณฑ์
8. มีผลิตภัณฑ์อาร์ทิสทรี ที่เป็นเครื่องสำอางที่มียอดขายสูงสุด 1 ใน 5 ของโลกในกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางระดับพรีเมียม และมียอดขายสูงสุดในประเทศไทย
9. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น มี Call Center ทางอินเทอร์เน็ต และ Shop
Amway ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ราคาของผลิตภัณฑ์สูง ทำให้ไม่ครอบคลุมถึงประชากรทั้งหมดได้
2. เนื่องจากการเติบโตที่รวดเร็วอย่างมากของธุรกิจ ทำให้การดูแลทั่วไปได้ไม่ทั่วถึง
3. ผู้จำหน่ายที่ซื้อสินค้าไปขายต่อให้กับลูกค้าจะต้องซื้อด้วยเงินสดเท่านั้น ทำให้การซื้อ
แต่ละครั้งผู้จำหน่ายจะต้องมีเงินสำรองมากพอ
4. การขาดสาขาหรือคลังสินค้าสำหรับเก็บสินค้าที่ครอบคลุม ส่งผลถึงความรวดเร็วการ
กระจาย และจัดส่งสินค้า

โอกาส (Opportunities)

1. อัตราการเกิดของประชากรเพิ่มขึ้น 17.9 ต่อประชากรพันคน ส่งผลถึงปริมาณของ
ความต้องการในการใช้สินค้า อุปโภค บริโภคเพิ่มขึ้น
2. มีอัตราการขยายตัวของประชากรมากขึ้น ส่งผลถึงปริมาณของความต้องการในการใช้
สินค้าอุปโภค บริโภคเพิ่มขึ้น

ขึ้น

3. กระแสรักสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคสิ่งที่มีประโยชน์เพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

1. สภาพภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
2. สภาพการเมืองที่ไม่เสถียรส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน
3. ราคาน้ำมันที่ไม่แน่นอนส่งผลให้ต้นทุนขององค์กรสูงขึ้น
4. ค่าเงินบาทผันผวน และเริ่มแข็งค่าขึ้น
5. ประชาชนไทยยังคงมีทัศนคติในทางลบต่อธุรกิจขายตรง
6. การจำกัดในเรื่องของพรบ.ธุรกิจขายตรงบางประการ