



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Pro gradu -tutkielma
Lisensiaatintutkielma
Väitöskirja

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	3.11.2005
Tekijä(t)	Tomi Yamano	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	85
Otsikko	Myyntihenkilöstön kontrollointi verkostomarkkinointiyrityksessä		
Ohjaaja(t)	KTT Aino Halinen-Kaila, KTT Arto Lindblom		

Tiivistelmä

Verkostomarkkinointi on vaihtoehtoinen tapa järjestää tuotteiden jakelu suoraan loppukäyttäjälle verkostoijista muodostuvan verkoston kautta. Yrityksen tukitoiminnot kuten rekrytointi, koulutus, motivointi, tilaustenkeruu ja markkinointi on delegoitu verkostoijille. Verkostoijat toimivat myös tuotteiden loppukäyttäjinä. Koska toiminta on pääosin verkostoijien vastuulla, nousee verkostoijien kontrollointi keskeiseksi tekijäksi pääyrityksen menestymisen kannalta.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli kuvata verkostoijien kontrollointia erilaisin palkkioin verkostomarkkinointiorganisaatiossa. Ensimmäisenä osaongelmana oli selvittää, mitä kontrollimuotoja on käytössä verkostomarkkinointiorganisaatiossa. Toisena osaongelmana oli tutkia palkkioiden esiintymistä eri kontrollimuodoissa. Kolmannessa osaongelmassa syvennyttiin verkostoijien kontrollointiin liittyviin ongelmiin. Tutkimuksessa päädyttiin kvalitatiiviseen lähestymistapaan. Tutkimusstrategiaksi valittiin case-tutkimus. Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin pääasiassa teemahaastatteluja, joita tehtiin yhteensä kolme kappaletta. Lisäksi tutkimuksessa käytettiin myös valmiita aineistoja.

Tutkimuksen tarkoitusta lähestyttiin myyntihenkilöstön kontrolloinnin viitekehyksen kautta. Kontrollimuodot jaettiin panos- ja heimokontrollin sekä käyttäytymisen ja työsuorituksen kontrolliin. Palkkiot painottuvat eri tavoin eri kontrollimuodoissa. Sisäiset palkkiot ovat työssä itsessään; ulkoiset palkkiot ovat muiden myyntihenkilöille antamia. Kontrolliongelmat jaettiin kolmeen pääluokkaa: kontrollin puute, motivaatioon liittyvät ongelmat ja henkilökohtaiset rajoitukset.

Tutkimuksen perusteella voidaan päätellä, että verkostomarkkinointiyritykset käyttävät verkostoijien kontrolloinnissa yhtenäistä kontrollimuotojen yhdistelmää, joka sisältää piirteitä kaikista eri kontrollimuodoista. Kontrollimuotojen mukana tuomat runsaslukuiset palkitsemiskeinot motivoivat monipuolisesti eri syistä mukana olevia verkostoijia. Käytössä olevat kontrollimuodot antavat suojaa kaikkia ilmenneitä kontrolliongelmia vastaan.

Asiasanat	Verkostomarkkinointi, myyntihenkilöstön kontrollointi, palkitseminen
Muita tietoja	