



---

## **A XXI. század legelterjedtebb jövedelemszerző trendjei:**

- **Életmód és jövedelemszerzés összehangolása:** Az emberek számára egyre fontosabbá válik az a szempont, hogy a jövedelmüket, milyen életminőség fenntartása mellett képesek megszerezni. Vannak, akik inkább vállalják az alacsonyabb keresetet, lemondanak a hangzatos beosztásaikról, cserében a több szabadidőért, és a stresszmentes munkakörülményekért. Mások pedig munkájuk, tudásuk, tapasztalatuk és idejük befektetése révén igyekeznek folyamatos - jogdíjszerű - jövedelemforrásra szert tenni.
- **Táv munka** lehetőségek elszaporodása: Az otthoni környezetben végezhető tevékenységek köre folyamatosan bővül. lehetővé téve ennek az újfajta atipikus foglalkoztatási formának az elterjedését
- **Kapcsolati Marketinges értékesítés:** a termékek és szolgáltatások korszerű, és hatékony értékesítési módja, amely számos trend egymás hatását erősítő előnyeire épül. Ideális feltételeket biztosít az otthonról végezhető passzív - jogdíj szerű - jövedelemszerző tevékenységhez, kihasználva a hatástöbbszörözés és a másolódás elvét. Egy újfajta pénzkereseti lehetőség van kialakulóban:
- **Közvetlen vásárlás** terjedése: Egy fogyasztó központú forradalom kialakulásának lehetünk szemtanúi, amely a termékek és szolgáltatások forgalmazása terén megy végbe. Megvalósulóban van a közvetlen vásárlás folyamata a gyártó és a fogyasztó között. A hagyományos kiskereskedelem értékesítői láncának közvetítői kimaradnak az egész folyamatból.
- **Egészségtudatos életmód** népszerűvé válása: Egyre többen kezdenek rájönni arra, hogy egészségi állapotuk megóvása leginkább az életmódjuktól függ. *"Az egészség nem jár senkinek sem "állampolgári jogon", annak érdekében mindenkinek tennie is kell."* Vannak, akik, nem várják meg, hogy különféle betegséggel az egészségügyi intézményekben - nem kevés anyagi áldozat árán - kezeljék őket, hanem a megelőzés érdekében inkább aktívan cselekednek
- **Önfoglalkoztatás** növekvő népszerűsége: Ma már a jövedelemközpontú szemlélet kezdi - lassan de biztosan - felváltani a hagyományos munkahelyközpontú életszemléletet. Az emberek az állásszerzés helyett egyre

inkább a jövedelemszerzési lehetőségekre igyekeznek a figyelmüket összpontosítani. A jövő a független, önfoglalkoztató csapatjátékosoké lesz.

- **Önképzés:** Ma már egyre nyilvánvalóbbá válik, hogy a keresőképességünket csak egy életen át tartó, (ling life learning) folyamatos tanulással őrizhetjük meg.
- **Internet alapú TV-adások** elterjedése: Ez már nem utópia, hanem valóság!
- **Elektronikus kereskedelem:** Internet áruházak folyamatos elszaporodása, a pénzügyi műveletek Interneten történő bonyolítási feltételeinek megteremtésével párhuzamosan.
- **Éva-marketing:** A nők gondolkodásmódja és viselkedése hatással van az üzleti életre, s ennek következtében a marketing hierarchikus modelljét lassan felváltja az emberi kapcsolatokra építő modell.
- **Vírus-marketing** megjelenése: Olyan termékekről és szolgáltatásokról van szó, amelyek önkéntes reklámozásra, népszerűsítésre ösztönzik az ügyfeleket. Ezáltal a termékről/szolgáltatásról szóló információ influenza vírusként, öngerjesztő folyamat segítségével jut el a potenciális vásárlók széles tömegéhez. Ráadásul, gyakran még hitelesebbnek is tekintik, mint a médiareklámokat.
- **Ügyfélbarát reklám- és marketing módszerek** terjedése: Az erőszakos - figyelemelvonó, ügyfélbosszantó - TV-reklámokból kiábránduló emberek szívesen fogadják a beleegyezésükön alapuló - megengedő - fogyasztóbarát marketing módszereket (lásd: Internet-marketing)