

FOREVER

Poland

Styczeń 2005 • Numer 3



**25 celów
na 2005 rok!**



Forever
Calcium



W numerze:

Na dobry początek.....	2
Aloes w prasie.....	4
Awanse i osiągnięcia	5
Gwiazdki regionalne	6
Akademia produktów	8
Akademia biznesu.....	10
Informacje i wydarzenia.....	12

Forever Living Products Poland jest członkiem:



Międzynarodowej
Rady Naukowej
ds. Aloesu



Amerykańskiej
Izby
Gospodarczej



Polskiego
Stowarzyszenia
Sprzedaży
Bezpośredniej

FOREVER POLAND

Miesięcznik Dystrybutorów FLP Poland
ISSN 1733-7992
Styczeń 2005 r. • Nr 3 (1/2005)

Wydawca: Dział Marketingu FLP Poland Sp. z o.o.
e-mail: m.hajzner@flpp.com.pl

Biurowe Głównie FLP Poland:

Dyrektor FLP Poland **Jacek Kandefer**
j.kandefer@flpp.com.pl

Dział Marketingu i PR **Joanna Klupp**
j.klupp@flpp.com.pl

Dział Administracji **Katarzyna Bajera**
k.bajera@flpp.com.pl

Dział Księgowości **Agnieszka Chrzanowska**
a.chrzanowska@flpp.com.pl

Dział Operacyjny **Agnieszka Ramotowska**
a.ramotowska@flpp.com.pl

Dział Sprzedaży **Sławomir Szymaniak**
s.szymaniak@flpp.com.pl

Dział Sprzedaży oraz Recepcja:
pon, pt: 9.00-17.00; wt, śr, czw: 9.00-20.00

sobota pracująca: dzień Treningu Jonathana
Biuro Głównie: pon-pt 9.00-17.00

Forever Living Products Poland Sp. z o.o.

Brama Zachodnia, Al. Jerozolimskie 92,
00-807 Warszawa, tel. 22/456 43 56-59, fax 22/456 43 60
www.flpp.com.pl; e-mail: flpp@flpp.com.pl

Skład, korekta: Irmedia

Druk: Team, Warszawa

Zdjęcie na okładce: ©Corel

Redakcja zastrzega sobie prawo do skrótów i redagowania
tekstów przyjętych do druku. Wszelkie prawa zastrzeżone.



List od prezydenta

Ostatnio miałem okazję spędzić trochę czasu w jednym z moich ulubionych zakątków świata – na przepięknych wyspach Samoa. Jestem bardzo związany z tym wyspiarskim rajem, a ostatnio pracowaliśmy tam nad wspaniałymi inicjatywami, dzięki którym Samoanccy mogą uzyskać większy dostęp do wiedzy spoza wysepek.

Podczas tej wizyty poznaliśmy bardzo inspirującą organizację, która oferuje drobnym przedsiębiorcom, zwykle ubogim kobietom, możliwość założenia własnej firmy, udzielając małych pożyczek bez zabezpieczenia, do wykorzystania jako kapitał początkowy. Pożyczki wynoszą do \$250, a osoby, którym są udzielane i które tworzą swoje minifirmy, otrzymują również szkolenia, wsparcie i zachętę. Niemal wszystkie kobiety odnoszą sukces w swoich przedsięwzięciach i ponad 98% pożyczek jest w całości spłacanych.

Powyzsza reguła zainspirowała mnie i przypomniała o tym, że „z rzeczy małych rodzą się wielkie”. Tak samo można porównać małe przedsiębiorstwa mieszkańców Samoa z szansą oferowaną przez Forever Living Products.

Z moich obserwacji wynika, że jedyną szansą na osiągnięcie perfekcji jest robienie takich „małych rzeczy”. Każdy robi wielkie rzeczy; różnica między sukcesem a porażką kryje się w uwadze, jaką poświęcamy drobiazgom. Posłużę się słowami wiersza Julii Carney z 1845 r. *Małe krople wody*:

*Małe krople wody,
Piasku ziarna małe,
Są potężnym oceanem,
Wznoszą szczyty śmiałe.*

*A te małe chwile,
Symbol ulotności,
Budują stulecia,
Częścią są wieczności.*

*Mały gest sympatii,
Cichy szepc miłości,
Czyni Ziemię Rajem,
krainą radości.*

Mistrzowie wiedzą, że małe jest wielkie. Osoby dbające o szczegóły często są przez innych wyśmiewane jako czepialskie czy owładnięte obsesją lub manią. A jednak musimy dbać o drobiazgi – schludność, dokładność, drobne gesty uprzejmości, skuteczne utrzymywanie kontaktu, praktyka, dobre maniere, punktualność itp. Wszystkie te aspekty sukcesu zbyt często wkładamy do szufladek z napisami „drobne”, „monotonne”, czy wręcz „nudne”, ale to właśnie one, gdy są doskonałe, odmieniają postać spraw. Telefon po spotkaniu, wysłanie karty z podziękowaniem, przybycie na spotkanie bez spóźniania, w odpowiednim stroju, to przykłady małych rzeczy, które robią ogromną różnicę.

Małe rzeczy muszą być robione od razu. Reperuj, kiedy coś się zepsuje. Większość domów popada w ruinę, gdyż drobne usterki nie były naprawiane. Większość samochodów traci wartość, ponieważ zlekceważono drobiazgi. Również biznes FLP załamuje się, kiedy zaniedbujemy małe rzeczy. Znajdujemy się na przełomie 2004/2005. Rok 2004 właśnie dobiegł końca. Musimy korzystać z doświadczeń w nim zdobytych, ale jednocześnie z całą energią „wskoczyć” w rok 2005. Nie wahaj się przed tym skokiem, balansując na krawędzi i odwołując dzień, w którym odniesiesz sukces. Skocz! To jest to. 2005 to TWÓJ rok; to rok, byś osiągnął szczyt swoich możliwości! Zaczynaj od

poświęcenia kilku chwil na stworzenie listy wielkich i małych rzeczy, jakie będziesz doskonalić w roku 2005 r. Przekonałem się, że taka lista jest bardzo pomocna. Nie ufajcie swojej pamięci. Nawet najbardziej tępy ołówek jest ostrzejszy od najbystrzejszego umysłu. Zawsze będziemy pamiętać o tym, by zrobić wielkie rzeczy, ale o tych małych, a jednak kluczowych, musimy sobie przypominać. W tym wydaniu naszego miesięcznika znajdziecie podpowiedź – 25 rzeczy do osiągnięcia w 2005 r.

Rok 2004 był dla Forever fantastyczny! Nawet w obliczu gospodarczych i społecznych wyzwań Forever doświadczało rozwoju, przekraczając 2 miliardy dolarów obrotów, współpracując z ponad 7,5 miliona dystrybutorów oraz milionami klientów odnoszących korzyści z używania naszych niezwykłych produktów i szczerego planu marketingowego. Wszystkie kraje Forever rozwijają się i biją nowe rekordy, zapewniając dystrybutorom solidną i realną nadzieję i szansę na realizację marzeń.

Ze wzruszeniem patrzę na wydarzenia minionego roku. Od wprowadzenia w lutym Forever Active Probiotic, produktu, który niezwykle szybko znalazł się wśród 10 bestsellerów, do Światowego i Europejskiego Zjazdu w goszczącej olimpijczyków Grecji i zabytkowej Turcji. Doświadczyliśmy ogromnego sukcesu programu Clean+Lean. Niezapomniany był Międzynarodowy Zjazd w ośnie-



List od dyrektora

Przełom roku mija zawsze pod hasłem podsumowania roku mijającego i robienia planów na rok nadchodzący. Nic więc dziwnego, że temat wyznaczania celów zdominował także regionalne spotkania gwiazdkowe. Dlaczego stawianie sobie celów jest tak ważne? Co najmniej z dwóch powodów. Po pierwsze, wyznaczony cel daje nam motywację, dzięki której chcemy pracować, wiemy, po co pracować i co dzięki naszym wysiłkom chcemy osiągnąć! Bez konkretnego celu, czyli jednocześnie bez motywacji, nie będzie tego bodźca, który sprawia, że chwytny za telefon i umawiamy się na kolejne spotkanie czy prezentację. Motywacja sprawia, że zamiast spędzać spokojny wieczór przed telewizorem, jedziemy na drugi koniec miasta, by spotkać się z kandydatem na dystrybutora, z klientem lub poprowadzić szkolenie dla struktury. Drugim powodem, dla którego wyznaczanie celów jest tak ważne, jest to, że bez nich nie jesteśmy w stanie odpowiednio zaplanować pracy. Kiedy nie mamy celu, łatwo jest dojść do wniosku, że nie ma znaczenia, czy spotkamy się dziś z jedną osobą czy z pięcioma. A może w ogóle przełożyć spotkania na jakiś inny dzień? Tylko wtedy, gdy wiemy, co chcemy osiągnąć, możemy tak ułożyć plan pracy, by wyznaczyć sobie ramy czasowe realizacji celu. Dopiero gdy powiemy sobie: pracuję, by kupić nowy samochód, będziemy wiedzieli, ile spotkań musimy odbyć, ile produktów sprzedać, jakie obroty musi osiągnąć nasza grupa i jak zaplanować nasze działania, by zamierzenie to zrealizować.

Niezmiernie istotne jest również to, by cel był konkretny. Co oznacza konkretny? Nie wystarczy powiedzieć: chcę mieć więcej pieniędzy. Trzeba sobie jeszcze odpowiedzieć na pytanie: po co mi te pieniądze? Kiedy sprecyzujemy nasze pragnienia, będziemy mogli wyznaczyć termin ich spełnienia i skupić nasze wysiłki na tym, by dzięki swojej

wającym San Diego, gdzie pokazaliśmy nowe opakowania produktów oraz wprowadziliśmy cztery nowe, świetne produkty: Forever Epiblanc, Forever Marine Mask, Forever Lite Ultra i Forever Vision. Pamięamy spotkania z okazji Podziału Zysków oraz zjazdu na całym świecie, w tym wspaniały Zjazd Ameryki Łacińskiej w Peru. Co więcej, nasza siostrzana firma, Forever Resorts, kontynuuje światową ekspansję i w chwili obecnej liczy 48 ośrodków, w tym 16 światowej klasy kurortów w Afryce Południowej.

Nie wątpię, że w znaczny sposób do sukcesu naszej firmy przyczynia się gotowość dystrybutorów i pracowników na całym świecie do systematycznego robienia rzeczy wielkich i sumiennego zajmowania się rzeczami małymi. Każdemu z Wasz z głębi serca dziękuję. Jesteście najlepsi z najlepszych, życzę Wam samych sukcesów i wspaniałych chwil w Nowym 2005 Roku! Na zakończenie chciałbym „pożyczyć” słowa najmłodszego stażem przedsiębiorcy i pracodawcy na Samoa, Moto Josepha z wioski Fagalii, który otrzymując pożyczkę odpowiedział radośnie: „Dziękuję, milion razy dziękuję!”

Na zawsze Wasz,

Rex Maughan

pracy terminu tego dotrzymać. Pamiętajmy również, że wyznaczenie celów jest sprawą bardzo indywidualną. Dla każdego z nas co innego stanowi siłę napędową do pracy. To, co dla jednej osoby może być potężną motywacją, dla innej może nie mieć żadnego znaczenia. Dlatego kiedy zastanawiamy się nad tym, co chcemy osiągnąć, wsłuchajmy się w siebie, a nie w świat zewnętrzny. Postawmy sobie cel, który nas w pracy „uskrzydli” i doda energii oraz sił do jeszcze intensywniejszej pracy nad rozwojem naszego biznesu Forever.

Realizacji takich celów życzę nam wszystkim w 2005 roku!

Jacek Kandefer



Santiago Rodriguez pomaga IASC oszacować wielkość rynku produktów aloesowych

W ciągu ostatnich sześciu, siedmiu lat IASC otrzymywała ze wszystkich stron świata prośby o dane dotyczące wielkości rynku aloesowego, zarówno jeśli chodzi o surowiec, jak i o gotowe produkty. Nad odpowiedzią na te prośby pracowało wielu członków IASC. Nawet nie dysponując ścisłymi danymi, tak szacowaliśmy rynek: 65-80 milionów dolarów – rynek surowców, 110 miliardów dolarów – rynek gotowych produktów zawierających aloes. Pół roku temu skontaktowaliśmy się z Santiago Rodriguezem, uznanym liderem rynku aloesowego, który podjął się próby uzyskania dokładniejszych danych. W tym celu skontaktował się on z wieloma agencjami i firmami. Po miesiącach kompilowania zebranych informacji wyniki były gotowe do przedstawienia. Wartość rynku surowców została oszacowana przez Santiago Rodrigueza na 125 milionów dolarów, czyli na kwotę wyższą niż nasze szacunki.

Natomiast według naszych obliczeń **wartość rynku gotowych produktów aloesowych przekracza 110 miliardów dolarów**. Dane te uzyskano na podstawie cen detalicznych wyrobów zawierających aloes. Należy jednak pamiętać o dwóch kwestiach. Po pierwsze, w przypadku wielu produktów zawartość Aloe Vera to zaledwie 1-2%. Wiele firm wykorzystuje na opakowaniach rysunek aloesu oraz obecnie już dość „zużyte” określenie z *aloesem*. Po drugie, aloes łatwo podrobić czy uszkodzić w procesie przetwórczym, tak że będzie miał on niewielką lub wręcz zerową wartość.

Magiczne słowo *aloes* pomaga w sprzedaży produktów. Cieszy nas popularność Aloe Vera, mamy jednak nadzieję, że poprzez odpowiednią edukację i proces certyfikacji będziemy w stanie zachęcić jak najwięcej firm do tego, by zawartość aloesu w ich produktach „aloesowych” wynosiła co najmniej 15%, dzięki czemu będą one mogły uzyskać certyfikat i, co ważniejsze, być skuteczne.

Santiago Rodriguez prezentował wyniki swojej pracy podczas 23. Dorocznego Kongresu Naukowego, który odbył się w Seulu we wrześniu 2004 r.

Bella Relaks 6/12/2004

Ciekawostki medyczne – aloes na odporność

Super Express – Zdrowie 8/12/2004

Herbatka dobra na... wszystko

„Aloes – ma działanie osłaniające błony śluzowe, ściągające, przeciwbakteryjne i przeciwzapalne, pobudza przemianę materii”.

Poradnik Domowy grudzień 2004

Zrób to sam, czyli 17 domowych recept

„11. Aloes goi rany i oparzenia. Sok i miąższ liści tej popularnej rośliny doniczkowej jest przez entuzjastów uznawany za prawdziwe panaceum. Znane są jego właściwości przyspieszania gojenia ran, oparzeń, odmrożeń. Substancje biologicznie czynne zawarte w aloesie mają właściwości bakterio- i grzybobójcze oraz stymulują komórki skóry do regeneracji. Aloes ma także inne zasługi – wspomaga pracę przewodu pokarmowego, wzmacnia odporność, prawdopodobnie pomaga nawet chronić się przed nowotworami”.

Zdrowa Medycyna grudzień 2004

Zioła i wyciągi roślinne regenerujące śluzówkę przewodu pokarmowego

„Aloes – odtruwa organizm, zwiększa odporność, regeneruje śluzówkę”.

Dziennik Wschodni, Dodatek grudzień 2004

Ciekawostki

„Ekstrakt z aloesu oczyszcza krew i neutralizuje substancje szkodliwe dla organizmu. Już niewielka dawka 25-75 ml dziennie sprawia, że czujemy się zdrowsi, nie mamy problemów z przeziębieniami, zaparciami i niestrawnością”.

Słowo Polskie GW Na Zdrowie 13/11/2004

Od aloesu do lampy solnej

„Aloes – wiedzie prym wśród roślin pobudzających odporność. Sok z aloesu przyspiesza produkcję komórek układu odpornościowego i hamuje namnażanie się wirusów”.

Świat Seriali 15/11/2004

Sekrety natury: aloes

„Aloes jest sukulentem z rodziny liliowatych. Jego właściwości lecznicze i kojące odkryli starożytni Egipcjanie na długo przed panowaniem Kleopatry. Miąższ uzyskiwany z jego liści jest używany od tamtych czasów do opatrywania oparzeń i niewielkich ran.

Naukowcy odkryli, że miąższ aloesu zawiera ponad 150 aktywnych składników: witamin, minerałów, enzymów i cukrów złożonych. Preparaty z niego uzyskiwane łagodzą zmiany skórne, działają przeciwzapalnie, przeciwbólowo, przeciwbłówo i uśmierzają swędzenie. Mogą być stosowane w leczeniu łuszczycy i oparzeń słonecznych. Podawany doustnie sok z aloesu pomaga zwalczyć stany zapalne układu trawienego, w tym wrzody i niestrawność, a także przynosi ulgę w zaparciach. Aloes działa dobroczynnie na układ krążenia i serce, ma też doskonałe właściwości nawilżające i regenerujące”.

Słowo Ludu 9/11/2004

Dziąsła chorują

„Na ból zębów [...] Można również stosować żel z aloesu do wcierania w dziąsła w okolicę bolącego zęba”.

Voyage listopad 2004

Niech moc będzie z Wami

„Właściwości lecznicze wielu roślin odkryto, obserwując zwierzęta. Mały do zranionego miejsca przykładają przecięty liść aloesu. Sok tej rośliny łagodzi stany zapalne, działa przeciwbakteryjnie, a także wzmacnia organizm. Skuteczność takich kuracji opisywali już Sumerowie i Egipcjanie. Jak się okazało, aloes pobudza również produkcję limfocytów”.

Tygodnik Podhalański 4/11/2004

Odkryjmy zioła na nowo

„Prawdziwą skarbnicą minerałów i witamin jest aloes, przybysz z Afryki, doskonale wpływa na regenerację komórek, wykazuje działanie bakteriobójcze, przeciwzapalne, biostymulujące, wpływa na przemianę materii, ułatwia trawienie”.

Dobre Rady listopad 2004

Szampon... na miarę

„Sok z aloesu – zawiera m.in. glikozydy, wielocukry, związki żywicowe, witaminy i sole mineralne. Stosowany bardzo często w preparatach do pielęgnacji włosów, przy podrażnionej skórze i stanach zapalnych”.

Dziennik Bałtycki Wieczór 30/12/2004

Zielnik

„Aloes [...] Żel aloesowy: zmniejsza ból i reakcje zapalne, przyspiesza proces gojenia (rany skóry, owrzodzenia, oparzenia, odmrożenia, jest pomocny w gojeniu zarówno ran zewnętrznych, jak i wewnętrznych), pobudza wzrost i naprawę skóry”.

10 NAJLEPSZYCH 2004

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. Urszula i Mirosław Kapustowie | 6. Bożena Mach |
| 2. Bożena Gaj | 7. Magdalena Strojna |
| 3. Krystyna Oruba | 8. Urszula i Tomasz Kućkowie |
| 4. Anna i Metody Lubińscy | 9. Danuta i Edward Wienchowcie |
| 5. Wiesława i Adam Spyrowie | 10. Maria Durazińska i Jacek Bartkowiak |

ASYSTENCI MENEDŻERA

sponsorzy:

- | | |
|---------------------------------|--|
| Bożena i Michał Brońkowie | <i>Barbara i Wiesław Tolarczykowie</i> |
| Barbara i Wiesław Tolarczykowie | <i>Urszula i Tomasz Kućkowie</i> |



KIEROWNICY

sponsorzy:

- | | |
|-------------------------------|--|
| Bogusława i Roman Bobińscy | <i>Teresa i Stanisław Makowscy</i> |
| Ewelina Brońka | <i>Bożena i Michał Brońkowie</i> |
| Krystyna Brońka | <i>Bożena i Michał Brońkowie</i> |
| Katarzyna Gorzkowska | <i>Jadwiga i Ryszard Sączewscy</i> |
| Danuta i Michał Grabarscy | <i>Edyta Uznańska</i> |
| Edyta i Mirosław Jaroszowie | <i>Ewelina Brońka</i> |
| Katarzyna i Robert Kopaczowie | <i>Ewelina i Rafał Kwiatkowie</i> |
| Maciej Kowacz | <i>Halina Mastrzykowska</i> |
| Maria i Grzegorz Lodarscy | <i>Krystyna i Adam Mareccy</i> |
| Renata Maryniok | <i>Katarzyna i Ryszard Kiewrelowie</i> |
| Halina Mastrzykowska | <i>Maria i Wiesław Grotyńscy</i> |
| Elżbieta i Bogdan Olesiowie | <i>Danuta Broda</i> |
| Barbara i Stanisław Rupińscy | <i>Bogusława i Roman Bobińscy</i> |
| Edyta Uznańska | <i>Wiesława i Adam Spyrowie</i> |
| Barbara Zając | <i>Jadwiga i Ryszard Sączewscy</i> |
| Dorota i Franciszek Zaorscy | <i>Barbara i Stanisław Rupińscy</i> |



10 NAJLEPSZYCH

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Jadwiga i Ryszard Sączewscy | 6. Danuta i Edward Wienchowcie |
| 2. Urszula i Mirosław Kapustowie | 7. Wiesława i Adam Spyrowie |
| 3. Bożena Gaj | 8. Bożena i Michał Brońkowie |
| 4. Urszula i Tomasz Kućkowie | 9. Magdalena Strojna |
| 5. Anna i Metody Lubińscy | 10. Teresa i Aleksander Pająkowie |

SPONSORZY NA MEDAL

październik-grudzień 2004 r.

- | | |
|------------------------------------|----------------------------------|
| 1. Urszula i Tomasz Kućkowie | 4. Jadwiga i Ryszard Sączewscy |
| 2. Barbara i Wiesław Tolarczykowie | 5. Teresa i Aleksander Pająkowie |
| 3. Ewelina i Rafał Kwiatkowie | |

Warszawa



Gwiazdki regionalne

Grudzień to miesiąc, w którym nasze myśli jeszcze bardziej niż na co dzień koncentrują się na najbliższych, na wspólnym świętowaniu Gwiazdki i na ciepłych, serdecznych spotkaniach. Taka rodzinna atmosfera panowała również podczas wszystkich Gwiazdkowych Spotkań Forever, które odbyły się i w warszawskim Biurze Głównym, i we wszystkich Oddziałach: w Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Katowicach i Gdańsku. Strawę dla ducha podczas spotkań gwarantował Dyrektor FLP Poland Jacek Kandefer, który w swoich wystąpieniach nie tylko podsumował mijający rok, ale przede wszystkim mówił o wyznaczaniu celów na rok 2005 – celów, jakie pomogą każdemu dystrybutorowi osiągnąć sukces! Strawę dla ciała zapewniali dystrybutorzy, którzy z ogromnym zaangażowaniem przygotowywali przepyszne potrawy wigilijne. Ważnym elementem spotkań było również wspólne kolędowanie i życzenia na Nowy Rok: zdrowia dzięki produktom Forever i fortuny dzięki Planowi Marketingowemu!

ASYSTENCI KIEROWNIKA : grudzień 2004 r.

Hanna Andraszczyk, Janusz Andrzejewski, Ludwika Babińska, Sylwia Banach, Anna Bandyk, Dorota i Jarosław Bieniowie, Zbigniew Bieszke, Dorota Biskupska, Urszula Blaut, Violetta Błażniak, Lucyna i Dariusz Bliźniakowie, Małgorzata Bogusławska, Tadeusz Cebo, Barbara i Wiktor Cegłowie, Małgorzata Chabura, Teresa Charatańska, Ewa Chojnacka, Monika Cieślak, Agnieszka Cisek, Marlena i Mirosław Czaplidy, Jadwiga Czech, Gabriela Czerwińska, Lucyna Czocher, Beata Czulińska, Renata Ćwiklińska, Dejidmaa Vanchindorj, Danuta Deptuch, Karolina Dębiec, Stanisława Dorosińska, Krystyna Dośla, Aneta Dotka, Ewa Drąg, Barbara Drewek, Hanna Drzewiecka, Tomasz Dudek, Hanna Dziura, Anna Ermich-Dadas, Teresa i Krzysztof Fabijowie, Zofia Falusek, Barbara Ferenz, Ewelina Figat, Aneta Fikus, Zygfryda i Manfred Fikusowie, Barbara Flis, Stanisława i Zdzisław Fralowie, Katarzyna i Marcin Frankowscy, Paweł Frączek, Dorota i Dariusz Gańczowie, Małgorzata Gazda, Izabela Gołębiewska, Barbara Gomola, Danuta Gondek, Barbara Górecka, Dorota Górecka, Jadwiga Górka, Michał Grabarski, Barbara Grad, Ewa Grębowicz-Górecka, Grażyna Grymek, Witold Hamera, Paweł Haramiuk, Marta Herliczka, Krystyna i Marcin Hermytowie, Elżbieta i Leszek Jagielscy, Joanna Janicka, Elżbieta Jarosińska, Stanisława Jasion, Urszula Jendryś, Urszula Jeziernicka, Elżbieta Kaczor, Hanna Kaczor, Małgorzata Kaczorowska, Brygida Kaja, Marta Kamieniarz, Barbara Kania, Stanisław Karaban, Joanna Karalus, Alicja i Leszek Karzelkowie, Violetta i Maciej Kasprzakowie, Jarosław Kawka, Anna Kępa, Aneta Kilińska, Hildegarda Kluge, Karina Klukojć, Halina Kogut, Krystyna Kosowicz, Elżbieta Kosznik, Helena Kowal, Janina Kowalska, Elżbieta i Artur Kowalscy, Teresa Kozłowska, Emilia Król, Bogumiła Krukowska, Honorata Kruszyńska, Eliza Książek, Franciszek Kula, Jadwiga Kusak, Małgorzata i Sławomir Kusiakowie, Janina Kwiatkowska, Alicja Lach, Joanna Leszczyc, Karina Liszewska, Zofia i Bronisław Lizoniowie, Joanna Lomas, Teresa Łojewska, Ewa Łowkiewicz, Przemysław Łukasik, Piotr Łykowski, Eulalia Machnik, Grażyna Madeja, Józef Majak, Konrad Majchrzyk, Ad-

rianna i Robert Majkowie, Małgorzata Majowicz, Ewa Mandalka, Teresa Mantuifel, Grażyna Mańkowska, Gabriel Markiewicz, Grażyna Marzec, Marcin Matuszak, Jolanta Meus, Dorota Mikulska, Romana Miś, Grażyna Mniszek, Bogumiła Molenda, Adam Moryń, Justyna Namięta, Magdalena Nawalicka, Grzegorz Niedźwiecki, Mirosława Noerenberg, Agnieszka Nowak, Dieter Nowak, Małgorzata Ogorzałek, Helena Oleszczuk, Renata Orczyk, Anna Osowska, Anna Ostrysz, Alicja Ozibko, Wiesława i Tomasz Pająkowie, Marzena Paluszak, Elżbieta Pałka, Beata Panusz, Aleksandra Pasięka, Hieronim Perek, Anna Perkowska, Aneta Piekarska, Wiesława Pilc, Mariola Piotrowska, Zofia Poczta, Dorota Polak, Danuta Polkowska, Katarzyna Proszowska, Zofia Przygoda, Adela Przytarska, Justyna Radziłowicz, Agnieszka Romanowicz-Pyryt, Aleksandra Rudnicka, Teresa Rudzińska, Tadeusz Runo, Irena Rycka, Beata Ryczek, Bartosz Sadowski, Dorota Sak, Stanisława Samela, Leokadia Sanojca, Urszula i Edward Sawiccy, Łukasz Serafin, Andrzej Sędziwy, Helena Sierpińska, Dorota Sikora, Paweł Sikora, Łucja i Andrzej Skalscy, Kazimiera Skowron, Teresa Skórska, Teresa Słoka, Bożena Słomka, Alicja Sobczak, Elżbieta Sokolowska, Mirela Sowa, Helena i Piotr Sporyszowie, Janina Stachnik, Izabela Starmach, Aleksandra Stasięko, Krystyna Staszczyk, Magdalena Stec, Dorota Stefanek, Beata Stoch, Monika Stoch, Waldemar Stolarski, Anna Stróżyk, Adela Struska, Wojciech Stubiński, Agnieszka Suchara, Ewa Szczęsna, Stanisława Szczygłowska, Małgorzata Szklarska, Monika Szumańska, Marlena Szyszowska, Mariola Śliz, Agnieszka Śmieszniak, Jadwiga i Henryk Świątkowie, Mariola i Piotr Świrydowiczowie, Olimpia Świt, Daniel Teliczan, Eugenia i Piotr Truszkowscy, Sylwia i Adam Turzyńscy, Ewa Tylecka-Tychońiewicz, Sebastian Warych, Wanda Weltrowska, Jan Węgrzyn, Wanda Widz, Elżbieta Wilter, Maria Wiśniewska, Marzena Witkowska, Irena Wojańczyk, Joanna Woźniak, Marta i Patrycjusz Wrąbnowie, Barbara Wróbel, Gabriela Wróblewska, Urszula Wyrwoł, Magdalena Zaprawa, Izabela Zemlik, Anna Ziaja, Anna i Tadeusz Zielińscy, Grażyna Żak, Danuta Żelazny.



Wrocław



7 grudnia 2004 r. miałyśmy przyjemność uczestniczyć w regionalnym spotkaniu wigilijnym Forever we Wrocławiu. Odbywało się ono w urokliwej, świeżo odrestaurowanej kamienicy – tej samej, w której mieści się Oddział. Na wstępie dokonano prezentacji oraz miłego powitania gości. Potem głos zabrał Dyrektor, którego wystąpienie było bardzo inspirujące, ciepłe i serdeczne. Komunikatywność, lekkość słowa, ciekawa osobowość przykuwały uwagę wszystkich słuchaczy.

Po części oficjalnej przysła pora na degustację świątecznych potraw przygotowanych przez dystrybutorów z regionu. Wiktuwały, jakie pojawiły się na stołach, zachwycaly kunsztem sztuki kulinarnej! To wszystko sprawiło, że spotkanie miało atmosferę ciepła, życzliwości i serdeczności – prawdziwie rodzinną! Otwartość i przyjazne kontakty na pewno przełożą się na dalszą, efektywną pracę.

Irena Marszałek i Barbara Witkowska

Gdańsk



Kraków



JUŻ ZA CHWILĘ WALENTYNKI!

*Perfumy 25th Edition
doskonały prezent dla ukochanej kobiety,
dla najdroższego mężczyzny...*

LOVE FOREVER!



Forever Calcium



Długość naszego życia i nasze zdrowie zależą od tego, jak troszczymy się o organizm. Kiedy chcemy poprawić ogólną kondycję, większość z nas koncentruje się na układzie krwionośnym i mięśniach, a tylko niewielu pamięta o tym, by zadbać o fundament zdrowia fizycznego i aktywnego stylu życia, czyli o kości. Stanowią one podstawę

wszystkich pozostałych układów naszego ciała. Brak silnych kości sprawia, że nawet najprostsze czynności mogą powodować złamania i zwichnięcia.

W jaki sposób możemy cieszyć się zdrowymi kośćmi przez całe życie? Kluczem jest najobficiej występujący w naszym organizmie składnik mineralny: **WAPŃ**, który stanowi podstawę **Forever Calcium**.

Skoro jest to najobficiej występujący w organizmie składnik mineralny, skąd potrzeba suplementacji? Prawie 99% wapnia jest zmagazynowane w kościach, dzięki czemu pozostają one silne i zdrowe.

Pozostały 1% musi być stale dostarczany krwi i tkankom. Jest on bardzo istotny, a jego źródłem może być albo nasza dieta, albo właśnie kości.

Jeżeli chcemy, aby ilość wapnia niezbędna w kościach pozostała nie naruszona, musimy co dzień spożywać odpowiednią ilość tego minerału. Jednak dla większości z nas dieta obfita w wapń (nabiał, soja, orzechy) jest albo niesmaczna, albo niepraktyczna. Co więcej, większość spożywanych przez nas pokarmów pozbawiana jest naturalnego wapnia w trakcie nowoczesnych procesów przetwórczych. Właśnie z tych powodów wapń, tuż obok żelaza, wymieniany jest często jako minerał, którego niedobór jest największy w diecie współczesnych, dorosłych kobiet.

Forever Calcium pomaga Twoim kościom pozostać zdrowymi i silnymi. Produkt ten zawiera nie tylko wapń, ale również witaminę D oraz magnez – dwa składniki konieczne dla zwiększenia przyswajalności wapnia. Forever Calcium to prosty i skuteczny sposób na to, byśmy mogli cieszyć się zdrowymi kośćmi i pełnią aktywnego życia!

Świadectwo koszerności

Produkty Forever Living Products dostępne na rynku polskim, które posiadają świadectwo koszerności:



Miąśz Aloe Vera
Aloe Berry Nectar
Forever Aloe Bits n' Peaches
Forever Lite o smaku waniliowym
Forever Lite o smaku czekoladowym
Forever Absorbent C

Herbatka z kwiatem aloesu
Pola Zieleni
Propolis Pszczeli Forever
Miód Pszczeli Forever
Forever Calcium
Forever Ginkgo Plus

Forever Kids
Forever Lycium Plus
Forever Nature-Min
Aloesowy Balsam do ust
Aloesowa Pasta do zębów

Wielkie karnawałowe wyjście

Prawdziwa kobieta zmienia swój wizerunek w zależności od okazji. Ponieważ trwa karnawał, możemy odmienić swój wygląd i przynajmniej na jeden wieczór stać się interesującą, tajemniczą damą. Pomoże nam w tym odważny, perfekcyjnie wykonany makijaż, który nada naszej urodzie nieznaną dotąd blask.

Prawdziwym hitem tego sezonu jest trochę niedoceniony i zapomniany kolor fioletowy, występujący tym razem we wszystkich swych odmianach – głębokiej śliwki, bakłażana, ciemnego bordo.




Wykorzystujemy go, by intensywnie podkreślić oczy lub usta, stwarzając w ten sposób nieco demoniczny, tajemniczy wizerunek.

Przygotowanie cery

Zanim jednak przejdziemy do szczegółów, najpierw kilka słów o przygotowaniu naszej cery do wykonania tego wyjątkowego makijażu. Aby cały wieczór nasza cera wyglądała świeżo i młodo, a makijaż był trwały, należy intensywnie nawilżyć skórę twarzy, sporządzając maseczkę Fleur Fabrique w wersji podstawowej.

W tym celu na oczyszczoną twarz nakładamy materiał maseczki nawilżony Tonikiem Aloesowym. Pamiętajmy, że aloes jest nawilżaczem doskonałym – ma zdolność wprowadzenia wody bezpośrednio w środowisko tkanek. Przez 15 minut nasza skóra będzie wchłaniała miąższ aloesowy oraz ekstrakty roślinne.

Po maseczce skóra będzie tak napęczniona wilgocią, że makijaż będzie się trzymał całą noc. Na tak dogłębnie nawilżoną skórę nakładamy odpowiedni krem:

-  Cera sucha: Serum Alpha-E Factor i Emulsja Pojędrniająca na Dzień
-  Cera tłusta i trądzikowa: Żel MSM i krem Aloesowo-Propolisowy
-  Cera mieszana: na miejsca tłuste (czoło, nos, broda) żel MSM i krem Aloesowo Propolisowy, na suchą skórę (policzki, szyja, dekolt) nakładamy serum Alpha-E Factor i Emulsję Pojędrniającą na dzień.

Makijaż wieczorowy

Zaczynamy od dokładnego doboru podkładu. Cera musi być jasna i świeża, a podkład nie może jej przyciemniać. Nakładamy go wilgotną gąbeczką na całą twarz i powieki (cienie będą się dłużej trzymały). Do tuszowania przebarwień i cieni pod oczami stosujemy aloesowy korektor. Sine miejsca przy oczach pokrywamy delikatnie korektorem w kolorze żółtym, a cienie wokół oczu kolorem beżowym. Popękane naczynka kryjemy odcieniem zielonym (ważne, by nakładać korektor dokładnie w miejsca przebarwień – dopiero wtedy będzie on niewidoczny).



Następnie pokrywamy twarz transparentnym pudrem, omijając okolicę oczu (tam puder zdradza wiek).

Teraz pora na wykreowanie kolorystycznej części makijażu. Pamiętajmy o zasadzie mocnego podkreślenia tylko jednego elementu twarzy – oczu lub ust, to nada naszej postaci nieco tajemniczy i bardzo elegancki wygląd.

Mamy ogromny wybór fioletowych odcieni w paletce kosmetyków „Sonya”. Do makijażu oka możemy wykorzystać cienie: śliwkowy (144), jagodowy (147) lub trochę delikatniejszy lawendowy (131). Na bazowy cień nr 135 (dla chłodnej karnacji) i 132 (dla karnacji ciepłej) nakładamy w zewnętrznym kącie powieki wybrany odcień fioletu, pod łukiem brwiowym odrobinę różowego cienia 142 dla chłodnego typu lub złocistego 153 dla typu ciepłego. Jeżeli decydujemy się mocno podkreślić oczy, dodajemy intensywniejszą kreskę na powiece kolorem grafitowym 148 lub czarnym 155.

Odpowiednio dobieramy również barwę różu, który nakładamy na kości policzkowe pamiętając, by pasował odcieniem do pomadki i cienia na powiekach. Do wyboru mamy bardzo delikatny róż dla jasnej cery (158) lub śliwkoworóżowy (163). Przy nakładaniu wyraźnego koloru różu najpierw na pędzelek nabieramy puder, a następnie róż, by złagodzić jego barwę.

Usta w tym sezonie powinny być wyraźnie zaznaczone. Możemy je podkreślić samym błyszczkiem, na przykład w odcieniu bordo, co nada im nieco transparentny, delikatny wygląd.

Jeszcze tylko kreacja i jesteśmy gotowe ruszać na podbój parkietów. Powodzenia!

Urszula Niedźwiecka
Konsultantka Aloesowej Urody

W Forever Living Products zachęamy wszystkich dystrybutorów do wyznaczania celów zarówno osobistych, jak i związanych z biznesem FLP. W tym roku chcemy Wam w tym pomóc, przedstawiając kilka pomysłów na noworoczne postanowienia!

1 Uczestniczyć w Treningach Jonathana. Ogólnopolskie spotkania szkoleniowe w Warszawie to okazja do świętowania swoich sukcesów, zdobycia nowej wiedzy o biznesie i produktach oraz do wymiany doświadczeń z innymi dystrybutorami. Już dziś zarezerwujcie te daty na przyjazd do stolicy: **29 stycznia, 19 marca, 21 maja, 23 lipca, 24 września, 22 października.**

7 Poznać Forever. Co miesiąc oglądaj materiały filmowe o FLP. Nawet jeżeli jesteś związany z firmą już od pewnego czasu, warto pewne wiadomości co jakiś czas „odświeżać”. Nie zapominaj też, że nasza oferta wideo jest stale poszerzana!



• **Plan Marketingowy** – film pełen informacji. Dzięki przykładom

25 celów na 2005 rok!



2 Zrobić program Clean+Lean i proponować go innym! Listę noworocznych postanowień nieodmiennie otwiera obietnica zrzucenia kilogramów, które przybyły po Gwiazdce. Nigdy nie jest za późno na Clean+Lean – żeby zrzucić nadwagę lub po prostu oczyścić organizm i żeby zaproponować to samo znajomym i klientom!

3 Słowo o aloesie. Przeciwicz swój sposób nawiązywania rozmowy o aloesie i FLP i dziel się szansą Forever z co najmniej pięcioma nowymi osobami dziennie. Wtrącanie „słowa o aloesie” do każdej rozmowy, jaką toczysz, stanie się Twoją drugą naturą, a Twój biznes nie przestanie się rozwijać.

4 Wyznaczać cele sponsorskie. Określ liczbę osób, które będziesz co miesiąc sponsorować, i przestrzegaj jej realizacji. Ustal terminy comiesięcznych sesji strategii sponsorskich, podczas których będziesz analizować swoje zamierzenia i planować pracę. Pamiętaj, aby zapisać swoje cele, i regularnie do nich zaglądaj.

5 Rozdawać 25 informatorów o produktach miesięcznie. Zawsze noś przy sobie egzemplarze tej popularnej broszury. Poręczna i niedroga, stanowi doskonale narzędzie zapoznawania innych z jakością Forever. Nie zapomnij o dopisaniu swoich danych!

6 Planować zamawianie produktów. Staraj się tak planować składanie zamówień na produkty z dostawą do domu, by nie zostawiać zakupów na ostatnie dni miesiąca. Da Ci to więcej czasu na sprawdzenie towaru i dokonanie ewentualnego zwrotu. Pamiętaj, że po zakończeniu miesiąca wszelkie zmiany/korekty są trudne lub wręcz niemożliwe do przeprowadzenia.

i wykresom dowiesz się dokładnie, jak działa Plan Marketingowy Forever!

• **Niezwykła podróż – 25 lat FLP** – historia rozwoju międzynarodowej potęgi aloesowej, stworzonej przez Rexa Maughana. Najlepszy dowód na to, że z FLP każdy wygrywa!

• **Od rośliny do produktu dla Ciebie** – jak powstają produkty aloesowe. Świetna ilustracja najwyższej jakości naszych wyrobów.

• **Forever Active Probiotic** – dwa filmy: jeden edukacyjny, drugi reklamowy, o jednym z najnowszych i już najpopularniejszych produktów FLP.

• **Forever Freedom** – dowiedz się, jak dzięki temu produktowi cieszyć się wolnością ruchu!

8 Dokładnie przeczytać katalog i korzystać ze wszystkich produktów. Zostań ekspertem od produktów FLP! Przeczytaj uważnie katalog, w którym znajdziesz szczegółowe informacje o każdym z naszych wyrobów. Postaraj się korzystać na co dzień ze wszystkich produktów i zadowolonych klientów dokładnością swojej wiedzy na temat oferty Forever! (Pamiętaj także, że produkty FLP to doskonały prezent urodzinowy lub gwiazdkowy!)

9 Czytać fachowe książki – czytaj jak najwięcej książek, które poszerzą Twoją wiedzę o pracy w marketingu sieciowym i pomogą Ci w rozwoju Twojego biznesu Forever. Polecamy m.in.:

• „**Mewa**”, **Richard Bach** – trzeba przeczytać koniecznie; klasyczna historia wyjątkowej mewy, która zainspirowała Rexa Maughana do umieszczenia Jonathana w logo FLP.

• „**Sztuka profesjonalnej sprzedaży**”, **Zig Ziglar**

• „**7 nawyków skutecznego działania**”, **Stephen Covey**

• „**Metody zdobywania klientów**”, **Jan M. Fijor**

• „**Biznes i motywacja**”, **Nikolaus Enkelmann**

• „**Handlowanie to gra**”, **Wojciech Haman, Jerzy Gut**

• „**Sprzedaż i charakter**”, **Iwona Majewska-Opielka**

10 Korzystać z internetu. Naucz się korzystać z narzędzia, którego popularność stale rośnie. Na stronie www.flpp.com.pl znajdziesz nie tylko wiele ciekawych artykułów i informacji, ale także uzyskasz dane związane z Twoją działalnością dystrybutorską. W sekcji przeznaczonej wyłącznie dla dystrybutorów możesz sprawdzić pk. na swoim koncie aktywności i złożyć zamówienie.

11 Co miesiąc realizować 4 pk. osobistego obrotu. Ta magiczna liczba jest najlepszym wskaźnikiem potrzebnym do rozwoju Twojego biznesu i realizacji kolejnych celów. Osiągasz ją tak: 1 pk. produktów kupujesz na własny użytek, 2 pk. kupuje sponsorowany przez Ciebie Nowy Dystrybutor, a 1 pk. sprzedajesz swoim klientom detalicznie. W ten prosty sposób realizujesz wymóg 4 pk.!

12 Osiągnąć kolejną pozycję w Planie Marketingowym. Nie zadowolaj się status quo. Dąż do tego, by osiągnąć następne stanowisko w Planie Marketingowym, pomagając innym w realizacji tego samego. Pokonuj kolejne szczeble drabiny prowadzącej do spełnienia Twoich marzeń Forever!

13 Uczestniczyć w Spotkaniach Menedżerów. W piątek poprzedzający warszawski Trening Jonathana odbywa się w Biurze Głównym Spotkanie Menedżerów, podczas którego Menedżerowie nie tylko uczestniczą w planowaniu strategii rozwoju FLP w Polsce, ale także mają możliwość wzięcia udziału w specjalnym szkoleniu przeznaczonym tylko dla nich. Najbliższe spotkanie już **28 stycznia** w Biurze Głównym FLP Poland.

14 Uczestniczyć w szkoleniu o produktach. Zarówno w warszawskim Biurze Głównym, jak i w regionach prowadzone są szkolenia o produktach Forever. Poszerz swoją wiedzę o naszej ofercie i dziel się nią z innymi. Daty, adresy i tematy najbliższych szkoleń znajdziesz na ostatniej stronie tego numeru „Forever”.

15 Przeglądać i aktualizować listę kontaktów. W miarę poznawania nowych osób, nie zapominaj dodawać kolejnych nazwisk do swojej listy kontaktów. Pamiętaj także o tym, by umieścić na niej rubrykę na kontakty międzynarodowe. Adresy światowych biur FLP znajdziesz w broszurze „International Directory”.

16 Wysłać kartki z życzeniami imiennymi, świątecznymi itp. do swoich VID-ów. Docień swoich VID-ów (*Very Important Distributors* – Bardzo Ważnych Dystrybutorów) w dniu, który jest dla nich wyjątkowy. Proste życzenia ze szczególnej okazji w bardzo dużym stopniu wpływają na wzajemne relacje. Twój gest na długo zapadnie w pamięć adresatowi życzeń!

17 Zakwalifikować się na Zjazd Europejski. W tym roku najlepsi dystrybutorzy naszego kontynentu spotkają się w Kopenhadze. Jeżeli nie zakwalifikowałeś się do uczestnictwa w tegorocznym Zjeździe, od września będziesz mieć szansę kwalifikacji na Zjazd Europejski 2006. Nie przegap sierpniowego wydania „Forever”, w którym opublikujemy zasady kwalifikacji!

18 Zachęcić swoich 25 dystrybutorów do kwalifikacji na Zjazd Europejski. Najlepiej świętuje się w grupie. Zachęć swoich dystrybutorów, aby oni również pracowali nad zdobyciem kwalifikacji. Zjazd Europejski to nie tylko fantastyczna zabawa, ale także dużo nowych, cennych wiadomości – do wykorzystania w rozwoju biznesu Forever!

19 Zakwalifikować się na Zjazd Międzynarodowy. Ty też możesz pojechać do USA! Zakwalifikuj się na jeden z poziomów, a część – lub nawet całość – kosztów wycieczki pokryje FLP! Szczegółowe zasady kwalifikacji znajdziesz w Zasadach Działalności.



20 Zakwalifikować się na wycieczkę pozjazdową. Bezpośrednio po Zjeździe Międzynarodowym możesz zwiedzić Biuro Główne FLP Int., plantacje aloesowe i zakłady przetwórcze Aloe Vera of America. Jest to naprawdę niezapomniana wycieczka w towarzystwie najlepszych dystrybutorów z całego świata i szefostwa FLP International!

21 Zakwalifikować się do Programu Motywacyjnego. Za dodatkowe pieniądze, jakie są Ci co miesiąc wypłacane z tytułu kwalifikacji do tego programu, możesz kupić samochód, mieszkanie, dom itp. Skorzystaj z tej nagrody za zgodne z zasadami, poprawne budowanie biznesu FLP. Szczegóły w Zasadach Działalności.

22 Zakwalifikować się do Programu Podziału Zysków. Dystrybutorzy każdego kraju, którego obroty przekraczają 5000 pk. miesięcznie, mają szansę wziąć udział w podziale zysków firmy. Polska jest na najlepszej drodze, by w 2005 r. dołączyć do takich państw – jaki będzie Twój udział w tym sukcesie? Dodatkową nagrodą jest to, że co roku wręczanie czeków z Programu Podziału Zysków odbywa się w innym europejskim mieście!

23 Kwalifikować się do Premii Lidera i Premii Jonathana.

- **Premia Lidera** – awansuj na stanowisko Uznanego Menedżera i pomóż swoim dystrybutorom zrealizować ten sam cel! Dokładne zasady kwalifikacji do tej premii znajdziesz w Zasadach Działalności lub poznasz oglądając film „Plan Marketingowy”.
- **Premia Jonathana** – lukratywna premia, którą mogą otrzymywać dystrybutorzy od stanowiska Szafirowego Menedżera wwyż. Kiedy awansujesz i będziesz kwalifikować się do jej otrzymywania, Twoje zarobki mogą wzrosnąć niemal DWUKROTNIE!

24 Dokładnie poznać Zasady Działalności. Im lepiej poznasz Plan Marketingowy, zrozumiesz, jak naliczane są premie, dowiesz się, jakie dodatkowe programy premiowe oferuje FLP, tym większe będą Twoje zarobki i tym lepszym będziesz liderem, prowadząc innych do sukcesów!

25 Uczestniczyć w firmowych spotkaniach – oprócz Treningów Jonathana, Biuro Główne FLP Poland organizuje wiele innych spotkań zarówno w Warszawie, jak i w regionach. Najważniejszym z nich są **Urodziny FLP Poland**, które w tym roku odbędą się **26 listopada**. Szczegółowe informacje na temat najbliższych spotkań znajdziesz zawsze na ostatniej stronie miesięcznika „Forever”.

Przed nami cały rok 2005 na realizację celów jakie sobie wytyczymy. Do dzieła więc i powodzenia!

Trening Jonathana 29 stycznia 2005 r., godz. 11:00-17:00 Millennium Plaza, sala konferencyjna Blue Room, 6. piętro Al. Jerozolimskie 123A, Warszawa



Michael Strachowitz rozpoczął swoją karierę w 1977 r., wiążąc się z niemieckim oddziałem jednej z największych firm MLM na świecie. W ciągu pięciu lat zbudował strukturę o zasięgu europejskim, liczącą w sumie ponad 20 000 dystrybutorów. Dało mu to miejsce wśród najlepszych dystrybutorów jego firmy. Znalazł się w elitarnej grupie zaledwie trzech zespołów, które doszły w Niemczech tak wysoko.

Od końca lat osiemdziesiątych Michael Strachowitz korzysta z dochodów, jakie przyniosło mu stworzenie tak potężnej struktury, i pracuje jako szkoleniowiec oraz konsultant, koncentrując się na tematach takich jak sprzedaż, komunikacja oraz rozwój osobisty. www.strachowitz.de

Na sobotnim szkoleniu:

- Marketing sieciowy to prosty i łatwy do powielenia przez każdego system
- Reguły i zasady w marketingu sieciowym
- Każdy sukces można zaplanować – czy Ty zaplanowałeś już swój i Twojej struktury?

Spotkanie regionalne

19 lutego 2005 r., godz. 12:00

Gdańsk, Holiday Inn, ul. Podwale 2

W programie:

- Dyrektor FLP Poland – Jacek Kandefor
- dr Zdzisław Kubat – *Produkty FLP w trosce o nasze dzieci*
- Senior Menedżer Halina Smętek – szkolenie marketingowe
- wizażystka Krystyna Konarzewska *Pokaż, kim jesteś w biznesie*
- Grupa szantowa!

Lutowe szkolenia o produktach:

WARSZAWA

Biuro Główne, Al. Jerozolimskie 92, godz. 18:00

dr n. med. Klementyna Makuch

10/02/05 *Równowaga i harmonia z produktami Forever*

mgr chemii Teresa Bojarek

24/02/05 *Przygotujmy nasze organizmy do lepszego przyswajania produktów Forever*

REGIONY

dr Emilia Zgirski-Kulazińska

Odporność organizmu z produktami Forever.

16/02/05 **Bydgoszcz**, Hotel Brda, ul. Dworcowa 9, godz. 18:00

dr Zdzisław Kubat

Produkty FLP w trosce o nasze dzieci

1/02/05 **Kraków**, Instytut Fizyki, ul. Podchorążych 1, godz. 18:00

8/02/05 Sandomierz, Instytut Teologiczny, ul. Mariacka, godz. 18:00

dr Maria Kraczka

Zdrowie z produktami Forever

7/02/05 **Tarnów**, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa, ul. Mickiewicza 8, godz. 18:00

lekarz laryngolog Maria Czyż

Profilaktyka górnych dróg oddechowych

18/02/05 **Oświęcim**, Oświęcimskie Centrum Kultury, ul. Śniadeckiego 24, godz. 18:00

dr Jerzy Oleszkiewicz

Użyteczność produktów FLP w zaspokajaniu głodu jakościowego

8/02/2005 **Ostrołęka**, SM, ul. Hallera 13, godz. 18:00

Szkolenie marketingowe:

Dyrektor Jacek Kandefor

FLP Twoją szansą na własny biznes i finansową niezależność

10/02/05 **Szczecin**, Hotel Novotel, al. 3 Maja, sala Amber, godz. 18:00

Szansa na Biznes:

Bydgoszcz, Hotel Brda, sala Chabrowa, ul. Dworcowa 9

8,22/02/05 – Senior Menedżerowie Halina i Grzegorz Smętkowie

Elbląg, Hotel Elzam, pl. Słowiański, godz. 17:00

druga środa miesiąca – Menedżerowie Anna i Zbigniew Adamikowie

ostatni wtorek – Menedżer Bożena Mach

Gdańsk, sala szkoleniowa w budynku oddziału, ul. Szymanowskiego 2

druga śr. – Menedżer Krystyna Król

czwarta śr. – Przewodzący Menedżer Grzegorz Sieczka

Kraków, sala szkoleniowa Oddziału, ul. Kadecka 1, godz. 18:00

pierwsza śr. – Senior Menedżerowie Maria i Wiesław Grotyńscy

Krapkowie, biuro Menedżer Krystyny Wingert, ul. Ks. Duszy 2, godz. 18:00

drugi czwartek – Kierownik Agnieszka Osińska

Łódź, biuro Przewodzącego Menedżera Grażyny Kurp, ul. Kilińskiego 85

Ostrołęka, SM, ul. Hallera 13, godz. 18:00

7/02/05 – Menedżerowie Anna i Andrzej Popielarzowie

Tarnów, Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli, ul. Nowy Świat 30

pierwszy i trzeci poniedziałek

Wrocław, budynek obok oddziału, ul. Lelewela 8, godz. 18:00

pierwszy wtorek miesiąca – Przewodzący Menedżer Maria Durazińska

drugi wtorek – Kierownik Agnieszka Osińska

Zmiana cen

W związku ze zmianą kwalifikacji PKWiU następujących produktów:

Miąższ Aloe Vera, Miąższ Aloe Vera z brzoskwiniami, Miąższ Aloe Vera z sokiem z żurawin i jabłek, Forever Freedom, Forever Lite o smaku czekoladowym poczynawszy od 1 lutego 2005 roku ceny brutto (hurtowe i detaliczne) tych produktów wynoszą:

Opis produktu	Cena hurtowa brutto przed zmianą	Cena hurtowa brutto po zmianie	Cena detaliczna brutto przed zmianą	Cena detaliczna brutto po zmianie
Miąższ Aloe Vera	80,59 PLN	70,68 PLN	115,25 PLN	101,08 PLN
Miąższ Aloe Vera z brzoskwiniami	87,77 PLN	76,98 PLN	125,50 PLN	110,07 PLN
Miąższ Aloe Vera z sokiem z żurawin i jabłek	80,59 PLN	70,68 PLN	115,25 PLN	101,08 PLN
Forever Freedom	110,17 PLN	96,62 PLN	157,54 PLN	138,17 PLN
Forever Lite o smaku czekoladowym	76,98 PLN	87,77 PLN	110,07 PLN	125,50 PLN
Forever Lite o smaku waniliowym	76,98 PLN	76,98 PLN	110,07 PLN	110,07 PLN

Oznacza to, iż ceny brutto wszystkich miąższów aloesowych ulegają obniżeniu, cena Forever Lite o smaku waniliowym nie ulega zmianie, a jedynym produktem, którego cena brutto zostanie podwyższona jest Forever Lite o smaku czekoladowym.

Zamówienia z dostawą do domu

Uprzejmie informujemy, że od kwietnia 2005 r. zamówienia z dostawą do domu będą przyjmowane nie później niż na trzy dni robocze przed końcem miesiąca. Oznacza to, że ostatnim dniem przyjmowania zamówień w roku 2005 będą:

27 kwietnia	26 lipca	26 października
25 maja	26 sierpnia	25 listopada
27 czerwca	27 września	27 grudnia

W tych dniach zamówienia będą przyjmowane do godziny 20.00 (również w poniedziałki i piątki). Odbiór towaru musi nastąpić w tym samym miesiącu, w którym został on zamówiony. W przypadku nieodebrania towaru przed końcem miesiąca, pk. wynikające z nieodebranego zamówienia nie będą zaliczane do punktacji za dany miesiąc.

Zamawianie produktów z dostawą do domu pod warunkiem numerami telefonów: 22/456 43 54-55. Dostawa w ciągu trzech dni roboczych.