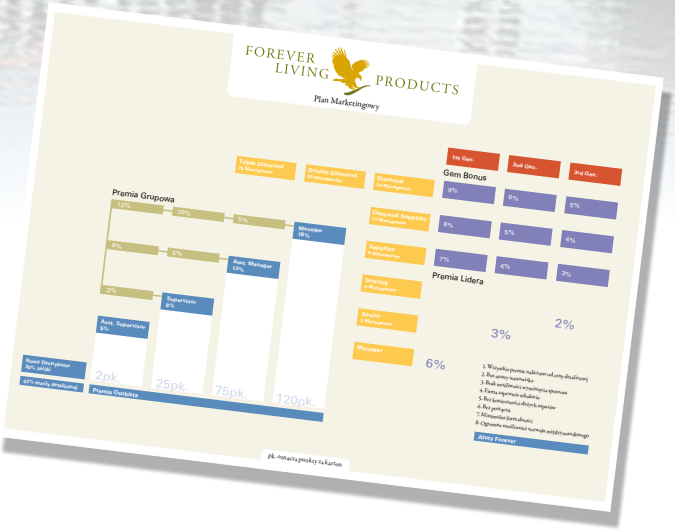
Sekret sukcesu FLP

Dowiodło tego trzydzieści lat!



Tego roku w maju Forever Living Products świętuje trzydziesty rok działalności biznesowej. Cóż za wspaniały jubileusz! Trzydzieści lat dostarczania najlepszych produktów i najlepszego planu marketingowego milionom Dystrybutorów i klientów na świecie! Forever Living jest w gronie bardzo nielicznych firm marketingu sieciowego, które utrzymały się na rynku powyżej pięciu lat. Nie jest to kwestia przypadku. Istnieją bardzo konkretne przyczyny bezprecedensowego sukcesu tej wspaniałej firmy.

Forever Living zbudowane jest na kilku bardzo ważnych, potężnych filarach. Pierwszy z nich to oferta produktowa – najwyższej jakości, atrakcyjne produkty zużywalne. Specjalizujemy się w Aloe Vera,

ale również nasze produkty „niealoesowe" są najlepsze. Widziałem, jak różne firmy utrzymujące, że oferowany przez nie produkt lub składnik to najnowsze odkrycie w dziedzinie pielęgnacji zdrowia, w ciągu kilu lat odchodzą w niebyt, ponieważ produkt nie sprostał oczekiwaniom – albo brakowało kontroli jakości, albo firma nie była w stanie nadążyć z produkcją. Na szczęście dla FLP nasze Aloe Vera miało, ma i nadal będzie mieć najwyższą jakość i wartość, jakie można znaleźć na Ziemi! Forever Living patrząc w przyszłość kupiło na własność plantacje i zakłady przetwórcze. Nasi Dystrybutorzy mogą polegać na jakości i dostępności produktu, niezależnie od tego, w której części naszego globu prowadzą biznes. Dowiodło tego trzydzieści lat!

Kolejny potężny filar to plan marketingowy, który pozostaje najbardziej lukratywnym w branży. Przy zachowaniu odpowiednich proporcji między premią osobistą a premią grupową i prowizją liderską, każdy Dystrybutor zarabia odpowiednio do wysiłków. Nasz plan jest łatwy do zrozumienia i prosty w realizacji. Kładzie nacisk na sprzedaż detaliczną i sponsorowanie. Nie pozwala na nadmierne gromadzenie zapasów czy nielegalne piramidy. Wymaga osobistej aktywności, by otrzymywać premie grupowe, a jednocześnie umożliwia niewielkie zakupy, by otrzymywać premie osobiste. Widziałem, jak inne firmy tworzyły zasady, w których nie wymagały od swoich Dystrybutorów żadnej osobistej aktywności dla kwalifikacji do premii grupowej. Entuzjazm wobec tego faktu

szybko gasł, gdy Dystrybutorzy uświadamiali sobie, że przy znikomej aktywności – lub całkowitym jej braku – każdego członka struktury również premie grupowe były znikome – lub nie było ich wcale. Tych firm nie ma już na rynku. Na szczęście dla nas plan marketingowy Forever Living był, jest i będzie najlepszy, jaki można znaleźć na Ziemi. Dowiodło tego trzydzieści lat!

Dalej mamy potężny filar, którym jest Administracja Biura Głównego. Przypominam sobie rozmowę kwalifikacyjną z pewnym mężczyzną, który ubiegał się o stanowisko dyrektorskie. Działał wcześniej w innej firmie marketingu sieciowego, gdzie przez kilka lat był Top Dystrybutorem USA. Zarabiał ponad 200 000$ rocznie. Pewnego wieczoru, kiedy właśnie wychodził ze swojej rezydencji, by wsiąść do mercedesa i pojechać na spotkanie rekrutacyjne, zadzwonił telefon. Mężczyzna spieszył się, ale mimo to postanowił wrócić i odebrać telefon. W słuchawce usłyszał głos szefa działu prawnego firmy. Dzwonił on, by powiadomić lidera sprzedaży, że właśnie tego dnia firma ogłosiła upadłość i niestety w tym miesiącu nie prześle mu należnego czeku na 20 000$. Na pytanie kiedy w takim razie przyjdzie czek, prawnik odpowiedział, że nazwisko Dystrybutora znajdzie się na liście wierzycieli i sędzia rozpatrujący sprawę upadłościową w ciągu 24 godzin podejmie decyzję, jaka kwota – jeśli w ogóle jakakolwiek – zostanie mu przekazana. Wyobraźcie to sobie! Ten lider sprzedaży nie tylko miał kredyt do spłacenia i rodzinę na utrzymaniu, ale za piętnaście minut miał poprowadzić spotkanie rekrutacyjne! Jakby tego było mało, okazało się później, że właściciel firmy potajemnie przelał 8 milionów dolarów na będące poza zasięgiem sądu konto w Szwajcarii. Cała ciężka praca Dystrybutora, by zbudować coś, co – jak wierzył – zapewni mu przyszłe bezpieczeństwo finansowe, poszła na marne!

Sam nie wiem, jak wiele firm marketingu sieciowego poniosło porażkę przez chciwość i złe zarządzanie korporacyjne. W Forever Living jest inaczej. W ciągu minionych 30 lat ani razu nie spóźniliśmy się z wypłatą premii 15. dnia miesiąca. Nie mamy długów. Rozwijaliśmy się mądrze i stopniowo. Nasza filozofia oparta jest na solidnych zasadach. Naszym liderom (a wielu z nich jest z FLP od ponad 20 lat) szczerze zależy na dobrobycie każdego Dystrybutora. Dowiodło tego trzydzieści lat!

I w końcu, mamy grupę wspaniałych, pełnych entuzjazmu i zaangażowania ludzi, którzy są Dystrybutorami na całym świecie! Niesamowite jest to, że wielu Dystrybutorów, którzy dołączyli do Forever Living w pierwszych miesiącach istnienia firmy, nadal aktywnie działa. To wiele mówi o dochodowości planu marketingowego, skuteczności produktów i związku między Dystrybutorem a administracją. Przypomina on raczej ogólnoświatową rodzinę, a nie biznes w tradycyjnym rozumieniu. Choćby ja – jestem bardzo dumny i wdzięczny, będąc częścią tej wspaniałej firmy. Podjąłem właściwą decyzję, zostając Dystrybutorem. Dowiodło tego trzydzieści lat!

Bill Lewis, Senior VP of Operations