

Három látnok egy vállalkozás

A WellStar International emelkedő pályán

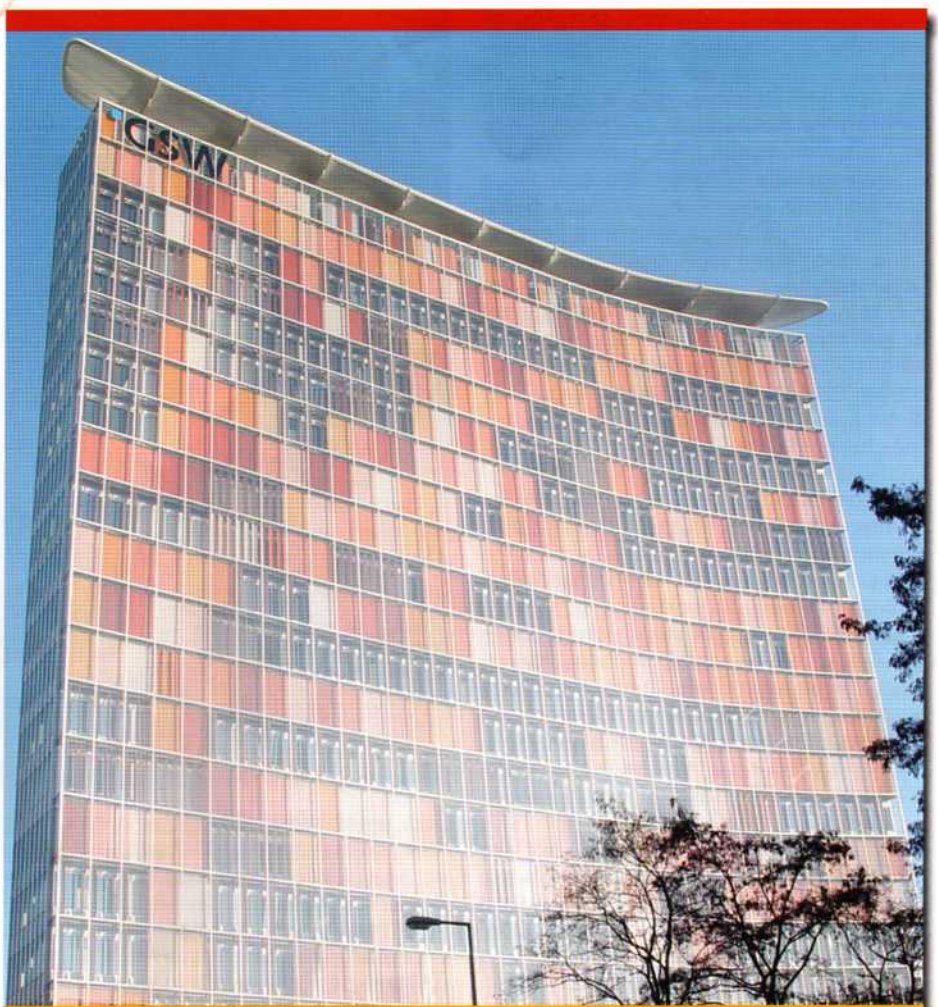


Három látnok, egy vállalkozás!

WellStar International. Jól csengő név, amely távlatokat, hozzáértést, példaértéket sugall. A Netcoo szerint a WellStar egyike azoknak az új német vállalkozásoknak, melyekben éppen akkora potenciál rejlik, mint amennyire újdonságnak számítanak. Egy olyan társaság, melynek lehetősége nyílt arra, hogy feljusson a Network Olimposzra. Kukkantsunk be a kulisszák mögé - tudjunk meg a lehető legtöbbet a WellStar álmairól, céljairól és stratégiájáról.

Azoknak, akik járatosak ebben a kereskedelmi ágazatban, nem számít újdonságnak ez a fiatal, frissességet és céltudatosságot sugárzó vállalkozás, melynek élén az évek óta a szakma csúcsán jegyzett Top-Networker Christian Wiesner(40), Ali Jason Bazooband(33) és Dr. Keywan Grashoff áll. Egyfelől azért, mert mindhárman, külön-külön is, már a WellStar előtti időszakban is elképesztő eredményeket tettek le az asztalra. Másfelől, mert egyikőjük sem híve a „kis lépéseknek”. Amibe belekezdnek, az a kezdetektől fogva tökéletesen kidolgozott. A garázsban berendezett zug laborban téglapadkákban pamacsolni? Netán hátsó udvarok félhomályában gyanús eredetű áruval üzletelni? Kizárt. Christian Wiesner, aki talán a legismertebb német hálózatépítő, lehetőleg mindig az első sorból indul és a sikert illetően semmit sem bíz a véletlenre. Ezt tükrözi cége székhelyének megválasztása is. 2003-ban a vélhetőleg legismertebb berlini irodaházba költöztek be. Jól ismerjük ezt a lenyűgöző épületet a „Verliebt in Berlin” című, Németországban nagy népszerűségnek örvendő TV-sorozatból, csak egy ugrásra a Checkpoint Charlie-től. A legfelső, huszadik emeleten – a csúcson. Ott, ahol úgy tűnik, a csillagok csak karnyújtásnyira vannak. Csakúgy, mint a vállalat nevében. A levegőben van, hogy a WellStar a csúcsra tör.

Ez a három újonc, három olyan látomás megvalósításán fáradozik, melyek alapjaiban fogják megváltoztatni ezt a szakmát.



A Wellstar-fő hadiszállása Berlinben a volt Check-Point-Charlie mellett

Ez a három újonc, három olyan látomás megvalósításán fáradozik, melyek alapjaiban fogják megváltoztatni ezt a szakmát.

A termék látomás:

természetes alapú vitális anyagok, széles termékkála, olcsó árak – mindenkinek szüksége van az alákra!

Pillantsunk vissza az időben. Arra a pontra, ahol a Wellstar időszámítása szerint minden elkezdődött. A történetnek ebben a fejezetében Dr. Keywan Grashoff, Christiane Wiesner édesanyja a főszereplő. Ő az első látnok, az alapok látnoka. Dr. Grashoff elismert orvos és éveken keresztül dolgozott háziorként. Ez alatt a közel négy évtized alatt folyamatosan nőtt benne az érdeklődés a természetgyógyászat iránt. Egyre inkább meggyőződött arról, hogy annak ellenére, hogy a modern orvostudomány mind szélesebb skálán küzd a kórok

leküzdéséért, az emberek mégis egyre fiatalabban betegszenek meg.

A vitális anyagok hiánya napjainkban

Ez az a jelenség, ami egyfelől újra meg újra megdöbbentette, másfelől arra sarkallta, hogy megtalálja ennek a jelenségnek az okát. Ez irányú kutatásai során arra a következtetésre jutott, hogy, mint azt Dr. Grashoff mondja „a betegségek 80%-a tulajdonképpen egyfajta hiányállapot”. Ugyanakkor ezek a hiányállapotok, melyek napjaink társadalmait sújtják, egy másik jelenséggel hozhatók összefüggésbe.

Dr. Grashoff nem kevesebbet állít, mint hogy napjaink élelmiszereiben riasztó arányban csökken a vitális anyagok mennyisége. Azok a táplálékok, melyek még úgy 10-15 évvel ezelőtt is

tele voltak éltető anyagokkal, manapság akár 80%-al kevesebbet tartalmaznak azokból. Mindebből egyetlen lényeges következtetést vont le a saját munkájára vonatkozóan:

„Az embereknek a jövőben nem arra van szükségük, hogy még több gyógyszert szedjenek, hanem arra, hogy ismét elegendő, természetes alapú vitális anyagot fogyasszanak, amely szervezetüket megfelelően támogatja abban, hogy erőteljesebb és egészségesek maradjanak, valamint, abban hogy a betegségek elkerüljék őket.”

Ez az a felismerés, aminek megvalósítására ma a WellStar törekszik és mindazt kifejezi, amit a WellStar a zászlójára tűzött. ➤

A 4000 vitális anyagot tartalmazó spirulina

Dr. Grashoff Ázsiában lelt rá arra, amit keresett és piacképessé fejlesztette azt. Ez tulajdonképpen két mikroalgának a Spirulinának és a Chlorellának a kombinációja, ami a „Green Gold” márkanéven forgalmazott csúcs termék. Ez a zöld arany időközben a WellStar International bejelentett, levédett márkája. Ezzel a fordulattal a WellStar lett az első olyan európai cég, mely mikroalga alapú italt dobott a piacra. 4000 féle vitális anyag és 90%-ban bio alapanyagok, ez olyan arány, mellyel nemigen dicsekedhet más hasonló termék.

A Green Gold nem egy kész ital, hanem annak por alapanyaga, mindenféle mesterséges tartósítószer nélkül. A fogyasztó ebből a porból víz hozzáadásával mindig frissen készíti el a Kívánt mennyiségű innivalót. Egy doboz Green Goldból kb. 12 liter kiváló minőségű Green Gold® wellness ital készíthető. Egy doboz Green Gold 25 Euróba kerül. Könnyen kiszámítható, hogy literje csupán 2 Euro, míg a hasonló készítményekért akár 30-50 Eurót is fizethetünk.

Ne csodálkozzunk tehát azon, hogy a WellStar International saját adatait alapul véve megállapítható, hogy a Green Gold készítményeket az elmúlt három év során már 500.000 Alkalommal vásárolták meg. Ezzel a WellStar a mikralgák területén piacvezetővé vált.

A marketing látomás: E-Networking közvetlenül a vásárlóhoz!

Az azonban, hogy adva van egy nagyszerű termék, sajnos még fél sikernek sem mondható. Mert hát, hogyan terjesszük azt? Mint azt Christian Wiesner elmondta, édesanyja egyfajta „természetes ellenszenvet érez a kiskereskedelemmel szemben”. Itt ugyanis a profit szerzés, mint cél, túlzottan előtérbe kerül.

Dr. Grashoff egy olyan megoldásra vágyott, mely biztosítja, hogy a vásárló a lehető legjobb minőséget kapja, a lehető legalacsonyabb áron. Ekkor azután egyik következett a másiktól: Christian Wiesner úgy ismeri a közvetlen értékesítést, mint a mellényzsebet. Christian Wiesner a 90-es években a Quorum International nevű hálózatiépítő világcég keretein belül a világ egyik legelismertebb szaktekintélyének számított ezen a területen. A WellStar előtti időben anya és fia soha nem voltak üzleti kapcsolatban egymással. Ebben az időszakban azonban az anya fiától kért tanácsot. „Azonnal lelkesedtem az ötletért!”- emlékszik vissza Christian Wiesner.



két látnok: Dr. Keywan Grashoff és Christian Wiesner

„Ezt nem engedjük át másnak, ezt magunk fogjuk megvalósítani.” – döntötte el. Így aztán az ő gondolatvilágában is egyik követte a másikat. Az azonnal nyilvánvaló volt számára: a sikerhez vezető út egyik része egy kiváló termék – nevezetesen a Green Gold – karöltve egy forradalmasított terjesztési módszerrel, az E-Networkingel. Ez valójában a közvetlen internetes kereskedelem egyik válfaja, amely eredetileg az USA-ban jött létre. E-Networkerek az Egyesült Államokban olyan márkanévek, mint például a Dell-Computer vagy a Quixstar, ami az Amway csoport egyik leányvállalata. Utóbbi E-Networking működésének első hét évében milliárdos forgalmat bonyolított le.

Magas végfelhasználószám, gyors duplázódás – és ez működik!

A Network-látnok Wiesner számára az E-Networking-nek „óriási előnye van a hagyományos hálózatiépítéssel szemben.” A termékeket az Internet segítségével közvetlenül a végfelhasználóhoz lehet eljuttatni. Ez azt jelenti, hogy a terjesztő partner mindössze ajánlja a terméket, így aztán számtalan vásárlójának kiszolgálásához nem szükséges árukészletet felhalmoznia. Tovább megyek, gyakorlatilag nem neki magának kell a termékekkel kereskednie vagy azokat elosztania. Mert a vevő közvetlenül a WellStartól rendeli meg a kívánt árut. Ez végső soron azt eredményezi, hogy egyike vagyunk azoknak a németországi közvetlen terjesztőknek, akiknek a

legnagyobb létszámú a végfelhasználói, azaz külső forgalma.” – mondja a WellStar hálózati elnöke. „Nincs raktározás, nincs bérleti díj, nincsenek alkalmazottak, ez teremti meg annak az alapját, hogy az E-Networkerek már az első Már az első hónapban is nyereségesen tudnak működni.”

E-Networking - A Jövő módszere!

Christian Wiesner tehát elleste az amerikaiak módszerét, azzalafelkiáltással: amit az Egyesült Államokban tudnak, azt mi, itt Európában háromszor olyan jól tudjuk! – meséli egészséges önbizalommal telten. Először egy teszt fázisba kezdtek. A WellStart négy országban indították el: Németországban. Svájcban, Ausztriában és Magyarországon, ez utóbbiban azzal a céllal, hogy Kelet-Európában megvesség a lábukat. Ebben az időszakban mérték fel milyen a termék fogadtatása és mi az amin még javítani kell. Csak ezután következhetett a nagy pályán történő letámadás.

Christian Wiesner lelkes: „Mostanra rendkívüli termékeket nyújtunk végfelhasználóinknak, rendkívüli áron. Ráadásul az újrarendelő programunk keretében akár további 50%-os árengedményt is el lehet érni. Ez azt jelenti, hogy a Green Gold mikroalga italokat akár 2 Euro literenkénti áron is meg lehet venni. Ehhez jön még a szállítás gyorsasága. Az áru a fizetéstől számított 48 órán belül a megrendelőnél van. És mindez postai költségek nélkül! Ezzel a

végteleségig lecsupaszított módszerrel hihetetlenül tudtuk csökkenteni az árainkat ugyanakkor akár 60%-os jutalék növekedést is elérve. Csúcs vezetőink számára ráadásul bevezettük a 10%-os Europapool-t, amely részükre az egész európai forgalomból való arányos részesedést tesz lehetővé.

„Így mára már elértük azt a kitűzött célunkat, hogy az alacsony végfelhasználói árakkal egyidejűleg aktív partnereink részére igen magas jutalékot fizessünk, ugyanakkor piacvezetővé váljunk.” – tájékoztat lelkesen Christian Wiesner.

**A kiszolgálás – látomás:
csúcs árak, csúcs minőség, csúcs
kiszolgálás**

Röviden: az útvonalat eldöntötték. Mindazonáltal, az ismert hálózaépítő számára régóta nyilvánvaló volt, hogy a terjesztés csak akkor működik, ha a háttér kiszolgáló rendszer hibátlan. „A sikert alááshatja ha a vásárlónak hetekig kell a szállításra várnia, ha a kiszolgálás a vállalkozáson belül nem megfelelő, és az adminisztráció nem elég hatékony.” – mondja.

Így aztán nekilátott, hogy megtalálja azt az embert, aki ehhez a rendkívüli termékhez, melynek árfekvése is megfelelő, a tökéletes kiszolgálói háttérrel és következetes ügyfél szolgálatot a vállalatban belül biztosítani képes.

Vérprofit keresett. Egy olyan menedzsert, aki a hagyományos iparágak keretei között már tudja mindazt, amire még szüksége volt a WellStarnak ahhoz, hogy mint egy csillag az éjszakai égbolton teljes fényében felragyoghasson. Így talált rá Ali Jason Bazooband-ra, aki 33 éves és ebben az időszakban még európai ügyvezető igazgató volt az Európai Aeronautic Defence és Space Company-nál, ismertebb nevén az Európai Légi és Világűr utazási Társaságnak az EADS-nál.

»A literenkénti 2 Euro-s árral földcsuszamlást idéztünk elő a wellness iparon belül. Ilyen még soha nem volt.«

Bazooban a teljes európai működésért felelt, és felette volt a 12 országos vezetőnek. „A repülő iparban egy probléma megoldási ideje maximum 15 perc.” – indokolja Christian Wiesner, miért éppen Ali Jason Bazooband-ra esett a választása.

„A WellStar vízió éppen egyszerűsége okán anyira zseniális.” – tesz hozzá az ügyvezető igazgató, A.J.Bazooband. A sikert a vásárló elégedettsége garantálja – jelenti ki. Természetesen a WellStaron belül is és nyilván időközben már a vállalat keretein kívül is nyilvánvaló mindenki számára, hogy a termék áránya rendben van. „A literenkénti 2 Euro-s árral földcsuszamlást

idéztünk elő a wellness iparon belül. Ilyen még soha nem volt. Olyan ez, mintha a benzint egyszer csak 90%-al olcsóbban adná valaki”, örvendezik az új ügyvezető igazgató A.J. Bazooband.

„Egy termék tanácsadói általában nincsenek valódi kapcsolatban a végfelhasználókkal.” – fűzi tovább mondanivalóját Christian Wiesner. „Hagyományosan a kiszolgálásnak ez a területe pórul jár. A legtöbbször a vásárló

az, aki gyakorlatilag üldözőbe veszi a tanácsadót, hogy megkaphassa a kívánt terméket, mert a terjesztők nagyobbik hányadának semmi gusztusa faluról falura járni, hogy néhány Euroért árut szállítsanak. A legtöbbüknek legfőljebb nullszaldós az üzlete, azaz meglehetősen bizonytalan.

„Az a véleményünk, hogy a cég legyen közvetlen kapcsolatban végfelhasználóival. A lehető legjobb „Ezközökre” van szüksége terjesztőinknek annak érdekében, hogy ezeket a felhasználókat megnyerjék a maguk számára és meg is tartsák őket hűséges vásárlóként. Ennek elősegítésére egyedülálló „Ezközöket” kínál a terjesztésben, illetve folyamatosan nagyon magas szintű, ingyenes továbbképzéseket. Lemond az ágazatban oly nagyon elterjedt buzdító beszédekről és biztató rikoltozásokról.

Ezzel egy újfajta bizalmi légkör alakul ki és elősegíti a vállalatához való kötődést. Az egyszerű és hosszútávú cél a 90%-os külső és belső nyereség elérése! A végfelhasználóktól bejövő bevétel a legbiztosabb, erre helyezzük a legnagyobb hangsúlyt!

De térjünk vissza a WellStar látomáshoz. „Újra definiáljuk ezt az ágazatot – és ezzel létrehozuk a New Wellness-t!” magyarázza Christian Wiesner. Egy olyan termékkel, ami teljesen egyedül is megállja a helyét, ráadásul utolérhetetlenül olcsó is, nyilvánvaló vásárlói előnyökkel – a gyorsabb és ingyenes házhoz szállítással. A Közép-Európára kitűzött cél: 8 millió vásárló az újrendelő programban, ami 10 milliárd Euro-s forgalmat fog jelenteni **Muszáj komolyan venni őket. Nem csak mint látnokokat, hanem olyan embereket, akik tudják hogy hogyan érhetik el céljaikat!** ➡



Network-Profi Christian Wiesner és gazdasági vezető Ali Jason Bazooband

2 látomás 2 mega-iramban fejlődő piacon Új wellness és új energia

A WellStar alapítója és a termékfejlesztés egy személyi felelőse: Dr. Keywan Grashoff, orvos és kutató, a tudás letéteményese a vállalatnál. Személye garancia a termékek minősége és hatékonysága terén. Amikor 2000-ben Dr. Grashoff először találkozott az akkoriban még gyerekcipőben járó wellness piaccal, pillanatok alatt átlátta, hogy a legtöbb termék a vitális anyagoknak csak aránylag szűk skáláját tartalmazza. Egyes termékek alkotórészei vitaminok voltak, mások enzimekből álltak, de egy sem volt, amelyben mindez az egészség megővéséhez szükséges arányban lett volna jelen. „Igazi hatást csak akkor érhetünk el, ha ezeknek az éltető anyagoknak gondosan megválogatjuk az összetételét és az arányát az adott készítményben. Ebben esetben azok kölcsönösen kiegészítik egymást, miáltal valóban a lehető legoptimálisabban hatnak.” – világosít fel bennünket Dr. Grashoff.

Akkoriban kitartóan kereste azt a wellness terméket, melyben minden fontos hatóanyag egyidejűleg és a megfelelő arányban van jelen és amelynek ugyanakkor az ára is megfelelő. Azonban nem járt sikerrel. Rengeteg különböző, egy-egy területen hatékonyan bizonyuló terméket talált. Kínáltak neki italokat, tablettákat, kapszulákat. Számtalan olyat, melyben rendkívül egyoldalúan volt jelen némely éltető anyag, anélkül, hogy említésre méltó hatékonyságot vagy felszívódó képességet lehetett volna azokban felfedezni. Ráadásul ezek a termékek nem egyszer szintetikus alapanyagból készültek ahelyett, hogy valamilyen természetes eredetű adalékot alkalmaztak volna.

Egészséget mindenkinek, adták ki a jelszót!

Dr. Grashoffnak azonban van egy látomása, egy álma: „Minden embernek, (legyen az illető pénztárcája még olyan szegény is) lehetővé kell tenni, hogy egészséges maradjon.” Azonban ha mindenki, aki a számára szükséges éltető anyagokhoz szeretne hozzájutni, ennek érdekében hozzávetőlegesen vagy tíz féle terméket fogyasztana, gyakorlatilag egyebet sem csinálhatna, mint reggeltől estig azokat kellene magába tömködni.

„Ez nem csak roppant körülményes, hanem ráadásul még rendkívül költséges is. 200-300 Euro havonta háztartásonként és személyenként, mindössze arra, hogy megőrizzük az egészségünket és erőnlétünket, nos ez enyhe túlzás.” Dr.

Grashoff szerint egyébként „elsősorban éppen ez az oka annak, hogy a legtöbben még nem ismerték fel a wellness irányzat fontosságát.” Dr. Grashoff ezek után feltette magának a kérdést: Az egészség csak a gazdagok kiváltsága? Ezért van az, hogy a wellness csak azokat érdekli, akik meg is tudják fizetni azt? Ezek szerint az egészség mégis csak társadalmi hovatartozáson és az egészségügyi szolgáltatások megfizethetőségén múlik?

Az orvosnő tisztában volt azzal, hogy az emberek természetesen egészségesek szeretnének maradni, ugyanakkor „a

»Minden embernek, legyen az illető pénztárcája még oly szerény, lehetővé kell tenni, hogy egészséges maradjon.«

társadalom pénzügyi helyzete egyre romlik” – mondja. Így aztán kitűzte maga elé a célt, hogy látomását megvalósítsa: az egészséget mindenki számára elérhetővé kell tenni. Keresett, kutatót, járta a világot. Így akadt rá végül a spirulina-platensis-algára. Ebben az algában „mind a 4000 létfontosságú anyag megtalálható, a szervezet számára nélkülözhetetlen enzimek hihetetlen nagy mennyiségű jelenlétét is beleértve. Utóbbiak elemi szerepet játszanak testünk működésében illetve ezeknek a folyamatoknak a felgyorsításában.” Ehhez még hozzátartozik az is, hogy „a spirulina egyedülálló sejtfal felépítése a hatóanyagok 90%-os hasznosulását eredményezi, ami egyszerűen rekord eredmény.” A szintetikus előállított ilyen jellegű készítmények példának okáért mindössze 3-5 százalékban képesek felszívódni, tehát gyakorlatilag hatástalanok.

De Dr. Grashoff nem érte be ennyivel. Spirulina – végre egy biztató fénysugár a táplálékkiegészítők piacának áttekinthetetlen és drága alagútjában. Nem talált viszont olyan spirulina készítményt, mellyel minőségi szempontból elégedett lett volna. Ennek az volt az oka, hogy az ilyen tartalmú készítményeket általában valamilyen préselt formában, tehát pl. tablettaként forgalmazták. Ezzel az eljárással azonban a hatóanyagok jó része elpusztult. A minőség kérdése tehát nyitva maradt. Ráadásul rövidesen felfedezte, hogy a spirulinának ahhoz, hogy valóban hatékony lehessen, szüksége van egy a működését jól kiegészítő ellenpólusra. Ezt az ellenpólust végül a chlorella-algában találta meg, ami látnokunk szerint „csodálatosan egészíti ki a spirulina hatását”.

Napjainkban a WellStar termékek gyártásához felhasznált mikroalgákat körültekintő technológiával, rendkívül fejlett napfény-farmokon, kristálytiszt, ásványi anyagokban gazdag vízben termesztik. A WellStar mikroalgákat az ún. légbefúvásos szárítással nyerik. Ez a technológia biztosítja, hogy sem az éltető anyagok, sem a rendkívül érzékeny fehérje szerkezetek ne sérülhessenek.

Az elismert ahrensburgi székhelyű Élelmiszer és Úrkutató Intézet (LEFO) már évek óta független szakértőkkel biztosítja a WellStar termékek egyenletes

minőségét, melyet független szakértők is időről időre felülvizsgálnak.

Dr. Grashoff a következőkben foglalja össze a Green Gold előnyeit:

„Először is: a mikroalga por rendkívül kíméletes gyártási technológiájának köszönhetően (az emberi test hőmérsékletének megfelelő levegőt fújunk be, nem pedig az éltető anyagokat roncsoló magas hőmérsékletű) minden vitális anyag érintetlen marad és ennek köszönhető, hogy a terméknek kiemelkedően jó a felszívódó képessége és nagyon széles a hatásköre.”

„Másodszor: A chlorella és a spirulina alga egyidejű jelenléte ugyanabban a termékben biztosítja az optimális hatást. Ez annak köszönhető, hogy a chlorella a sejteket megtisztítja, majd ezt követően a spirulina ellátja azokat a megfelelő mennyiségű és minőségű hatóanyaggal.”

„Harmadszor: Olyan, az algákkal harmonizáló természetes ízanyagokkal dúsítottuk a Green Goldot és a WellStar család többi termékét is, amely lehetővé teszi, hogy azok ne csak nagyon hatékonyak és egészségesek legyenek, hanem ráadásul finomak is. Ezzel aztán végképp lekörözzük a wellness ágban található versenytársainkat.”

A WellStar csúcstermékei egyenként

Green Gold Solar – a reggeli ital!

„A WellStar Green Gold Solar Tropical spirulina platensis és chlorella vulgaris mikroalgát, acerola cseresznyét és a

fantasztikus, emésztést elősegítő, papain enzimből gazdag papayát tartalmaz. Ezen alkotóelemek biztosítják, hogy szervezetünk a működéséhez szükséges rekord mennyiségű vitaminhoz, ásványi anyaghoz, esszenciális és nem esszenciális aminosavhoz, valamint az 2000 féle ismert enzim legnagyobb hányadához hozzájuthasson."

„Mindössze egyetlen pohár Green Gold Solar elfogyasztásával több kilónyi zöldség és gyümölcs hatóanyagához jutunk hozzá – a WellStar mottóhoz hűen: természetesen, egyszerűen és olcsón” – mondja Dr. Grashoff.

Green Gold Lunar Tropical & Herbs – az egészséges altató!

„A Green Gold Lunar Tropical&Herbs a spirulina és a chlorella mellett olyan válogatott összetevőket tartalmaz, melyek elősegítik, hogy szervezetünk lenyugodjon

és az éjszaka folyamán regenerálódjon: kakukkfű, zsálya, citromfű, megannyi ismert és elismert gyógynövény."

„A Solar és a Lunar kombinálásával szervezetünket a lehető legjobban készítjük fel a nappali illetve az éjszakai üzemmódra. A természetes ízadalekok a Green Gold Solar és Lunar az első olyan wellness itallá avatják, ami nem csak jól tesz, hanem ráadásul ízlik is annak, aki fogyasztja!"

A második nagy WellStar termék látomás a természetes energia!

Rohanó világunkban egyre nagyobb erőbedobással kényszerülünk működni. Ezt a megnövekedett energiaszükségletet sokan szintetikus energia italokkal próbálják fedezni, vagy literszám vedelik a kávé.

„Azt tűztük magunk elé célul, hogy

egy olyan természetes alapanyagokból készült energia italt dobjunk a piacra, amely több szempontnak egyszerre felel meg: természetes alapanyagok, a szervezetre gyakorolt egészséges hatás, hosszantartó magas energia bevitel és természetesen az olcsó ár. Elképzelésünk szerint különböző növények természetes bioenergiáját használjuk fel ahhoz, hogy azok optimális együttműködése miatt felfrissüljünk és egészségesek legyünk."

Az első természetes alapanyagokból készült energiainalt 2005 végén mutatták be és azóta a WellStar adatai szerint már több, mint 1 milliót eladtak belőle:

Kineto a természetes testi erőnlét

Ez a természetes energiainalt négy növényből készül: a matéból, a zöld teából, a bodzából és a guaranából. Ezeknek a kombinációja a WellStar adatai alapján 4-6 órára elegendő egészséges többlet energiát eredményez.

„A guarana példának okáért Dél-Amerikából származik, egészen pontosan az Amazonas vidékéről. Ennek a növénynek az egyik hatóanyaga a guaranin, ami egy természetes koffein.

A kávéban fellelhető koffeinnal ellentétben azonban a guaranin nem károsítja a nyálkahártyát. A guarana hatása elhúzódó. Szellemileg és fizikailag órákon keresztül hat, ezáltal kíméli a szervezetet. A WellStar partnerek a Kinetot reggel kávé helyett vagy természetesen akár sportolás vagy más szabadidős tevékenység közben is lelkesen isszák.” – mondja el Dr. Grashoff.

„2006 elején azután következett a hőn áhított folytatás, amely azt a célt szolgálja, hogy szellemileg tegyen bennünket hatékonyabbá."

Genio Natural Mind Balance – az első olyan agyi tevékenységet fokozó enregiainalt, mely kizárólag természetes alapanyagokból készül.

A Genio, a WellStar leírása alapján, elsősorban a kolin nevű anyag segítségével hat, aminek segítségével agysejtjeink neutronátvivő képessége nő. Ezért azt ajánlják, hogy a Geniot elsősorban délután fogyasszuk, amikor biológiai energia gőrbénk hanyatlani kezd.

„Tiszta természet elképesztően olcsón – ezek a feltételei az új wellness és új energia piacán létrehozható sikernek. Ez biztosítja, hogy a végfelhasználó, a vásárló mindig elégedett legyen a Green Gold Solarral és Lunarral, továbbá a Kineto-val és a Genio-val” – zárja látnokunk mondanivalóját. ☑



A sikerhez vezető út mindig egy látomással kezdődik!

A Netcoo Christian Wiesnerrel (Hálózati Elnök) és Ali Jason Bazoobandal (Ügyvezető Igazgató) beszélget. Mindketten az E-Network jövőjéről és a WellStar International látomásairól szólnak.

Wiesner úr, mi készítette arra, hogy a Wellstart válassza?

Christian Wiesner: Nos, úgy láttam, hogy annak ellenére, hogy világszerte milliárdokat fektetnek ebbe az iparágba, a wellness Európában mégis valójában növekedési lehetőségeinek az elején áll.

Ezen a földrészén a 90-es évek folyamán elsősorban anyagi jellegű célokat tűztek maguk elé az emberek. Az utóbbi időben azonban egyre inkább tért hódít az a felismerés, hogy az egészség és a testi erőnlét az életminőség alapkövei. Egészség nélkül nem juthatunk semmire. Nincs az a gyógyszer ami helyrehozhatná, amit évek során elkövetünk önmagunk ellen fizikai állapotunk elhanyagolásával. Egyre többen gondolják úgy, hogy nem akarnak addig várni, amíg egyszer csak késő lesz, hanem úgy döntenek, megelőzéssel biztosítják önmaguk számára az aktív és egészségben eltöltött magas életkort.

Ha 500 millió európaiat veszünk számításunk alapjául, akkor megállapíthatjuk, hogy hosszútávon kb. 20%-os piacpotenciállal számolhatunk. Ez 80 Euro-s felhasználónkénti havi mennyiséget feltételezve évenként több, mint 100 milliárdos bevételt jelent.

A legjobb és a legolcsóbb szolgáltató válik majd piacvezetővé. Úgy a Wellness, mint a Power italok piacán akár 80%-al vagyunk olcsóbbak a többieknél, ráadásul terveink között szerepel, hogy árainkat tovább csökkentjük.

Mi a Wellstarnál hosszútávon gondolkozunk. Tudjuk, hogy mikroalga- és természetes Power italainkkal teljes mértékben egyedülállóak vagyunk a kínálatban. Az elkövetkezendőkben teljes mértékben versenytársak nélkül fogunk maradni a hatás minőség és az árány tekintetében.

Wiesner úr, a Wellstar különösen a marketing területén halad forradalmian új utakon. Hogyan működik az E Networking® és miben látja annak előnyeit?

Christian Wiesner: Az idő egész egyszerűen megérett erre a fejleményre. Az E-Networking®-et napjaink technikai



Ali Jason Bazoobandal és Christian Wiesnerrel

fejlődése határozottan támogatja. Napjainkban a népességnek több, mint 60%-a rendelkezik internet hozzáféréssel, 2010-re ez az arány elérheti a 90%-ot. Kézenfekvő volt, hogy minden fölösleges folyamatot és kiadást lefaragjunk és automatizáljunk:

Minden Wellstar partnernek ingyen rendelkezésére bocsájtunk egy csúcstechnológiájú E-Networking internet rendszert: az Online Shop-ban a potenciális érdeklődők tájékoztatókat tölthetnek le, megtekinthetik az árukról szóló ismertető filmeket illetve egyszerűen és kényelmesen megrendelhetik azok házhoz szállítását. Ily módon partnereink raktározási költséget, bérleti díjat és munkabért takarítanak meg, ezáltal a kezdetektől fogva nyereségessé válva.

A Re-Order programban vásárlóink ezekhez a termékekhez további 50%-al olcsóbban juthatnak hozzá. A vásárlói forgalom kétharmada már most is ezekből a Re-Orderekből tevődik össze. Ez a passzív bevétel alapja és biztosítéka terjesztőink elégedettségének!

Mivel nagyobb bevételre elsősorban úgy lehet szert tenni, ha a vásárlókat beszervezzük a csapatunkba, a partnerek felvételét is nagyon leegyszerűsítettük. Az E-toborzón napi 24 órában különböző bemutatók és tréningek láthatók. Ezek segítségével partnereink egyszerűen és gyorsan tudnak új kapcsolatokat szert

tenni és csapatukat növelni.

A Web Office segítségével a kapcsolatokat és az új partnereket mindenki maga vezeti be anylvántartásba. Így az árurendelés folyamatában nagyon sok időt takaríthatunk meg. Ezen kívül a forgalmat mindenki folyamatában kísérheti figyelemmel a hét minden napján, a nap 24 órájában. Ez teljes átláthatóságot és magas motivációt jelent mindenki számára!

De a legfontosabb: ezáltal mindenki számára lehetségessé válik, hogy akár mellékállásban nagyobb jövedelemre tegyen szert. Nagyobb bevétel kisebb időráfordítással – olyan álom ez, ami hála a modern technikának és a könnyen eladható termékeknek most valósággá válik!

Az első ilyen terület minden bizonnyal a termékek kiválasztása és a fejlesztés. Ezen a téren a Wellstar tökéletesen elvégezte a házi feladatát. Mindkét piacon nagyszerűen képvisel bennünket a Green Gold termékcsalád illetve a Kinetó/Genio. Ezekre a termékeinkre minden ország helyi engedélyei is rendelkezésünkre állnak – ezáltal biztosítjuk partnereinknek, hogy a remek bevételi forrást jelentő végfelhasználóikat teljes biztonságban szolgálhassák ki!

A második terület ami Európában ezen a területen egyre nagyobb jelentőséggel bír minden bizonnyal a

jogi terület. Véleményem szerint sok Network vállalat lesz kénytelen a jövőben szembesülni azzal a problémával, hogy gyakorlatilag végfelhasználó nélkül maradnak.

Bazooband ur, Önök hogyan oldották meg ezt a problémát?

Ali Jason Bazooband: Olcsó és piacképes árakkal, valamint kiszolgáló központságunkkal a kiszállításban és az online üzletben a Wellstar már ma is rekord bevételeket mondhat magáénak a végfelhasználói nyereségek tekintetében!

Határozott meggyőződése, hogy csak azok a vállalatok lesznek képesek további növekedésre, melyek ár, minőség és szolgáltatás tekintetében a végfelhasználók szempontjából is megállják a helyüket. Ezért az a célunk, hogy ne csak a network szakmában legyünk márkavezetők. A Wellstar a teljes piacra koncentrál, tehát a hagyományos ajánlatokra is. Nem titkolt célunk, hogy ezeken a piacokon minden területen piacvezetők legyünk. Minőség, ár, kiszolgálás és nyereség. Ezekért szállunk harcba és nyerni akarunk!

Bazooband ur, ezek elég nagy célok. Mitől annyira biztos benne, hogy világnagyságú vállalatokkal is felvehetik a versenyt?

Ali Jason Bazooband: Nos, a nagyság csak egy pillanatnyi állapot. Aki ma piacvezető, lehetséges, hogy öt év múlva esetleg már csak másodosztályú lesz. Jőmagam is egy világmárkánál dolgoztam azelőtt. Ezért tisztában vagyok azzal, hogy arrafelé is csak vízzel főznek.

Az aprócska különbség az, hogy a wellnes piac jelenlegi szereplői bizonyos fokú önelégültséget és egyfajta jóllakottságot mutatnak. A bevételek növekedése Németországon belül hagy némi kívánnivalót magaután és legtöbbször azonos növényi alapanyagokkal operálva tulajdonképpen egyhelyben toporognak. Mindezek felül a meglehetősen magas árak gyakorlatilag lehetetlenné tesztnek bármilyen tisztességes végfelhasználói marketinget.

A Wellstar ezzel szemben úgy Network vállalatként, mint a hagyományos piac szereplőjeként a legteljesebb mértékben legyőzhetetlen a konkurencia számára. Nálunk a végfelhasználó 2 Euro/literes ártól jut a Green Gold Mikroalga italainkhoz. A kiszolgálás, marketing és a termék határfoka pedig véleményem szerint a piac egészét tekintve is egyedülállónak mondható. A 3 alapvetően fontos területen, a termékfejlesztésben, a háttér managementben és a network építésben pedig, hála a nemzetközi tapasztalatokkal rendelkező tulajdonosoknak rendkívül megalapozott a tevékenységünk. Ez

biztosítja számunkra a hosszútávú működés lehetőségét és a szakmai hozzáértést.

Wiesner ur, tulajdonképpen miért csak Európára koncentrálnak?

Christian Wiesner: A legtöbb vállalkozó helytelenül gondolkozik. Nem elegendő minden országban csupán egy raktárt felépíteni és utána bizakodni, hogy majd csak elcsordogál az üzlet így vagy úgy. Ez is csak annak egy további bizonyítéka, hogy a legtöbb tulajdonos és cégalapító jószíval nem rendelkezik a megfelelő ismeretekkel ebben a szakmában.

Némelyik Nagy Játékos 1 milliárdos forgalmat könyvel el világszerte. Ez azt a látszatot keltheti, hogy az adott cég világméretben sikeres hálózat. Valójában ha megnézzük közelebbről a számokat, azzal szembesülünk, hogy ez mindössze országonkénti 10.000 vásárlót feltételez egyenként 80,- Euros havi forgalommal. Ez a hagyományos piac szereplőinek teljesítményével összehasonlítva szerénynek mondható teljesítmény.

Csak Berlin területén találkozhatunk olyan kereskedővel, aki csupán Németországon belül több milliós előfizetői tábort épített fel mobiltelefonok csengőhangjainak letöltésére. Ez a folyamat is közvetlen kereskedelemmel és kevesebb, mint 10 év alatt zajlott le. Nos, számunkra ez jelenti a sikert!

Az a célunk, hogy helyileg egy állandó nagyságot érjünk el, azaz Közép-Európa területén a következő évek során 1 milliós újra-rendelő tábort alakítsunk ki. Ez havi 80,- Euros megrendelést feltételezve 1 milliárdos forgalmat fog jelenteni.

Második lépésként egész Európára kiterjesztve tevékenységünket 10 milliónyi újra-rendelő ügyféllel számolunk. Ez pedig terjesztőink számára is milliárdos forgalmat fog jelenteni. Ezzel a módszerrel százezres nagyságrendben szeretnénk új kereseti lehetőséget teremteni. Ezt a folyamatot minden terjesztőnk számára ingyenes magas színvonalú képzésekkel és egy az e-networking-re kialakított ugyancsak ingyenes üzleti felszereléssel támogatjuk.

Wiesner ur, Európa jelenti az Ön számára a legnagyobb lehetőséget?

Christian Wiesner: Ez így, ebben a formában nem kérdés számunkra. A Wellstar európaiként definiálja önmagát így automatikusan elköteleződik európaisága mellett. Azokra a piacokra koncentrálnak, melyeket jól ismerünk és építünk az ott lévő erősségeinkre.

500 millió ember vár ezen a földrészén arra, hogy valódi lehetőséget kapjon életminősége javítására. A 90-es években elsősorban tengerentúli cégek követtek el

nem egy hibát európai terjeszkedésük során. Vesszük magunknak a fáradságot és a hálózatépítést nem csupán szalonképpessé, hanem hosszútávon sikeressé kívánjuk tenni.

Tudja, úgy tűnik, hogy a legtöbb ember számára ez a lehetőség az egyetlen, mellyel hón áhított anyagi függetlenségüket elérhetik és valóra válthatják álmaikat, melyeket egy jobb életéről szövegetnek. Éppen ezért ennek a lehetőségnek valódi lehetőségnek kell lennie. Ezért elkötelezettségünk a termékek előállításán messze túlmutat. A Wellstar partnerek minden területen kulcsrakész üzletet kapnak, ami bizonyíthatóan remekül működik is.

Wiesner ur, az Ön számára a siker a legfontosabb?

Christian Wiesner: A hosszútávú siker tulajdonképpen a megfelelő cselekvés logikus következménye, ezért valóban vonzó cél számomra. Ugyanakkor a Wellstar értékrendjében a másik ember tisztelete és elismerése van az előtérben. Ezért biztosítjuk minden partnerünk számára a létező legjobb képzést és felszerelést az illető eredményeitől függetlenül. Vezetőink és cégvezetésünk elkötelezte magát, hogy minden partnert egyformán segít az illető ügynevezett sikertervében elhatározott célok elérésében. Ettől persze még nem válunk automatikusan jobb embereké.

Ugyanakkor elköteleztük magunkat, hogy minden erőnkkel erre törekszünk és újra meg újra átgondoljuk a stratégiánkat és újra meg újra, ha kell, összhangba hozzuk az általunk fontosnak tartott alapvető emberi értékekkel. Továbbra is életkortól és származástól függetlenül támogatjuk mindenki egyéni fejlődését. Az őszinteség és megbízhatóság, üzleti életünk sarkalatos alapköveit jelentik.

A hálózatépítés nem csupán pénzügyi sikert és egyfajta lehetséges hírnevet kell hogy jelentsen. Ez a működési forma elsősorban felelősséget jelent. Ezt a felelősséget magunkra vállaljuk és vezetőink is magukénak tekintik. Bármennyire szeretnénk is sikeresek lenni, nem mindegy számunkra kivel és hogyan válunk azzá.

A Wellstar tehát nem egyszerűen egy jó kereseti lehetőség vagy több szabadidő megszerzésének egy módja. A Wellstar egy újfajta együttműködési forma egy közös vízió elérésére.

Égességet és biztos megélhetést mindenki számára. Tisztességet az emberi kapcsolatokban. Etikát az üzleti élet bonyolításában. Egyértelmű törekvést arra, hogy a lehető legjobbat adjuk. Ez a Wellstar.

Bazooban ur, Wiesner ur, köszönjük a beszélgetést.



Fedezzen fel új látóhatárokat!

A WellStar International megalapítása óta egyetlen cél lebeg a szemünk előtt:

Egy olyan hálózat kiépítése, mely Európán belül túlszárnyalja a milliárdos határt ezzel komoly kihívást jelentve a hagyományos versenytársaknak.

Ezt egyedülálló termékek segítségével kívánjuk elérni. Ilyenek pl. a 4000 fajta vitamint tartalmazó Green Gold® mikroalga italcsalád, mely 2 Euro/liter áron kapható vagy a természetes alapanyagokból készülő energiaitalaink a Kineto® és a Genio®. Utóbbiak minőségükben ÉS árfekvésükben új normát szabnak és néhány hónap leforgása alatt százezerszám leltek vevőre.

Vadonatúj E-Network rendszerünknek köszönhetően végfelhasználóink további 50%-ot takaríthatnak meg, ráadásul a házhozszállítás is ingyenes. Forradalmi párhuzamos idejű Webshop és Weboffice rendszerünk azonnali hatállyal lehetővé teszi a napi 24 órás megrendelést, melyet 48 órán belüli, egész Európára érvényes szállítási határidejű kiszállítás követ.

A Wellstar partnerei így a máshol szokásos költségeket megtakaríthatják, nem kell külön megfizetni a raktározásért, a házhozszállításért jelentkező költségeket vagy az üzletbe vezető út fáradtságát nem beszélve az üzemanyag áráról. A WellStar nem csak a felmerülő kiadásokat hanem a munka nagyobb részét is átvállalja Öntől.



A szintén teljesen új rendszerű toborzó program segítségével több szponzorált területen ezerszám generálódnak az új kapcsolatok, rendkívül egyszerűen és bárki számára azonnal hozzáférhető módon.

Így jön létre a kapcsolat egy rendkívül fejlett és hatékony rendszer segítségével kiemelkedő minőségű termékeink és a hosszútávú anyagi jólét között.

A WellStar keretein belül egy olyan csapat dolgozik egymással karöltve, melynek egyetlen cél lebeg a szeme előtt: hatékony ÉS etikus módszerekkel vásárlók és partnerek számára egy jövőt lehetővé tenni, melyben megvalósíthatják egészségről, szabadidőről és biztonságról régóta szövögetett álmaikat. Mi biztosítjuk, hogy mindez valósággá válhasson.

LEGYEN ÖN IS RÉSZESE ENNEK A NAGYSZERŰ
JÖVŐNEK HÁLÓZATUNK KERETEIN BELÜL.

 **WELLSTAR®**
Just add life!



A lehetőség, amit a WellStar International kínál Önnek: 10 JÓ OK ARRA, HOGY MIÉRT ÉPPEN MOST VÁGJON BELE!

- | | |
|---|---|
| 1 Megalapozott és hosszútávú jövőkép! | 6 Az induláskor ingyenes üzleti felszerelés! |
| 2 Egyszerű és minden előkészület nélkül elindítható üzlet! | 7 Kipróbált és kulcsrakész koncepció! |
| 3 Jövedelmező mellék vagy fő bevételi forrás! | 8 Tökéletes időzítés a jövő fejlődő piacán! |
| 4 Többletjövedelem, többletmunka nélkül! | 9 A jövő termékeit, a Green Gold-ot és a Kinetot terjesztheti. |
| 5 Saját üzlet annak hagyományos költségei nélkül! | 10 Megismételhetetlen lehetőség az anyagi jólét elérésére! |

500 millió európai vágyik arra, hogy egészséget és energiát vehessen olcsón!

Hány vevőt akar a csapatában látni, abban az esetben ha mindegyiknél 5 Euros bevétellel számolunk?

Üdvözljük a jövő siker piacán!

Üdvözljük a WellStar International-nál!