

9/2024

BUSINESS

news



FEEL NATURE'S POWER



25 граммов
первоклассного
веганского белка со
сбалансированными
углеводами
и полезными жирами

Высокое
содержание
клетчатки



Содержит магний,
ниацин,
рибофлавин,
витамины:
C, B5, B12, B6

Богат
питательными
веществами



PROMOCJA POWER LINE

**SPECIAL
OFFER**

С октября 2024 года мы предлагаем вам новый, лучший и более выгодный набор новинок: Power Line!

Попробуйте 4 новейших продукта от Nature's Sunshine из набора Power Line!

При покупке в наборе вы экономите до 49 злотых.

Но это еще не все...

Оформите подписку и умножьте свою экономию!

Только при подписке на набор Power Line вы купите набор со скидкой 16% и сэкономите 119 злотых.

Кроме того, с каждой покупкой набора Power Line вы получите: 2 стеклянные бутылки с нашим логотипом бесплатно!

Более того, стоимость набора Power Line достигает 125 баллов!

Это идеальный набор для развития вашего бизнеса - поговорите об этом со своим директором!

FEEL NATURE'S POWER





POWER MEAL TOUR

Половина встреч Power Meal Tour уже позади! Атмосфера на каждой встрече была потрясающей, а ваша энергия и заинтересованность очень ценны для нас. Мы надеемся, что, вооружившись мощной порцией знаний о новом продукте, вы сможете с легкостью его продвигать. Спасибо всем, с кем мы уже успели познакомиться, и мы с нетерпением ждем новых встреч.

До встречи на Power Meal Tour!









POWER MEAL TOUR - РАСПИСАНИЕ

14.09
G. 11:00

Глогув
Малопольский

2.10
G. 19:00

МЛАВА

17.09
G. 18:00

ЦЕХАНУВ

3.10
G. 18:00

ОСТРОЛЕНКА

18.09
G. 18:00

СУВАЛКИ

8.10

ПЁТРКУВ
ТРИБУНАЛЬСКИЙ

19.09
G. 16:30

ЛИТВА

9.10
G. 15:30

ПШАСНЫШ

19.09
G. 20:00

ЛИТВА

15.10

ЛОДЗЬ

23.09
G. 18:00

ПАРКОШ

17.10
G. 17:30

ОЛЬШТЫН

24.09
G. 18:00

МЕЛЕЦ

23.10
G. 17:00

ЛЕШНО

25.09
G. 17:00

ТАРНУВ

25.10
G. 18:00

ВАРШАВА

31.10, G.18:00

POWER MEAL TOUR FINAL, ВАРШАВА



ПРЕСС-ЗАВТРАК

В рамках нашей PR-деятельности 17 сентября мы организовали пресс-завтрак в нашем магазине в Варшаве, где представили продукцию Nature's Sunshine представителям крупнейших печатных изданий в Польше. Встреча была направлена не только на продвижение наших бестселлеров, но и на построение долгосрочных отношений со СМИ, что является частью нашей коммуникационной стратегии.

В ходе мероприятия участники получили возможность узнать больше об истории компании Nature's Sunshine - лидера в области натуральных добавок, который уже много лет поставляет на рынок инновационные и высококачественные продукты. Мы обсудили нашу миссию, ценности и ключевые достижения, которые способствовали глобальному успеху бренда.

Мы также представили наши бестселлеры и новые продукты, провели дегустацию продукции Power Meal, подчеркнув уникальные ингредиенты и полезные свойства, которые поддерживают ежедневное функционирование организма. Благодаря этому мероприятию мы получили возможность повысить осведомленность о бренде Nature's Sunshine, а также установить прочные отношения с журналистами, чтобы в будущем получить поддержку СМИ и расширить сферу своего влияния.



Стратегия запуска продукта Power Meal включала в себя не только тур Power Meal и завтрак для прессы, но и рекламу в прессе. Мы появились в еженедельном журнале Newsweek и в ежемесячных изданиях, посвященных роскошному образу жизни: *Zwierciadło* и *Wysokie Obcasy*. Наша деятельность также привлекла к нам цифровое пространство: на сайте *vogue.pl* есть статья о нашем продукте.

Реклама повышает узнаваемость бренда. Почему это так важно?

В быстро развивающемся секторе здоровья и благополучия повышение узнаваемости бренда - ключевой элемент успеха, особенно на польском рынке диетических добавок. Почему?

1. Повышенная конкуренция на рынке

Рынок диетических добавок в Польше является высококонкурентным, с большим количеством компаний, предлагающих аналогичные продукты. В таких условиях только узнаваемые бренды, вызывающие доверие, имеют шанс выделиться и привлечь лояльных покупателей. Повышение узнаваемости бренда позволяет компании создать имидж, который четко отличает ее от конкурентов.

2 Доверие потребителей

Диетические добавки напрямую связаны со здоровьем человека, поэтому доверие к бренду имеет ключевое значение. Потребители ищут безопасные, эффективные и проверенные продукты. Сильная узнаваемость бренда, поддерживаемая образовательными кампаниями, сертификатами качества и прозрачностью производственных процессов, укрепляет доверие потребителей и снижает их нерешительность при покупке.

3 Обучение потребителей

Польский рынок диетических добавок все еще растет, и многие потребители только начинают осознанно подходить к приему добавок. Повышение узнаваемости бренда - это также возможность рассказать покупателям о преимуществах конкретных добавок и о том, почему их стоит использовать. Донесение информации об ответственном использовании добавок и их роли в здоровом образе жизни может привлечь покупателей, которые ищут надежную и профессиональную информацию.

4 Повышение лояльности покупателей

Сильная узнаваемость бренда ведет к повышению лояльности покупателей. Когда у потребителей есть положительный опыт общения с брендом, они с большей вероятностью купят его снова и порекомендуют другим. Регулярные инвестиции в повышение узнаваемости бренда, например, с помощью активности в социальных сетях, рекламы в прессе и маркетинговых кампаний, укрепляют связь между брендом и потребителями.

Таким образом, повышение узнаваемости бренда при продаже БАДов в Польше является ключом к долгосрочному успеху, лояльности клиентов и созданию устойчивой позиции на рынке.



ДОКТОР МАРИУШ БОРКОВСКИ

Мы рады объявить о начале нашего сотрудничества с доктором Мариушем Борковски, который будет поддерживать нас и продвигать бренд Nature's Sunshine. Помимо прочего, мы начали записывать видеоролики о продукции, а в ежеквартальном журнале

„Будь Здоров” будут публиковаться статьи, написанные доктором Борковски.

Ниже мы подробно рассмотрим профиль доктора Борковски.

Доктор, выпускник Второго медицинского факультета Варшавского медицинского университета; сертифицированный врач эстетической медицины, получивший диплом в Центре последипломного образования Варшавского медицинского университета. Прошел многочисленные стажировки и курсы по эстетической и регенеративной медицине, в том числе в Американской академии эстетической медицины.

Международный тренер врачей по процедуре лазерной подтяжки лица и тела - эндолифтингу. Член Польского общества эстетической и антивозрастной медицины. Специалист по лечению ожирения (обеситолог). Внесен в список сертифицированных врачей Польского общества по изучению ожирения. Зарегистрированный врач Великобритании в Главном медицинском совете.

Защитил докторскую диссертацию в декабре 2020 года в Силезском медицинском университете, тема диссертации - «исследование эффективности телемедицинской поддержки поддерживающей терапии для пациентов с шизофренией в стадии ремиссии».

С 1997 года в фармацевтической промышленности - работал, в частности, в таких компаниях, как Bioton, Adamed, Sanofi и TZF Polfa, последовательно проходя различные карьерные ступени: от фармацевтического представителя до директора по маркетингу.

В Европейском парламенте он был докладчиком на сессии по телемедицине (2016).

Первый польский докладчик на конгрессе EyeforPharma в Берлине в 2006 году.

Неоднократно выступал с докладами и презентациями на отраслевых мероприятиях в Польше и за рубежом, в том числе в Blue Business Media, Brave и Medmeetstech.

Сооснователь первой сертифицированной телемедицинской клиники.

Признает, что новые технологии предлагают в медицине не только возможность проводить эффективное лечение, но и планировать профилактические меры.

Работая со своими пациентами, он всегда смотрит на несколько

шагов вперед, думая об их будущем. Он делится своим опытом и активно помогает ассоциациям пациентов в их повседневной борьбе.

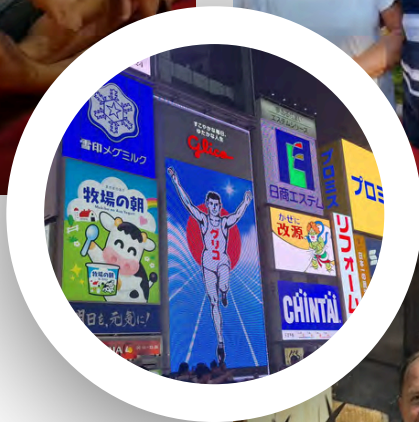
За свою деятельность он был трижды награжден Президентами Республики Польша Крестами за Заслуги – бронзовым, серебряным и золотым.

В личной жизни он фанат бега (пробежал Нью-Йоркский марафон) и художественной гимнастикой.

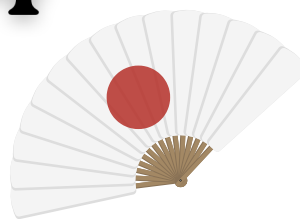
В свободное время он путешествует и интересуется современным искусством, современной живописью, театром и электронной музыкой.

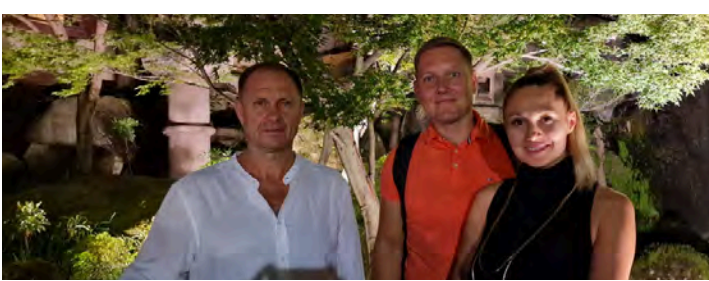
Член Общества поощрения изящных искусств. Автор подкастов «Медико-эстетический» доступен на популярных платформах: YouTube, Spotify, Apple Podcasts.





TOP ACHIEVER'S CLUB ЯПОНИЯ 2024









Лидериада

В отеле «Ян Сандер» в Александрове-Лодзьском состоялся тренинг по бизнесу и продукции, организованный директорами-менеджерами Jolanta i Teodor Małek. В тренинге приняли участие 60 человек, включая директоров: Barbara i Marek Werbiłowicz, Karol Stemplewski i Marcin Sacharczuk. Мы искренне поздравляем вас и приглашаем посмотреть фотоотчет!



13-15 марта 2024 года в Ручиане-Ниде в отеле «Нидзки» прошла Лидериада CRD Pelagia i Marian Pietkiewicz, в которой приняли участие 110 человек. Приглашаем вас прочитать отчет и посмотреть фотографии с мероприятия!

Лидериада представляла собой множество тренингов, которые дали бесценную дозу знаний всем участникам. Спикеры подготовили очень вдохновляющие темы для своих лекций:

- Рецепты здоровья и красоты. Позаботьтесь о своем здоровье и здоровье своих близких осознанно. Узнайте об эффективности натуральных трав.
- За 4-7 лет построить свою независимость и устроить свою жизнь
- 7-летний университет бизнеса и успеха
- Помощник руководителя - Патриция Сулик: «Дегельминтизация и иммунитет»
- Лидер-менеджер - Agnieszka Cieślak «Запуск своего бизнеса - первые шаги».
- CRD -Marian Pietkiewicz: «Решение = успех».

- Patrycja Sułyk & Krzysztof Kaliszewski: «За 1 год директором - советы по бизнесу»
- Помощники директора Marta & Artur Sakowscy: «Сильный дуэт, сильная команда».
- Ведущий консультант Joanna Kosek : «Мотивация. Съёмки. Фазы энергетического цикла».
- Ассистент директора - Krzysztof Pietkiewicz: «Как найти себя в NSP».

Образование было не единственным приоритетом в этот день - был также организован прекрасный гала-ужин с танцами.

Такое событие просто необходимо пережить!

Третий день стал наградой за все усилия: полноценный отдых и перезарядка батарей. Прекрасный круиз на лодке по Мазурским озерам, где можно было обменяться опытом, поговорить, объединиться.

Прекрасное время. Отличное обучение. Отличная релаксация. Группа мотивированная, с удивительно позитивным настроением, жаждущая новых свершений и с нетерпением ожидающая следующей Лидериады. Увидимся в декабре.



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ БЕЗ СЕКРЕТОВ

Сегодня мы рассмотрим тему алгоритмов в социальных сетях и расскажем, как они работают.

Алгоритмы - это сердце любой платформы социальных сетей.

Именно они позволяют пользователям видеть конкретный контент в своих лентах, а компаниям и авторитетам - охватить широкую аудиторию.

Но что же такое алгоритмы, как они работают и что определяет какие посты мы видим на своих экранах?

Что такое алгоритм?

Алгоритм - это набор правил и инструкций, которые определяют, как выполнить определенную задачу. В контексте социальных сетей алгоритмы решают, какой контент будет показан пользователям, основываясь на их поведении, взаимодействиях и предпочтениях.

Они представляют собой сложные математические системы, которые анализируют огромные объемы данных, от лайков и комментариев до времени, проведенного за просмотром поста.

Как работают алгоритмы социальных сетей?

Каждая платформа социальных сетей имеет свои собственные уникальные алгоритмы, но все они преследуют одну цель: предоставить пользователю максимально адаптированный и увлекательный контент. Вот некоторые ключевые механизмы, лежащие в основе алгоритмов популярных социальных сетей:

Facebook

Алгоритм Facebook, известный как EdgeRank (в настоящее время сильно развит), основан на трех основных факторах:

Связь пользователя с контентом - чем чаще пользователь взаимодействует с определенным человеком или страницей, тем больше вероятность того, что он увидит их контент.

Тип контента - изображения, видео и ссылки имеют разный вес в алгоритме. Facebook поощряет мультимедийный контент, такой как видео, который, как правило, генерирует большее количество взаимодействий.

Свежесть поста - новые посты имеют больше шансов появиться в ленте, однако старые, но популярные посты все равно могут быть показаны.

Instagram

Instagram, принадлежащий Facebook, следует аналогичным принципам, но уделяет больше внимания персонализации пользовательского опыта. Алгоритм Instagram анализирует:

Вовлеченность - посты с большим количеством лайков и комментариев отображаются чаще, потому что алгоритм считает их интересными.

Время взаимодействия - чем дольше просматривается фотография или видео, тем больше вероятность того, что мы увидим больше похожего контента.

Взаимодействие с пользователями - посты людей, с которыми мы чаще всего взаимодействуем (лайки, комментарии, сообщения), находятся выше в ленте.

TikTok

Алгоритм TikTok - один из самых передовых и динамичных.

Его ключевым элементом является страница «Для вас», которая предоставляет контент на основе:

Поведение пользователя - алгоритм отслеживает, как долго пользователь смотрит видео, прокручивает ли он его, ставит лайки, комментирует и делится.

Интересы - основываясь на взаимодействии пользователя с определенными категориями (например, юмор, танцы, кулинария), TikTok адаптирует последующие предложения видео.

Свежесть контента - алгоритм поощряет новый контент, давая даже пользователям с небольшим количеством подписчиков шанс стать вирусными.

YouTube

YouTube также полагается на сложные алгоритмы, чтобы решить, какие видео будут рекомендованы пользователям. Основными факторами являются:

Время просмотра - видео, которое пользователь смотрит от начала до конца, считается более ценным, что влияет на его просмотр.

Вовлеченность - для алгоритма важны лайки, комментарии и подписка на канал.

- Тематические ссылки - алгоритм рекомендует видео, основываясь на контенте, который пользователь уже смотрел и который ему понравился.

Факторы, влияющие на работу алгоритма

Вовлеченность пользователей

Одним из важнейших показателей для алгоритмов является степень вовлеченности пользователей. Чем больше лайков, комментариев, акций и кликов на пост, тем выше он будет отображаться в лентах других пользователей. Поэтому создатели контента стремятся публиковать материалы, которые побуждают к взаимодействию.

Свежесть контента

Многие платформы, такие как Twitter и Instagram, отдают предпочтение свежему контенту. Чем актуальнее контент, тем выше вероятность его просмотра. Это означает, что время публикации имеет большое значение.

Персонализация

Алгоритмы персонализируют опыт пользователей на основе их предыдущих взаимодействий. Например, если вы часто смотрите видео о фитнесе, вы увидите больше контента, связанного с этой темой. Чем больше платформа знает о ваших интересах, тем точнее она адаптирует свои рекомендации.

Визуальная ценность

Платформы социальных медиа, особенно те, которые основаны на изображениях и видео, такие как Instagram или TikTok, поощряют контент с высоким визуальным качеством. Алгоритмы отдают предпочтение хорошо освещенным, визуально привлекательным постам, которые привлекают внимание пользователей.

Споры об алгоритмах

Алгоритмы не свободны от критики. Многие обвиняют платформы в том, что алгоритмы способствуют возникновению так называемого информационного пузыря - пользователи видят только тот контент, который соответствует их взглядам и интересам, что может привести к социальной поляризации. Кроме того, некоторые критикуют платформы за продвижение экстремального или спорного контента, который генерирует больше вовлеченности и, соответственно, больше показов рекламы.

Как создатели контента могут адаптироваться к алгоритмам?

Чтобы добиться успеха в социальных сетях, создатели должны понимать, как работают алгоритмы, и адаптировать свои стратегии.

Вот несколько советов:

Публикуйте материалы регулярно - свежий контент имеет больше шансов на вовлечение.

Поощряйте взаимодействие - спрашивайте мнение пользователей, проводите конкурсы и задавайте интересные вопросы.

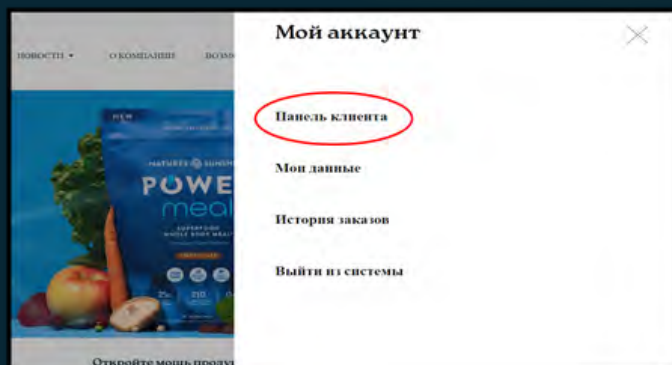
Обращайте внимание на качество контента - качественный визуальный контент привлекает внимание и заставляет алгоритмы с большей вероятностью продвигать посты.

Подбирайте контент в соответствии с платформой - у каждой платформы есть свои уникальные предпочтения и типы контента, которые она продвигает.

Видео лучше всего работает на TikTok и YouTube, а фотографии - на Instagram.

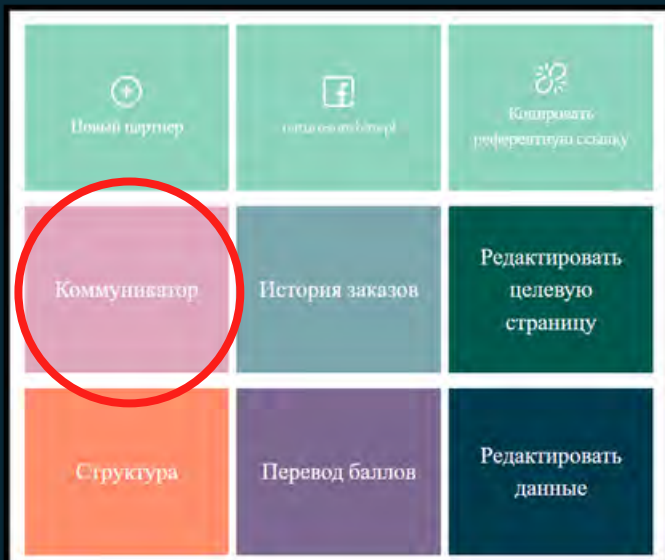
Алгоритмы в социальных сетях - это сложные инструменты, цель которых - предоставить пользователям наиболее интересный и увлекательный контент. Хотя они могут помочь персонализировать опыт, у них есть и темная сторона, связанная с информационными пузырями и продвижением противоречивого контента. Понимание того, как работают алгоритмы, может помочь как пользователям так и создателям эффективно использовать социальные сети.

КОММУНИКАТОР



Ниже приведены инструкции по использованию коммуникатора – инструмента, предназначенного для облегчения общения в ваших структурах. Приятного пользования!

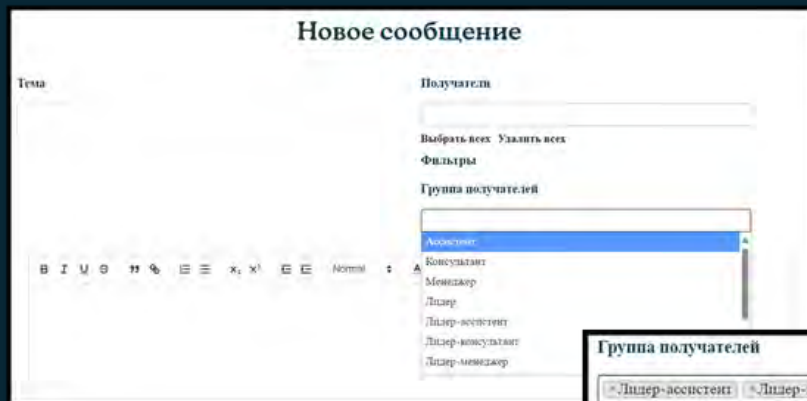
1. Мы заходим в свой аккаунт на сайте e-naturessunshine.com и нажимаем на «Панель клиента».



2. Открываем карточку: Коммуникатор

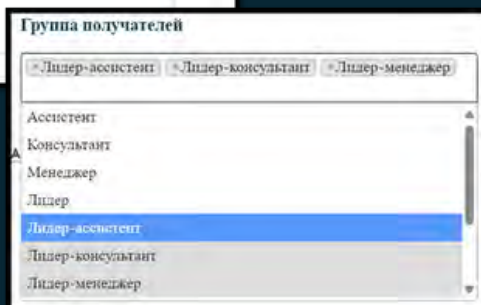


3. добавить новое сообщение



4. введите заголовок, текст сообщения и в группе получателей укажите, кому предназначено сообщение.

ПРИМЕЧАНИЕ: В группе получателей может быть несколько статусов!



5. Когда вы получаете новое сообщение, в карточке „Коммуникатор” появится уведомление.

ПРИМЕЧАНИЕ:
Коммуникатор используется для отправки одностороннего уведомления своей структуре.

Квалификации

АВГУСТ 2024 Г.

Лидеры МЕНЕДЖЕРЫ

Aneta i Robert Piekarscy

Лидеры Консультанты

Krzysztof Szostak, Alina Susko, Juergen Galuch, Przemysław Mrozek

Лидеры Ассистенты

Inese Drela, Ewelina Mróz, Anna Łizarska, Elżbieta Miśtał, Natalia & Andreas Horn, Bożena Szerszeńewska, Nila Prytula, Wacław Kwaśny, Zaneta Klawikowska, Jolanta Szwaderska, Paulina Brzozowska, Edyta Ślużyńska, Lidia Sikorska, Wiesława Żąbek

Лидеры

Anna Florczak, Ilona Komisarczyk, Dange Krasnoviene, Svetlana Musatova, Sergii Kopytov, Grażyna Sowa, Natalija Smirnova, Anna Szopa, Siarhei Shchurynau, Magda Szczesniak, Aneta Kwasiborska, Inga Zelmene, Katarzyna Szwarcewicz, Anna Brodzik, Agnieszka Krawczyk, Katarzyna Wójcik, Elżbieta Gawryś, Jūratė Labalaukienė, Małgorzata Kopacz-Budaj i Bogdan Budaj, Kamila Szpaderska, Justyna Wiśniewska, Agnieszka Czebiera, Aneta Janczewska, Olga Zduńczyk, Beata Błaszczak, Ayse Koc

МЕНЕДЖЕРЫ

Teresa Szeraszewicz, Barbara Jadwiga Kaba, Sławomir Filipczuk Irena, Raissa Nurislamova, Hanna Zakharova, Grażyna Bundziow, Aleksandr Mandrovs, НИНА ОНИСКОВЕЦ, Elena Casian, Iwa Mrozińska, Ewa Mizerek, Dominika i Andrzej Majcher, Nadia Ivanova, Katarzyna Smitkowska, Marytė Šlepikienė, Viktoriia Hramova, Anastasia Tsilind, Aivaras Alminas, Paulina Pogoda, Joanna Junger, Marlena Glosa, Sebastian Wachol, Monika Anzulewicz, Janina Bobrowska, Mariola Gawrońska, Jarosław Galus, Martyna Kinicka, Aldona Ochał, Krzysztof Kortus, Marzena Pajewska, Beata Biernacka, Józef Bednarko, Vida Putriene, Virginija Šalkauskienė, Snieguolė Žabėlaitė, Anna Korajczyk, Vida Maskelienė

Консультанты

Dorota Nazary, Krzysztof Broszczak, Karolina Żurawska, Irena Drapczuk, Tatsiana Boota, Małgorzata Miksińska, Olga Danchenko, Maria Gordienko, Sylwia Stańczak, Ewa i Jerzy Iwanicy, Anželika Leiko, Sigita Šlapkauskienė, Zinaida Narušienė, Tatjana Slavgorodska, Helena i Barbara Lasockie, Maria Wołosiewicz, Lilla Witasia, Charalampos Michos, Ewa Kujaw, Anastasia Legrand, Olha Martynchuk, Oleksandr Goncharov, Mieczysław Grzegorek, ГАЛИНА ЗОРОМ, Irina Kyllönen, Angelika Widel, Marek Bialic, Darek Momot, Kristina Martinkjavicute, Viktoriia Kidenko, Grażyna Chmielewska, Pavlo Batanov, Aušra Bobinienė, Anna Czabaj, Yulia Prodeus, Niina Kirisma, Sandra Jusevičienė, Małgorzata Połomska, Angelika Kujacz, Beata Kucińska, Galina Kravčionoka, Oksana Peisahovich, Olga Katua, Zaneta Chmiel, Yuliia Shkola, Krystyna Sadecka, Olena Demchenko, Maria Pałeczka, Krzysztof i Wiesła Łapszys, Vladyslav Drobo, Bożena Wróblewska, Joanna Kuchara, Liliia Savytska, Natalia Bazak, Olga Wyszczelska, Zera Bekmambetova, Joanna Żurek-Krupka, Danuta Szwonder, Ewa Rozwadowska, Nataliya Kasyan, Susanna Simonean, Antónia Hajdu, Monika Wawrzeńczyk-Klimczak, Rimgaudas Višinskas, Anna von Engel, Dmytro Aloshekin, Celina Byś, Marek Kuczaj, Iwona Rau, Ludmila Gulina, Urszula Fajarczyk, Edyta Salamończyk, Mariusz Karwicki, Jolanta Sieczkowska, Krzysztof Kochanek, Magdalena Staszak, Sylwia Dłubak, Krystyna Stępień, Zofia Mierzejewska, Emilia Sokół, Anna Szwaj, Krzysztof Sawicki, Edyta Stolarska, Marta Dmochowska, Magdalena Hulińska, Rugilė Pėžaitė, Nataliia Karas, Anna Senda, Halina Pakirska, Ewelina Kozłowska, Lina Trokhymchuk, Alisia Tabacaru, Martyna Skiba, Sławomir Klekowski, Monika Otfowska, Viktoriya Dronova, Anna Gawęcka, Jadwiga Poproch, Renata Lorkiewicz, Danuta Szulc, Danuta Rabenda, Anna Turska-Szybka, Alicja Dębowska, Magdalena Markow, Stanisław Wasilewski, Grażyna Więch, Piotr Pietrofaj, Aleksandra Popielarska-Bieniek, Jolanta Gvildienė, Janina Przytulska, Beata Wyszyńska, Krystyna Wardzińska, Aneta Jachimczyk, Anna Miecznikowska, Rita Balaisiene, Ewa Góra, Katarzyna i Dominik Budrewicz, Janina Jurek, Dorota Nawracaj, Anna Potyrała, Irina Tanasa, Marina Goršelatova, Katarzyna Milkowska, Łucja Olko-Smycz, Alexandr Yarchuk, Katarzyna Chartanowicz i Adela Wasilewska, Ona Dambauskienė, Katarzyna Kubik, Halina Bystrzycka, Agnieszka Kuryluk, Bożena Mikielska, Dorota Rau, МАРИЯ НОВАКОВСКАЯ, Olegas Gavriliak, Monika Skiba, Aleksandra Veršhyhora, Joanna Grzeškiewicz, Beatrice Šalkauskaitė, Anna Demuth, Lidiia Grandidier, Agnieszka Rybińska, Ewa Żukowska, Giedrė Babelienė, Ewelina Chylak, Anna Bęben, Ina Gierko, Aleksandra Szczudło, Małgorzata Olszowa, Darja Sopic, M. Angeles Forner, Nina Krupa, Norbert Ustaszewski, Tatjana Ozerova, Maria Książek, Sylwester Kowalski, Aleksandra Manikowska, Barbara Dawcewicz, Anastazja Mróz, Judyta Zawadzka, Barbara Biełkowska, Natalia Wojtuła, Patrycja Krupka, Marzena Piotrowska, Marta Musiał, Anna Sudak, Aurelia Kurczyńska, Adrian Smoła, Agnieszka Grzanka, Iwona Kowalska, Viviana Portocarrero Figueroa, Teresa Cichosz, Hanna Jaszka, Anna Sadowska, Zita Vaišvilienė, Vilija Montvidiene, Małgorzata Pasula, Jūratė Laukineitienė, Anna Sulojeva, Natalia Kukla, Tomasz Piotrowski, Tomasz Grzesik, Grażyna Kajecka, Lyubov Syromyatnikova, Stanisław Prusaczyk, Janina Jurenkovienė, Wanda Smolak, Andriy Syusyurhenko, Iwona Szpernalowska, Diana Zielińska, Renata Bober, Marta Lipa, Sonia Jarnuszkiewicz, Ellen Vedmytska, Barbara Starzyck, Barbara Suwaj, Marta Bartczak, Laura Baronienė, Olga Grandjean, Ilona Stolarczyk, Olena Litvinova, Algimantas Ogintas, ЮРІЙ МАРТИНЧУК, Yana Dombrovska, Jūratė Petraitienė, Inga Bliudziute, Elżbieta i Jerzy Kolosa, Tatiana Cigolea, Lilia Rechimbach, Yana Hryshkina, Agnieszka Wójcik, Eulalia Sun Garate, Ludmila Ivanova, Ludmila Nikiszina, Laimutė Raupelienė, Rasa Gudaitienė, Martyna Kuratnik, Rafał Kujda, Elena Ukrinienė



PO - личные баллы = минимум 30; 1 PO = 5,94; PG - групповые баллы; PG Лдр с 7 ур. - групповые баллы Лидеров с 7 уровней.

**ЧЛЕН СОВЕТА
ДИРЕКТОРОВ**

20 Лидеров на
уровне 1

| СТАТУС | РО | РГ | РГ Лдр с 7 ур. |
|------------------------|-------|--------|----------------|
| Консультант | от 30 | от 150 | |
| Менеджер | от 30 | от 400 | |
| Лидер | от 30 | от 500 | / 1000 |
| Лидер-ассистент | от 30 | от 500 | / 1000 / 1500 |
| Лидер-консультант | от 30 | от 500 | / 900 / 1500 |
| Лидер-Менеджер | от 30 | от 500 | / 1500 |
| Директор-ассистент | от 30 | от 400 | 10 000 |
| Директор-консультант | от 30 | от 300 | 30 000 |
| Директор-менеджер | от 30 | от 200 | 60 000 |
| Член Совета Директоров | | от 100 | 120 000 |
| | | | 250 000 |

500 PG 1000 PG 1500 PG

ЛИДЕР-
АССИСТ

| | | | | |
|-------------|-----------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------|
| ЛИДЕР | 20/30% от РО | 5% от менеджеров | 10/15% от консультантов | 15/20% от ассистентов |
| МЕНЕДЖЕР | 15/20% от РО | 5/10% от консультантов | 10/15% от ассистентов | |
| КОНСУЛЬТАНТ | 10% от РО | 5/10% от ассистентов | | |
| АССИСТЕНТ | 5% от РО | | | |

2 месяца x 150 PG
500 SPG
3 месяца x 400 PG
3000 SPG
3 месяца x 800 PG
2 месяца x 1500 PG
6000 SPG
3000 SPG
в первые 2 месяца

**ЛИДЕР-
КОНСУЛЬТАНТ**

3 Лидерів на
уровне 1

ЛИДЕР-АССИСТЕНТ
1 Лидер на
уровне 1

| ЛИДЕР | 20/30% от РО | 20/30% от РО |
|------------------|-----------------|---------------------|
| от менеджеров | 5% | 8/10%* 1 уровень |
| от консультантов | 10/15% | 6/8% 2 уровень |

**ОРГАНИЗАЦИОНН
ЫЙ БОНУС**

уровне 1

20/30%
от РО

8/10%*
1 уровень

| Уровень | Процент |
|-----------|---------|
| 5 уровень | 2% |
| 4 уровень | 2% |
| 3 уровень | 4/5% |
| 2 уровень | 6/8% |
| 3 уровень | 4% |

+ 3

**ДИРЕКТОР-
АССИСТЕНТ**

7 Лидерів на
уровне 1

20%

8/9%
1 уровень

4% 3 уровня

+

**ДИРЕКТОР-
КОНСУЛЬТАНТ**

10 Лидеров на
уровне 1

20%8/99

6/7%
2 уровне

2%
4 уроне

+

ДИРЕКТОР-МЕНЕДЖЕР

15 Лидеров на
уровне 1

20%of PO1 уровень617%

4%
3 уровня

| | |
|----|----------|
| 2% | 5 уривен |
| 2% | 6 уривен |
| 1% | 7 уривен |

+ 9

БОНУС НА СОДЕРЖАНИЕ АВТОМОБИЛЯ
за КАЖДОГО ЛИДЕРА ПЕРВОГО УРОВНЯ

* Акция. NSP Polska выплачивает премию в размере 11% в случае повышенного процента.