

nr 9/2024

# BUSINESS

## news

**Promocja Power Line!**

**Top Achiever's Club 2024**

**Fotorelacja**

**Power Meal Tour**

**Lideriady**





# FEEL NATURE'S POWER



25 gramów najwyższej  
jakości wegańskich białek  
ze zbilansowanymi  
węglowodanami  
i zdrowymi tłuszczami



Wysoka zawartość  
błonnik



Zawiera magnez,  
niacynę, ryboflawiny,  
witaminy:  
C, B5, B12, B6



Bogactwo składników  
odżywczych



# PROMOCJA POWER LINE

**SPECIAL  
OFFER**

Od października 2024 proponujemy Państwu **nowy, lepszy i korzystniejszy**  
zestaw nowości: **Power Line!**

Wypróbuj 4 najnowsze produkty firmy Nature's Sunshine z linii Power!

Kupując w zestawie oszczędzasz aż **49 PLN**.

Ale to nie wszystko...

Zamów w subskrypcji i pomnóż oszczędności!

Tylko w subskrypcji zestaw Power Line zakupisz z **16%** zniżką i oszczędzisz aż **119zł**

Dodatkowo, przy każdym zakupie zestawu Power Line otrzymasz: 2 szklane butelki z logo gratis!

Co więcej, zestaw Power Line posiada wartość aż **125 punktów!**

To idealny zestaw do rozwoju Twojego biznesu - porozmawiaj o tym ze swoim Dyrektorem!

## FEEL NATURE'S POWER







# POWER MEAL TOUR

Za nami połowa spotkań na trasie Power Meal Tour! Atmosfera na każdym spotkaniu była niesamowita, a Państwa energia i zaangażowanie są dla nas bardzo cenne. Mamy nadzieję, że uzbrojeni w potężną dawkę wiedzy o nowym produkcie będziecie z łatwością go promować. Dziękujemy wszystkim, z którymi mieliśmy okazję już się zobaczyć i z niecierpliwością czekamy na kolejne spotkania.

Do zobaczenia na Power Meal Tour!















## POWER MEAL TOUR - ROZKŁAD JAZDY

14.09  
G. 11:00

Hotel 4 Pory Roku  
ul. Rzeszowska 150  
**Głogów Małopolski**

2.10  
G. 19:00

Restauracja Ambrozja,  
ul. Zuzanny Morawskiej 19  
**Mława**

17.09  
G. 18:00

ul. Kolbe 76,  
Hotel Atena  
**Ciechanów**

3.10  
G. 18:00

Hotel Elba  
Al. Wojska Polskiego 30,  
**Ostrołęka**

18.09  
G. 18:00

AQUAPARK  
ul. J.P.II 7  
**Suwałki**

8.10

**Piotrków Trybunalski**

19.09  
G. 16:30

Vilkaviškio vaikų ir  
jaunimo centras  
Vytauto 26  
**Litwa**

9.10  
G. 15:30

Starostwo Powiatowe  
Kostki 5, II piętro,  
s.201, **Przasnysz**

19.09  
G. 20:00

Laukų g.10, Bagrėno  
km. Prienų raj  
**Litwa**

15.10

**Łódź**

23.09  
G. 18:00

Zajazd Parkosz  
Parkosz 20A  
**Parkosz**

17.10  
G. 17:30

Hotel Villa Pallas  
ul. Żołnierska 4  
**Olsztyn**

24.09  
G. 18:00

Bulwary  
Rzeczna 8  
**Mielec**

23.10  
G. 17:00

Sala Mediolan  
ul. Sułkowskiego 46  
**Leszno**

25.09  
G. 17:00

Hotel Pod Dębem  
Marusarz 9b  
**Tarnów**

25.10  
G. 18:00

Klub Mieszkańców  
Chomiczówki  
ul. Nerudy 1, p. 1  
**Warszawa**

31.10, G.18:00

POWER MEAL TOUR FINAL, OLKUSKA 7, WARSZAWA





## ŚNIADANIE PRASOWE

W ramach naszej działalności PR dnia 17 września zorganizowaliśmy w naszym sklepie w Warszawie śniadanie prasowe, na którym zaprezentowaliśmy produkty Nature's Sunshine przedstawicielom największych wydawnictw prasowych w Polsce. Spotkanie miało na celu nie tylko promocję naszych bestsellerowych suplementów, ale także budowanie długotrwałych relacji z mediami, co jest elementem naszej strategii komunikacyjnej.

Podczas wydarzenia uczestnicy mieli okazję bliżej poznać historię firmy Nature's Sunshine – lidera w dziedzinie naturalnych suplementów diety, który od lat dostarcza innowacyjne i wysokiej jakości produkty na rynek. Omówiliśmy naszą misję, wartości oraz kluczowe osiągnięcia, które przyczyniły się do globalnego sukcesu marki.

Przedstawiliśmy także nasze bestsellery oraz nowości, przeprowadziliśmy degustację produktu Power Meal, podkreślając unikalne składniki oraz korzyści zdrowotne, które wspierają codzienne funkcjonowanie organizmu. Dzięki temu wydarzeniu mieliśmy szansę budować świadomość marki Nature's Sunshine, jednocześnie tworząc solidną bazę relacji z dziennikarzami, co ma na celu przyszłe wsparcie medialne i poszerzanie zasięgu naszych działań.





Strategia wprowadzenia na rynek produktu Power Meal zakładała nie tylko Power Meal Tour oraz śniadanie prasowe, ale także reklamę prasową. Pojawiliśmy się w tygodniku Newsweek oraz w luksusowych miesięcznikach lifestylowych: Zwierciadło i Wysokich Obcasach. Nasze działania zahaczyły także o digital: na vogue.pl jest artykuł o naszym produkcie.

Reklamy budują świadomość marki. Dlaczego jest to tak ważne?

W dynamicznie rozwijającym się sektorze zdrowia i wellness, budowanie świadomości marki jest kluczowym elementem sukcesu, zwłaszcza na polskim rynku suplementów diety. Dlaczego?

### 1. Zwiększona konkurencja na rynku

Rynek suplementów diety w Polsce jest bardzo konkurencyjny, z dużą liczbą firm oferujących podobne produkty. W takim środowisku, tylko marki, które są rozpoznawalne i budzą zaufanie, mają szansę wyróżnić się i przyciągnąć lojalnych klientów. Budowanie świadomości marki pozwala stworzyć wizerunek firmy, który wyraźnie odróżnia ją od konkurencji.

### 2. Zaufanie konsumentów

Suplementy diety są bezpośrednio związane z ludzkim zdrowiem, dlatego zaufanie do marki jest kluczowe. Konsumenti szukają produktów, które są bezpieczne, skuteczne i sprawdzone. Silna świadomość marki wspierana kampaniami edukacyjnymi, certyfikatami jakości i transparentnością w procesach produkcyjnych buduje zaufanie klientów i zmniejsza ich wahanie przed zakupem.

### 3. Edukacja konsumentów

Polski rynek suplementów diety wciąż rośnie, a wielu konsumentów dopiero zaczyna świadomie podchodzić do suplementacji. Budowanie świadomości marki to również okazja do edukacji klientów na temat korzyści, jakie przynoszą konkretne suplementy, i dlaczego warto je stosować. Informowanie o odpowiedzialnym stosowaniu suplementów oraz o ich roli w zdrowym stylu życia może przyciągnąć klientów, którzy szukają rzetelnych i profesjonalnych informacji.

### 4. Budowanie lojalności klientów

Silna świadomość marki prowadzi do większej lojalności klientów. Kiedy konsumenci mają pozytywne doświadczenia z marką, są bardziej skłonni do ponownych zakupów i polecenia jej innym. Regularne inwestowanie w budowanie świadomości marki, np. poprzez aktywność w mediach społecznościowych, reklamę prasową i kampanie marketingowe, wzmacnia więź między marką a konsumentami.

W związku z tym, budowanie świadomości marki sprzedającej suplementy diety w Polsce to klucz do długoterminowego sukcesu, lojalności klientów i zbudowania trwałej pozycji na rynku.





# DR MARIUSZ BORKOWSKI

Z radością informujemy o rozpoczętej współpracy z doktorem Mariuszem Borkowskim, który będzie nas wspierał i promował markę Nature's Sunshine. Rozpoczęliśmy m.in. nagrania filmów produktowych a w kwartalniku "Bądź Zdrow" będą dostępne artykuły autorstwa doktora Borkowskiego.

Poniżej przedstawiamy bliżej sylwetkę doktora Borkowskiego.

Lekarz, absolwent II Wydziału Lekarskiego Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego; certyfikowany lekarz medycyny estetycznej, który dyplom uzyskał w Centrum Kształcenia Podyplomowego WUM. Ukończył liczne staże i kursy z dziedziny medycyny estetycznej i regeneracyjnej, m. in. w American Academy od Aesthetic Medicine.

Międzynarodowy trener lekarzy z procedury laserowego liftingu twarzy i ciała – endolift. Członek Polskiego Towarzystwa Medycyny Estetycznej i Antyaging. Specjalista leczenia otyłości (obesitolog). Wpisany na listę certyfikowanych lekarzy Polskiego Towarzystwa Badań nad Otyłością. Zarejestrowany lekarz brytyjski w General Medical Council.

Stopień naukowy doktora obronił w grudniu 2020 r. na Śląskim Uniwersytecie Medycznym, a tematem jego pracy było „badanie skuteczności telemedycznego wspomagania terapii podtrzymującej pacjentów ze schizofrenią w stanie remisji”.

Od 1997r. w branży farmaceutycznej – współpracował między innymi z takimi firmami jak: Bioton, Adamed, Sanofi i TZF Polfa, kolejno przechodząc przez poszczególne stopnie kariery: od przedstawiciela farmaceutycznego do dyrektora ds. marketingu.

W Parlamencie Europejskim był prelegentem na sesji poświęconej telemedycynie (2016).

Pierwszy polski wykładowca na Kongresie EyeforPharma w Berlinie 2006.

Wielokrotny prelegent i prowadzący branżowych wydarzeń w Polsce i za granicą, m. in. na Blue Business Media, Brave czy Medmeetstech.

Współtwórca pierwszej certyfikowanej Przychodni Telemedycznej.

Uznaje, że nowe technologie dają w medycynie nie tylko szansę na przeprowadzenie efektywnych zabiegów, ale i zaplanowanie działań prewencyjnych. Przy pracy ze swoimi Pacjentami zawsze wybiega kilka kroków naprzód, myśląc o ich przyszłości. Dzieli się swoim doświadczeniem oraz aktywnie pomaga stowarzyszeniom pacjentów w ich codziennych zmaganiach. Za swą działalność trzykrotnie odznaczony przez Prezydentów Rzeczypospolitej Polskiej Krzyżami Zasługi - brązowym, srebrnym i złotym.

Prywatnie miłośnik biegania (przebiegł maraton nowojorski) i kalisteniki.

W wolnym czasie podróżuje, interesuje się sztuką nowoczesną, malarstwem współczesnym, teatrem i muzyką elektroniczną.

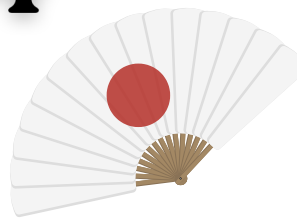
Członek Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych. Autor podcastów „Medycynie estetycznie” dostępnych na popularnych platformach: YouTube, Spotify, Apple Podcasts.







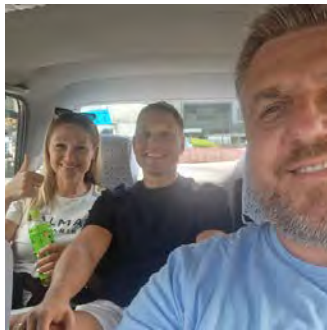
# TOP ACHIEVER'S CLUB JAPONIA 2024















## Lideriada

W Hotelu Jan Sander w Aleksandrowie Łódzkim miało miejsce szkolenie biznesowo-produktowe, zorganizowane przez Dyrektorów - Menedżerów Teodora i Jolantę Małek. W szkoleniu wzięło udział 60 osób, w tym Dyktorzy: Barbara i Marek Wierbiłowicz, Karol Stemplewski i Marcin Sacharczuk.

Gratulujemy serdecznie i zapraszamy do obejrzenia fotorelacji!





**W dniach 13-15 marca 2024 r. w Rucianem-Nidzie w Hotelu Nidzkim odbyła się Lideriada CRD - Pelagii i Mariana Pietkiewicz, w której uczestniczyło 110 osób. Zapraszamy do przeczytania relacji oraz obejrzenia zdjęć z tego wydarzenia!**

Lideriada to różnorodne szkolenia, które stanowiły bezcenną dawkę wiedzy dla wszystkich uczestników. Prelegenci przygotowali bardzo inspirujące tematy swoich wykładów:

- Recepty na zdrowie i urodę. Zadbaj o zdrowie swoje i bliskich świadomie. Poznaj skuteczność ziół naturalnych.
- W 4-7 lat zbuduj własną niezależność i miej życie dla siebie
- 7-Letni Uniwersytet Biznesu i Sukcesu
- Dyrektor Asystent - Patrycja Sułyk: „Odrobaczenie i odporność organizmu”
- Lider Menadżer - Agnieszka Cieślak: „Wystartuj swój biznes - 1-sze kroki”
- CRD -Marian Pietkiewicz: „Decyzja = Sukces”

- Patrycja Sułyk i Krzysztof Kaliszewski temat : „W 1 rok Dyrektor - Porady Biznesowe”
- Dyrektorzy Asystenci Artur i Marta Sakowscy temat: „Mocny duet, mocny zespół”
- Lider Konsultant - Joanna Kosek : „Motywacja. Nakręcenie. Fazy cykliów Energetycznych”
- Dyrektor Asystent - Krzysztof Pietkiewicz: „ Jak odnaleźć siebie w NSP”

Nie tylko edukacja była w tym dniu priorytetem - odbyła się również przepiękna uroczysta kolacja z zabawą taneczną.

Taką imprezę trzeba po prostu przeżyć!

Trzeci dzień był nagrodą za wysiłek: pełen odpoczynek i ładowanie baterii. Piękny rejs statkiem po jeziorach mazurskich, gdzie można było wymieniać swoje doświadczenia, rozmowy, integracja.

Wspaniały czas. Wspaniała Nauka. Wspaniały relaks.

Grupa zmotywowana, z niesamowicie pozytywną postawą, chętna do działań, czeka na kolejną Lideriadę. Do zobaczenia w grudniu.





# SOCIAL MEDIA BEZ TAJEMNIC

Dziś zajmiemy się tematem algorytmów w social mediach i opiszemy, jak działają.

Algorytmy to serce każdej platformy społecznościowej. To dzięki nim użytkownicy widzą konkretne treści w swoich feedach, a firmy i influencerzy mogą docierać do szerokiego grona odbiorców. Ale czym właściwie są algorytmy, jak działają i co decyduje o tym, jakie posty widzimy na swoich ekranach?

## Czym jest algorytm?

Algorytm to zestaw reguł i instrukcji, które określają sposób wykonywania określonego zadania. W kontekście social media algorytmy decydują o tym, jakie treści są pokazywane użytkownikom na podstawie ich zachowań, interakcji i preferencji. To skomplikowane systemy matematyczne, które analizują ogromne ilości danych – od polubień i komentarzy po czas spędzony na oglądaniu danego posta.

## Jak działają algorytmy w mediach społecznościowych?

Każda platforma społecznościowa ma swoje unikalne algorytmy, ale wszystkie mają jeden cel: dostarczenie użytkownikowi jak najbardziej dopasowanej i angażującej treści. Oto kilka kluczowych mechanizmów, na których opierają się algorytmy w popularnych mediach społecznościowych:

### **Facebook**

Algorytm Facebooka, znany jako EdgeRank (obecnie mocno rozwinięty), opiera się na trzech głównych czynnikach:  
Powiązania użytkownika z treścią – Im częściej użytkownik wchodzi w interakcję z określoną osobą lub stroną, tym bardziej prawdopodobne, że zobaczy ich treści.

Rodzaj treści – Zdjęcia, filmy i linki mają różną wagę w algorytmie. Facebook promuje treści multimedialne, takie jak wideo, które zazwyczaj generują wyższą interakcję.

Świeżość postu – Nowe posty mają wyższą szansę na pojawienie się w feedzie, jednak starsze, ale popularne posty mogą być nadal wyświetlane.

### **Instagram**

Instagram, będący własnością Facebooka, opiera się na podobnych zasadach, ale kładzie większy nacisk na personalizację doświadczeń użytkowników. Algorytm Instagrama analizuje:

Zaangażowanie – Posty z dużą liczbą polubień i komentarzy są częściej wyświetlane, ponieważ algorytm uznaje je za interesujące.

Czas interakcji – Im dłużej oglądamy dane zdjęcie lub wideo, tym większa szansa, że zobaczymy więcej podobnych treści.

Interakcje użytkownika – Posty od osób, z którymi najczęściej wchodzimy w interakcje (polubienia, komentarze, wiadomości), są wyżej w feedzie.

### **TikTok**

Algorytm TikToka jest jednym z najbardziej zaawansowanych i dynamicznych.

Jego kluczowym elementem jest strona „Dla Ciebie”, która dostarcza treści na podstawie:

- Zachowań użytkownika – Algorytm śledzi, jak długo użytkownik ogląda film, czy go przewija, polubienia, komentarze i udostępnienia.
- Zainteresowania – Na podstawie interakcji użytkownika z określonymi kategoriami (np. humor, taniec, kulinaria), TikTok dostosowuje kolejne propozycje wideo.
- Świeżość treści – Algorytm promuje nowe treści, dając szansę na viralowość nawet użytkownikom z niewielką liczbą obserwujących.



## YouTube

YouTube również opiera się na zaawansowanych algorytmach, które decydują, jakie filmy będą rekomendowane użytkownikom. Główne czynniki to:

- Czas oglądania – filmy, które użytkownik ogląda od początku do końca, są uważane za bardziej wartościowe, co wpływa na ich wyświetlanie.
- Zaangażowanie – polubienia, komentarze i subskrypcje kanałów mają znaczenie dla algorytmu.
- Powiązania tematyczne – algorytm rekomenduje filmy na podstawie treści, które użytkownik już wcześniej oglądał i polubił.

### Czynniki wpływające na działanie algorytmów

- Zaangażowanie użytkowników

Jednym z najważniejszych wskaźników dla algorytmów jest stopień zaangażowania użytkowników. Im więcej polubień, komentarzy, udostępnień i kliknięć na dany post, tym wyżej zostanie on wyświetlony w feedach innych użytkowników. Dlatego twórcy treści starają się publikować materiały, które skłaniają do interakcji.

- Świeżość treści

Wiele platform, takich jak Twitter czy Instagram, priorytetowo traktuje nowe treści. Im bardziej aktualna treść, tym większa szansa, że zostanie ona wyświetlona. Oznacza to, że czas publikacji ma duże znaczenie.

- Personalizacja

Algorytmy personalizują doświadczenia użytkowników na podstawie ich wcześniejszych interakcji. Na przykład, jeśli często oglądasz wideo na temat fitnessu, zobaczysz więcej treści związanych z tą tematyką. Im bardziej platforma zna Twoje zainteresowania, tym bardziej precyzyjnie dostosowuje swoje rekomendacje.

- Wartość wizualna

Platformy społecznościowe, zwłaszcza te oparte na obrazie i wideo, jak Instagram czy TikTok, promują treści o wysokiej jakości wizualnej. Algorytmy faworyzują dobrze oświetlone, atrakcyjne wizualnie posty, które przyciągają wzrok użytkowników.

### Kontrowersje związane z algorytmami

Algorytmy nie są wolne od krytyki. Wiele osób zarzuca platformom, że algorytmy przyczyniają się do tworzenia tzw. bańki informacyjnej – użytkownicy widzą tylko treści zgodne z ich poglądami i zainteresowaniami, co może prowadzić do polaryzacji społecznej. Ponadto, niektórzy krytykują platformy za promowanie treści ekstremalnych lub kontrowersyjnych, które generują większe zaangażowanie, a tym samym więcej wyświetleń reklam.

Jak twórcy treści mogą dostosować się do algorytmów?

Aby osiągnąć sukces w social media, twórcy muszą zrozumieć, jak działają algorytmy i dostosować swoje strategie. Oto kilka wskazówek:

- Publikuj regularnie – świeże treści mają większą szansę na zaangażowanie.
- Zachęcaj do interakcji – pytaj użytkowników o ich opinie, organizuj konkursy i stawiaj na angażujące pytania.
- Zwróć uwagę na jakość treści – wysoka jakość wizualna i treściowa przyciąga uwagę i sprawia, że algorytmy chętniej promują posty.
- Dopasuj treść do platformy – każda platforma ma swoje unikalne preferencje i rodzaje treści, które promuje.

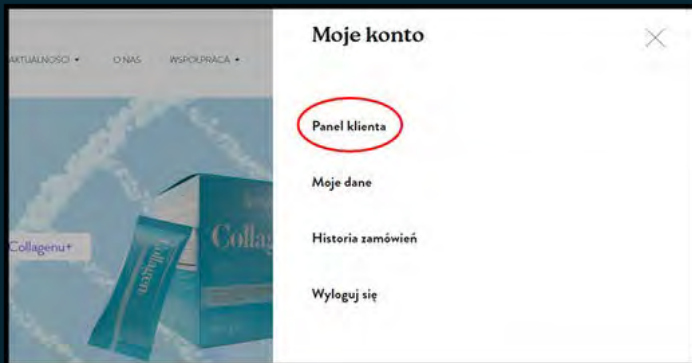
Wideo działa najlepiej na TikToku i YouTube, natomiast zdjęcia na Instagramie.

Algorytmy w mediach społecznościowych to skomplikowane narzędzia, które mają na celu dostarczenie użytkownikom najbardziej interesujących i angażujących treści. Choć mogą one pomóc w personalizacji doświadczeń, mają także swoje ciemne strony, związane z bańkami informacyjnymi i promowaniem kontrowersyjnych treści.

Zrozumienie, jak działają algorytmy, może pomóc zarówno użytkownikom, jak i twórcom w efektywnym korzystaniu z social media.

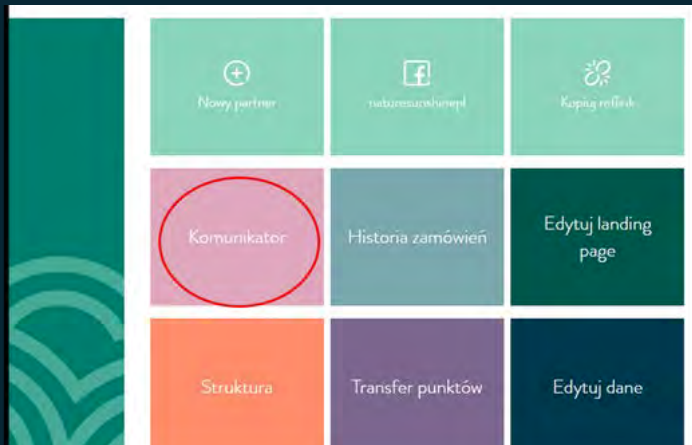


# KOMUNIKATOR



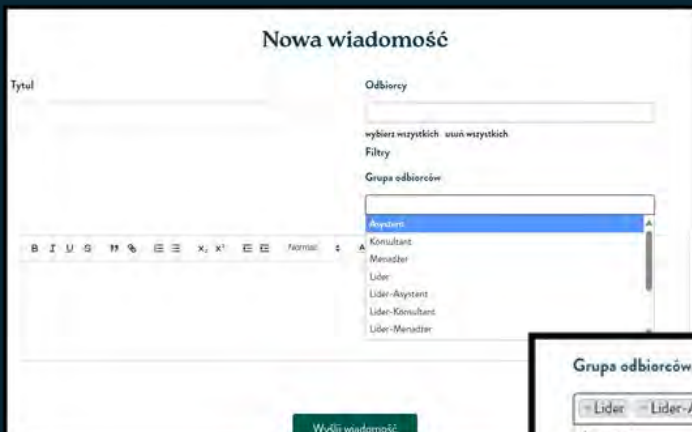
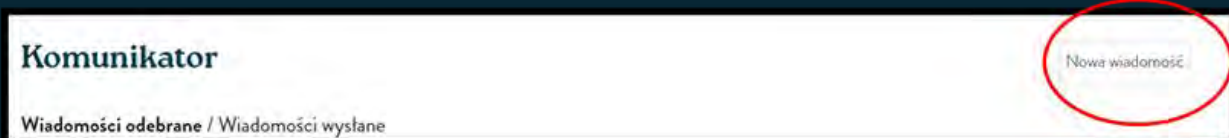
Poniżej przedstawiamy instrukcję korzystania z komunikatora - narzędzia, które ma ułatwić komunikację w Państwa strukturach. Zapraszamy do korzystania!

1. Logujemy się na stronie [e-naturessunshine.com](http://e-naturessunshine.com) i wchodzimy w Panel klienta



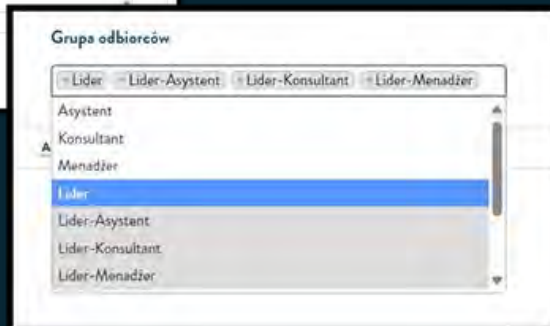
2. Klikamy w kafelkę: Komunikator

3. Dodajemy Nową wiadomość



4. Wpisujemy tytuł, treść wiadomości a w grupie odbiorców możemy zaznaczyć, dla kogo jest ona przeznaczona.

UWAGA! W grupie odbiorców może znaleźć się kilka statusów!



Gdy otrzymamy nową wiadomość na kafelku Komunikator wyświetli się powiadomienie (punkt 2).

**UWAGA!** Komunikator służy do przesyłania jednostronnego powiadomienia do swojej struktury. Wiadomości można wysyłać do wszystkich dystrybutorów ze struktury niezależnie od statusu, jak również do pojedynczej osoby.



# AWANSE

## SIERPIEŃ 2024

### Liderzy - Menadżerowie

Aneta i Robert Piekarscy

### Liderzy - Konsultanci

Krzysztof Szostak, Alina Susko, Juergen Galuch, Przemysław Mrozek

### Liderzy - Asystenci

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

### Liderzy

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 Szwarczewicz, 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

### Menadżerowie

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

### Konsultanci

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 Slapkauskienė, Zinaida Narušienė, Tatjana Slavgorodska, Helena i Barbara Lasockie, Maria Wołosiewicz, Lilla Witasia, Charalampos Michos, Ewa Kujaw, Anastasia Legrand, Olha Martynchuk, Oksandr 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 Przytułska, 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 Grześkiewicz, 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







# PLAN MARKETINGOWY

PO - Punkty Osobiste = minimum 30; 1 PO = 5,94; PG - Punkty Grupowe; PG Ldr z 7 poz.

CZŁONEK RADY  
DYREKTORÓW

20 Liderów  
na 1. poziomie

STATUS	PO	PG	PG Ldr z 7 poz.
Konsultant .....	od 30 .....	od 150 .....	
Menadżer .....	od 30 .....	od 400 .....	
Lider .....	od 30 .....	od 500 / 1000 .....	
Lider-Asystent .....	od 30 .....	od 500 / 1000 / 1500 .....	
Lider-Konsultant .....	od 30 .....	od 500 / 900 / 1500 .....	
Lider-Menadżer .....	od 30 .....	od 500 / 1500 .....	10 000
Dyrektor-Asystent .....	od 30 .....	od 400 .....	30 000
Dyrektor-Konsultant .....	od 30 .....	od 300 .....	60 000
Dyrektor-Menadżer .....	od 30 .....	od 200 .....	120 000
Członek Rady Dyrektorów .....	od 30 .....	od 100 .....	250 000

DYREKTOR  
MENADŻER

15 Liderów  
na 1. poziomie

DYREKTOR  
KONSULTANT

10 Liderów  
na 1. poziomie

DYREKTOR  
ASYSTENT

7 Liderów  
na 1. poziomie

LIDER  
MENADŻER

5 Liderów  
na 1. poziomie

LIDER  
KONSULTANT

3 Liderów  
na 1. poziomie

LIDER  
ASYSTENT

1 Lider  
na 1. poziomie

LIDER

MENADŻER

KONSULTANT

ASYSTENT

5%  
od PO

10%  
od PO

5/10%  
od Asystentów

15/20%  
od PO

5/10%  
od Konsultantów

10/15%  
od Asystentów

20/30%  
od PO

5%  
od Menadżerów

10/15%  
od Konsultantów

15/20%  
od Asystentów

20/30%  
od PO

8/10%\*  
1 poziom

6/8%  
2 poziom

4/5%  
3 poziom

20/30%  
od PO

8/10%\*  
1 poziom

6/8%  
2 poziom

4/5%  
3 poziom

2%  
4 poziom

20%  
od PO

8/9%  
1 poziom

6/7%  
2 poziom

4%  
3 poziom

2%  
4 poziom

2%  
5 poziom

20%  
od PO

8/9%  
1 poziom

6/7%  
2 poziom

4%  
3 poziom

2%  
4 poziom

2%  
5 poziom

2%  
6 poziom

1%  
7 poziom

20%  
od PO

8/9%  
1 poziom

6/7%  
2 poziom

4%  
3 poziom

2%  
4 poziom

2%  
5 poziom

2%  
6 poziom

1%  
7 poziom

20%  
od PO

8/9%  
1 poziom

6/7%  
2 poziom

4%  
3 poziom

2%  
4 poziom

2%  
5 poziom

2%  
6 poziom

1%  
7 poziom

2 miesiące x 150 PG  
500 SPG

3 miesiące x 400 PG  
3000 SPG

3000 SPG  
w pierwszych 2 msc.  
3 miesiące x 800 PG  
2 miesiące x 1500 PG  
6000 SPG

PREMIA  
ORGANIZACYJNA

PREMIA NA UTRZYMANIE SAMOCHODU  
ZA KAŻDEGO LIDERA NA PIERWSZYM POZIOMIE

15 USD

20 USD

25 USD

30 USD

\* Promocja. NSP Polska w przypadku podwyższonego procentu wypłaca 11% premii.