

# Forever Living și boom-ul selecției

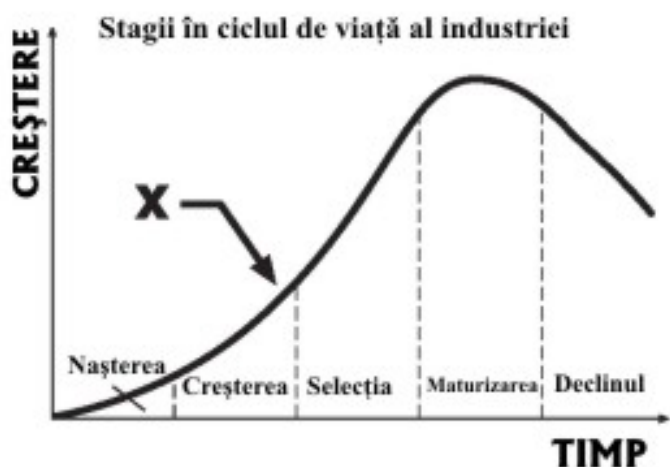
## Va reuși Forever Living să se impună în noul boom al marketingului în rețea din Marea Britanie?

Stadiul „**Selecția**” din ciclul de viață al unei industrii apare atunci când se fac averile. Este stadiul de dezvoltare care urmează stadiul antreprenorial de „Creștere” sălbatică a unei industrii noi, de pionierat. Este stadiul în care firme ca Nokia, Microsoft, Vodafone, Dell, Body Shop și Google au devenit celebre, când creșterea și profiturile extraordinare au creat venituri extraordinare, când patronii și conducătorii companiilor s-au îmbogățit.

Dacă o industrie este condusă de tendințe majore, atunci ciclul de viață al industriei este cel care oferă răspunsul la întrebarea: „*Când ar trebui să mă implic într-o industrie?*”

Implicarea într-o industrie în stadiul de „Naștere” sau „Creștere” oferă cel mai mare potențial de creștere /dezvoltare, TOTUȘI există șanse de 99% ca afacerea în care v-ați implicat să dea greș.

Cel mai bun moment să vă implicați într-o industrie este stadiul **Selecția** [punctul X], când concepția afacerii este dovedită și piețele au fost create. Este momentul când companiile puternice își întăresc afacerile și vânzările explodează.



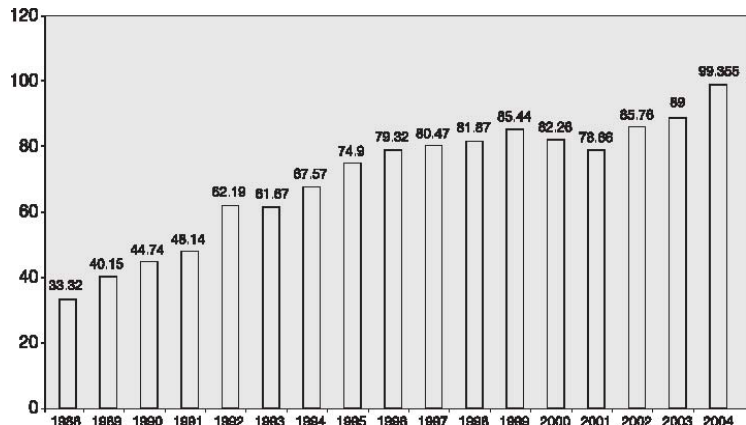
### Marketingul în rețea

După boom-ul înregistrat de Stadiul de Creștere în 100 țări de pionierat, care a dus la vânzări în valoare de 50 miliarde de lire sterline, activitatea de marketing în rețea / vânzări directe s-a schimbat fundamental și a intrat în prezent în Stadiul de Selecție după Creștere.

În ultimii 20 de ani din stadiul său de Creștere, toate țările au primit cu brațele deschise aproape fiecare produs și concept de plan de marketing inițiat. Rata crescută a eșecurilor în Stadiul de Creștere a arătat că marketingul în rețea a atras o imagine publică negativă.

După recentul boom în Network Marketing, unii se întreabă dacă oportunitățile de creștere s-au terminat. Celor care au avut o experiență negativă sau cunosc pe alții care nu au reușit le este greu să creadă că industria ar putea înregistra un nou boom. Aceste persoane vor pierde o oportunitate financiară majoră.

Graficul WFDSA referitor la vânzările globale în dolari SUA [la dreapta] pune clar în evidență boom-ul la nivel mondial, perioada de reorientare a industriei și noul boom care are loc în prezent – o creștere de 30% în doar 3 ani. Ceea ce nu se arată este faptul că fiecare țară se dezvoltă!



O evoluție semnificativă este faptul că această creștere este condusă de companiile mari, mai degrabă decât de companiile noi. Se crede că motivul principal este acela că rata crescută a eșecurilor înregistrate de noile companii în Stadiul de Creștere înseamnă că persoanele din conducerea rețelei, factori-cheie ai creșterii, sunt interesați numai de companiile puternice, de succes.

Noul boom din stadiul **Selectie** înseamnă că Network Marketing este „**Locul potrivit în momentul potrivit**”. Este momentul perfect să vă implicați în această industrie. Sfatul nostru este însă să vă implicați într-o companie puternică.

Noul boom din stadiul **Selectie** înseamnă că Network Marketing este „**Locul potrivit în momentul potrivit**”. Este momentul perfect să vă implicați în această industrie. Sfatul nostru este însă să vă implicați într-o companie puternică.

## Forever Living

Forever Living este unul dintre liderii globali în Network Marketing, cu vânzări de peste 1 miliard de lire sterline. A cunoscut o creștere rapidă la nivel mondial din patru motive principale:

1. Sectorul sănătății tractului gastrointestinal este în plină dezvoltare și Aloe Vera s-a dovedit a fi cel mai eficient aliment care oferă echilibru „burții”. Forever Living este liderul mondial în producerea Aloe-ului de calitate.
2. Oportunitatea de vânzări cu amănuntul a produselor Forever Living, datorită poziției de lider mondial a acestei companii, oferă o oportunitate puternică de venituri pentru vânzătorii cu amănuntul.
3. Forever Living a dovedit lumii întregi oportunitatea de înaltă clasă de a atrage și a motiva conducători de rețea. Veniturile lor se construiesc printr-o bază solidă de vânzări către clienți, iar compania le oferă un pachet de comisioane importante, mașină de serviciu, stimulente incredibile pentru călătorii și o parte din profit. De aceea, compania și-a păstrat în mare parte liderii, conducătorii de rețea.
4. Conducerea FLP a continuat să inoveze în stimularea managerilor pentru a-și păstra conducătorii de rețea la nivel global.

Pentru aceste motive, putem prevedea cu încredere că Forever Living va fi una dintre companiile care vor conduce boom-ul în stadiul de **Selectie**. Este posibil ca **vânzările globale să depășească 5 miliarde de lire sterline** sau 7,5 miliarde de dolari SUA.

## Selectia

Edward Ludbrook a lansat recent cartea sa „**Selectia!** – **Marea Panoramă a noului BOOM de creștere a industriei Network Marketing**”, ca urmare a succesului internațional al cărții „Marea Panoramă” din 1996.

Cartea va fi publicată în limba română de **Editura Digital Data Cluj**.



*Lubbrook Research Company (LRI) este o companie strategică orientată spre industria de vânzări directe. Edward Ludbrook este o recunoscut în lume ca o autoritate în materie de Network Marketing și Network Leadership, acționând neutru față de jucătorii industriei. LRI și Edward Ludbrook nu sunt implicați financiar în FLP, iar pentru prezentul raport nu a fost plătit nici de companie și nici de liderii ei.*