

Amagram

MAGAZYN DLA PRZEDSIĘBIORCÓW AMWAY
I STAŁYCH KLIENTÓW PLUS

Kwiecień 09

PRESTIŻOWA PIELEGNACJA SKÓRY
SYGNOWANA MARKĄ ARTISTRY™

SPÓJRZ DOKŁADNIEJ, BY ODKRYĆ WIĘCEJ





WIOSENNE OSZCZĘDNOŚCI RABAT 25%*

Mydło do rąk w płynie z serii BODY SERIES™ pomoże Twoim klientom zachować prawidłową higienę i utrzymać właściwy poziom nawilżenia skóry rąk. Jest ono dostępne w opakowaniach w dwóch rozmiarach:

- butelka 250 ml będzie wyglądać dobrze w domu – w każdej łazience lub kuchni;
 - mydło z praktycznego, 1-litrowego opakowania zapasowego służy do 4-krotnego uzupełnienia butelki 250 ml.
- W składzie mydła znajduje się PLANTAREN™† – pochodna kukurydzy i kokosa, która skutecznie, lecz delikatnie myje skórę rąk.

W promocyjnej sprzedaży:

DISH DROPST™ Płyn do zmywania naczyń – koncentrat
Nr kat. 0228 – 1 litr

PURSUE™ Płyn z kwasem organicznym do czyszczenia toalet
Nr kat. 3951 – 750 ml

L.O.C.™ Plus Emulsja do czyszczenia ogólnego
Nr kat. 0951 – 500 ml

L.O.C. Plus Pasta do czyszczenia metali
Nr kat. 0094 – 200 ml

L.O.C. Plus Glass Cleaner Płyn do czyszczenia szkła
Nr kat. 7485 – 500 ml

SA8™ Delicate Płyn do prania delikatnych tkanin

Nr kat. 3272 – 1 litr

BODY SERIES™ Emulsja nawilżająca do rąk i ciała
Nr kat. 2175 – 400 ml

BODY SERIES Odświeżający żel do kąpieli
Nr kat. 2162 – 400 ml

BODY SERIES Odświeżający żel do kąpieli (zapas)
Nr kat. 2163 – 1 litr

†Znak towarowy Cognis Deutschland GmbH & Co. KG

* WP i WO również obniżone.

Oferta ważna do 31 grudnia 2009 r.

Proponujemy ulotkę opisującą wszystkie produkty promocyjne wraz z promocyjnymi cenami.

Nr kat. 233137 1 op./10 szt.



BODY SERIES™

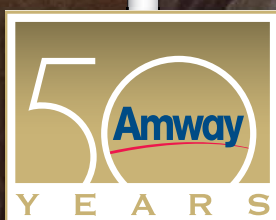




Steve Van Andel
Prezes



Doug DeVos
Prezydent



Obietnica partnerstwa

Pięćdziesiąt lat temu nasi ojcowie założyli niewielką firmę. Z biegiem lat, gdy firma Amway rosła w siłę i otwierała się na rynkach całego świata, kilka rzeczy pozostało bez zmian – wzajemne zaufanie, szacunek oraz niesamowity duch partnerstwa. Ideały te przetrwały od pierwszego dnia funkcjonowania firmy, ponieważ miały źródło w przyjaźni naszych ojców.

Ze względu na fakt, że jesteś częścią biznesu Amway, odgrywasz w nim bardzo ważną rolę. Kiedy o tym pomyślisz, zrozumiesz, że każdy z nas ma rolę do odegrania. Wszyscy jesteśmy liderami.

Pełniąc te funkcje, tworzymy związki oparte na partnerstwie. A związki te mogą przeradzać się w trwające całe życie przyjaźnie. Tak samo jak przyjaźń, której owocem stał się ten biznes.

Dlatego też przyjaźń i partnerstwo od zawsze stanowią priorytety tego biznesu. Na nich opiera się nasza obecna działalność – jesteśmy wiodącą w świecie firmą oferującą możliwości biznesowe, która nie zapomniała o swoich korzeniach. Zdajemy sobie sprawę, że siła tego biznesu tkwi w więzi, którą stworzyło dwóch przyjaciół pięćdziesiąt lat temu.

To właśnie obietnica partnerstwa umacnia firmę Amway każdego dnia.



Spis treści

Informacje

- 6 Dziecięca przyszłość pełna marzeń
- 7 50-lecie Amway
- 12 Moja historia sukcesu z PKW
- 18 Asafa Powell
- 21 Dlaczego NUTRILITE™?
- 22 Wspólnie budujemy klinikę „Budzik”
- 23 Diamenty Amway Polska dzieciom
- 26 Nowy „NETWORK MAGAZYN”
- 28 ARTISTRY Creme LuXury



Produkty

- 5 Znaczek Alex – wsparcie dla UNICEF
- 10 ARTISTRY™
- 11 ARTISTRY essentials
- 14 Kolekcja NATURALE INSPIRATION
- 16 SATINIQUE™ Wiosenne fale
- 17 E. FUNKHOUSER™ NEW YORK
- 18 SA8™ TRI-ZYME™
- 19 DLA DOMU, ZDROWIE, URODA – informatory o produktach
- 27 GLISTER™



Informacje biznesowe

- 4 Czy chciałbyś zdobyć coś ekstra
- 5 Nasi liderzy
- 20 Konferencja Diamentowych Przedsiębiorców Amway
- 24 Promocja Osobistych Obrotów

Czy chciałbyś zdobyć coś ekstra?

Znajdujemy się w trzecim kwartale roku finansowego 2008/2009; mamy nadzieję, że jesteś na dobrej drodze do zdobycia dodatkowej premii / upustu dla swojego biznesu.

Promocja Osobistych Obrotów nagradza Twoje umiejętności na polu sprzedaży detalicznej i osiągania stałego poziomu miesięcznej sprzedaży. Pamiętaj! Wspólna praca z Twoją własną grupą (lub grupami) pozwoli jej również wykorzystać tę możliwość!

Przedsiębiorcy Amway mogą uzyskać premię o równowartości **30 euro**, osiągając WP w wysokości **200 lub więcej**.

Stali Klienci Plus mogą otrzymać upust o równowartości **10 euro**, osiągając WP w wysokości **100 lub więcej**.

Już teraz przejrzyj broszury o produktach i rozpocznij sprzedaż!

Więcej informacji na temat zasad niniejszego programu motywującego znajdziesz w materiałach SIP, u Twojego Platynowego Przedsiębiorcy z górnej linii rekomendacji lub w lokalnym biurze Amway. Szczegóły znajdziesz również na stronie internetowej firmy Amway.

W magazynie Amagram wymienione zostaną nazwiska:

- Stałych Klientów Plus, którzy po raz pierwszy otrzymają upust o równowartości 10 euro.
- Przedsiębiorców Amway, którzy po raz pierwszy otrzymają premię o równowartości 30 euro.
- Przedsiębiorców Amway lub Klientów Plus, których Osobista WP wynosić będzie minimum 100 lub 200 WP (w zależności od rodzaju umowy), w każdym miesiącu od września 2008 roku do sierpnia 2009 roku.

Jeżeli chcesz otrzymać dodatkową premię lub upust, musisz spełnić następujące warunki:

- Jeżeli jesteś Przedsiębiorcą Amway, musisz osiągnąć minimum 200 Osobistej WP w każdym z 4 kolejnych miesięcy.
- Jeżeli jesteś Stałym Klientem Plus, musisz osiągnąć minimum 100 Osobistej WP w każdym z 4 kolejnych miesięcy.



Nowi liderzy Amway

5

NASI LIDERZY

Alina i Mirosław Czerny



NOWY
ZŁOTY
PRZEDSIĘBIORCA
AMWAY
STYCZEŃ

Wanda Kwiatkowska i Bolesław Kłuszo



NOWY
SREBRNY
PRZEDSIĘBIORCA
AMWAY
STYCZEŃ

18%



STYCZEŃ

Seliverstova Natalia

12%



STYCZEŃ

Popławska-Cieśla Monika
Witkowsy Agnieszka i Rafał

9%



STYCZEŃ

Kondratowicz-Trusz Roma i Trusz Piotr
Lewicka Iwona
Śmierz Halina i Andrzej
Zalewska Grażyna

Okaż swoje wsparcie organizacji UNICEF

Znacek Alex

Alex to czwarty z kolekcji znaczków dostępnych w sprzedaży w celu wsparcia projektów charytatywnych UNICEF. Kupując znaczek UNICEF, przyczyniasz się do polepszenia jakości życia dzieci pokrzywdzonych przez los. Już teraz kup znaczek, a będzie on wspaniałą pamiątką Twojego wsparcia finansowego udzielonego dzieciom w potrzebie.

Nr kat. 107069

Cena z VAT – 9,47 zł



2,5 cm wysokości



unicef



Pomóż dzieciom lepiej żyć





**BUDUJMY
RAZEM!**

unicef 

Dziecięca przyszłość pełna marzeń!



AMWAY i UNICEF:

Dwaj silni partnerzy. Program charytatywny „Brick by Brick” („Cegielka do cegielki”) tworzy zupełnie nowe perspektywy dla dzieci zamieszkałych w rejonie Anatolii.

Po pomyślnym zrealizowaniu projektów w Kenii postanowiliśmy skoncentrować swoje wysiłki na wschodniej Turcji. Cegielka do cegielki – we współpracy z organizacją UNICEF i z Twoim wsparciem będziemy budować przedszkola w rejonie Anatolii. Razem stworzymy miejsca, które wypełnione będą zabawą, śmiechem i marzeniami; miejsca dla ponad tysiąca dzieci mieszkających w jednym z najbardziej odesobnionych zakątków. Wraz z wykwalifikowanym personelem przedszkolnym i nadzorem, możemy znacząco wpłynąć na emocjonalny i społeczny rozwój tych małych dzieci. Otworzymy przed nimi nowe horyzonty, dając im podstawy przyszłej, pełnej sukcesów, edukacji. Przyszłość znajduje się w marzeniach tych dzieci. Pomóż dzieciom z Anatolii uczynić pierwszy i prawdopodobnie najważniejszy krok ku jaśniejszej przyszłości!



KREATYWNE MYŚLENIE, ZDOLNI LUDZIE i lepsze produkty.

Ponad 500 naukowców, odpowiedzialnych za opracowywanie produktów Amway w 65 laboratoriach badawczo-rozwojowych na całym świecie, od zawsze koncentrowało się na wprowadzaniu innowacji. Przykładowo, w trakcie testowania skuteczności produktów z serii ARTISTRY™ oraz stopnia, w jakim mogłyby podrażniać skórę, naukowcy korzystali z technologii stosowanych w wojskowych noktowizorach. Dlaczego używamy wszystkich możliwych metod? To proste – aby mieć pewność, że nasze produkty i pracujący dla nas ludzie zawsze wprowadzają pozytywne zmiany.

Copyright 2009, Amway Corporation, USA. Wszystkie prawa zastrzeżone.



KWIECIEŃ 09

LAT
KREOWANIA ZMIAN

Firma Amway od zawsze wyznaczała i zauważała trendy – przodując w wielu kategoriach produktowych, jak również wprowadzając zupełnie nowe produkty i preparaty.

W końcu, w 1959 roku, kiedy firma Amway rozpoczęła swoją działalność, nikt nie przewidywał popularności suplementów diety lub spersonalizowanych inicjatyw zdrowotnych. Nikt nie myślał o produktach rozjaśniających skórę; większość detergentów piorących nie zawierała biodegradowalnych powierzchniowych czynników czyszczących. Nikt nie wyobrażał sobie domowych systemów uzdatniających wodę i powietrze.

POPRZEZ INNOWACJE ZAINSPIROWANE NAUKOWYMI ROZWIĄZANIAMI.

Innowacja równa się sukces

Marki NUTRILITE i ARTISTRY są rozpoznawane na całym świecie ze względu na nowe standardy, które wyznaczają na polu naukowych innowacji.

- NUTRILITE to wiodąca w świecie* marka witamin, minerałów oraz suplementów diety.
- * Na podstawie badań poziomu sprzedaży w 2007 roku, przeprowadzonych przez Euromonitor.
- Marka ARTISTRY znajduje się wśród pięciu najlepiej sprzedających się prestiżowych marek kosmetyków pielęgnacyjnych i kolorowych na świecie*.
- * Na podstawie badań globalnej sprzedaży detalicznej w 2007 roku, przeprowadzonych przez Euromonitor.
- Naukowcy i badacze, którzy opracowują produkty z serii ARTISTRY, to eksperci w dziedzinie technologii i nauki związanej z problematyką skóry. Jako eksperci tworzą innowacyjne, zaawansowane rozwiązania pielęgnacyjne.

Te innowacyjne produkty zostały stworzone dzięki wizji współzałożycieli naszej firmy – Richa DeVosa i Jaya Van Andela – przy wykorzystaniu pomysłowości naukowców i badaczy, którzy opracowywali produkty Amway.

Pierwszy produkt stworzony przez firmę Amway – L.O.C.™ (Liquid Organic Cleaner – organiczny płyn czyszczący) całkowicie zrewolucjonizował rynek. Był jednym z pierwszych biodegradowalnych, uniwersalnych środków czyszczących, jakie kiedykolwiek wyprodukowano – stał się prawdziwym hitem sprzedażowym, ponieważ naprawdę był – i nadal jest – skuteczny.

Po uniwersalnym płynie czyszczącym L.O.C. na rynek wprowadzono proszek do prania z serii SA8™ i płyn do zmywania naczyń z serii DISH DROPS™. Produkty te do dzisiaj znajdują się na liście najlepiej sprzedających się produktów Amway, ponieważ nasi klienci doceniają ekologiczne preparaty czyszczące dla domu, które przyczyniają się do zachowania czystego środowiska naturalnego.

Naukowcy pracujący dla firmy Amway dzień po dniu dokonują odkryć w wielu dziedzinach. Na rynku suplementów diety pojawiają się nowe trendy dzięki produktom z serii NUTRILITE™, a na polu pielęgnacji skóry, dzięki zaawansowanym technologicznie produktom ARTISTRY™ wyznaczane są nowe standardy.

Teraz nowe pokolenie przywódców firmy Amway, dowodzonych przez Douga DeVosa i Steve'a Van Andela – kontynuuje tradycję innowacji. Razem z nimi będziemy odpowiedzialni za wprowadzenie biznesu Amway do przyszłości, ponieważ budujemy na tradycji i spuściznie założycieli firmy.

1959

1969

1979

1989

1999

2009





ARTISTRY™ essentials

Skóra każdej z nas jest unikalna, unikalna jest też jej pielęgnacja.

System kosmetyków do podstawowej pielęgnacji skóry oraz specjalne kuracje, które spełnią codzienne wymagania Twoich klientek.

- Dziesiątki lat badań zaowocowały stworzeniem zestawu kosmetyków pielęgnacyjnych, na których stosowanie potrzebujesz zaledwie trzech minut dziennie.
- Kosmetyki z serii ARTISTRY essentials zawierają drogocenne składniki pochodzenia roślinnego, które pielęgnują skórę w sposób charakterystyczny jedynie dla naturalnych składników.
- Nie podrażniają skóry i dostarczają jej wszystkich składników niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania.



ARTISTRY™ TIME DEFIANCE

Teraz Ty – a nie czas – masz wpływ na kondycję swojej skóry.

W trakcie tworzenia produktów z serii TIME DEFIANCE™ wykorzystano najnowocześniejszą technologię przeciwstarzeniową linii ARTISTRY, dzięki której możliwe jest przywrócenie młodzieńczego blasku skóry dojrzałej.

- Innowacyjne formuły, które pomagają zachować młodzieńczy wygląd skóry.
- Rozwiązania, które wykraczają daleko poza tradycyjne metody walki z oznakami upływu czasu. Derma Cell Exchange pomaga w odnowie systemu komunikacji międzykomórkowej.
- Nowoczesne produkty przeznaczone dla kobiet, które potrafią świadomie kierować swoim życiem.



ARTISTRY™ CREME LUXURY

Doświadcz prawdy przemiany.

Creme LuXury z serii ARTISTRY™ to wysoce efektywne rozwiązanie dla kobiet szukających jednego preparatu odmładzającego.

- Klinicznie przebadany krem sprawi, że Twoja skóra będzie zachowywać się niczym skóra osoby o 15 lat młodszej.
- Stworzony na bazie najnowocześniejszych osiągnięć naukowych i technologicznych, jest pierwszym na rynku kosmetykiem, w którego składzie znajduje się **kardiolipina**: składnik o właściwościach energizujących, który zwalcza zewnętrzne i wewnętrzne przyczyny procesu starzenia się skóry. Unikalny produkt marki ARTISTRY.



ARTISTRY™ essentials kosmetyki dla skóry wymagającej

Każdy dzień jest inny – stwierdzenie to można odnieść do potrzeb skóry – Twojej i Twoich klientek. Dlatego możesz czasem potrzebować naszych nowych kosmetyków pielęgnacyjnych, które spełnią indywidualne wymagania skóry Twojej i Twoich klientek. Teraz kosmetyki pielęgnacyjne z serii ARTISTRY essentials odpowiadają na wszystkie Twoje pragnienia.



SPECJALNE
WYMAGANIA
SKÓRY

Czasem skóra potrzebuje dodatkowej pielęgnacji. Kosmetyki dla skóry wymagającej z serii ARTISTRY essentials rozwiązują problemy specyficzne dla skóry wrażliwej i bardzo suchej.

ARTISTRY essentials Krem łagodzący dla skóry wrażliwej

Krem łagodzący pomaga skórze zwalczać wpływ niekorzystnych czynników zewnętrznych. Bezzapachowa formuła kosmetyku wzbogacona została witaminami, które odżywiają i wzmacniają skórę, jednocześnie łagodząc zaczerwienienia i podrażnienia.

Zalecenia

Stosować rano i wieczorem lub za każdym razem, gdy podrażniona skóra potrzebuje ukojenia. Krem łagodzący dla skóry wrażliwej może być stosowany oddzielnie lub jako zamiennik kremu nawilżającego w programie pielęgnacyjnym w trzech krokach, właściwym dla Twojego typu skóry.

Nr kat. 104135 – 30 ml

Obydwa produkty można stosować do pielęgnacji skóry wrażliwej.

ARTISTRY essentials Olejek nawilżający

Unikalny, bogaty w witaminy i składniki pochodzenia naturalnego odżywczy olejek przynosi natychmiastowe ukojenie suchej skórze. Dzięki zawartości witamin olejek nawilżający z serii ARTISTRY essentials odświeża i nawilża skórę.

Zalecenia

Stosować rano i wieczorem lub gdy skóra potrzebuje dodatkowego nawilżenia. Olejek nawilżający z serii ARTISTRY essentials można stosować razem z kremem nawilżającym, kremem łagodzącym lub innym kremem z serii ARTISTRY, aby zapewnić skórze optymalny poziom nawilżenia. Olejek można również stosować w celu odświeżenia makijażu w ciągu dnia.

Nr kat. 104133 – 14,5 ml



Trzy proste kroki
do naturalnego
piękna

ARTISTRY™
essentials

Moja historia sukcesu z Programem Kontroli Wagi Amway



„Program Kontroli Wagi całkowicie odmienił moje życie!”

PLATYNOWY PRZEDSIĘBIORCA AMWAY, MICHAELA MÜLLER-MEERKATZ

„Od dzieciństwa miałam problemy z utrzymaniem prawidłowej wagi. Stosowałam różne diety i traciłam na wadze, jednak za każdym razem niechciane kilogramy powracały. Ostatecznie, drastycznie ograniczyłam liczbę przyjmowanych kalorii i żywiłam się głównie sałatą. Jednak nawet to nie pomogło mi zrzucić zbędnych kilogramów!

W marcu 2007 roku zapoznałam się z zasadami Programu Kontroli Wagi. Chciałam sama sprawdzić, czy zasady te dają się zastosować i czy można polecić program innym osobom.

Już po 2 tygodniach zobaczyłam pierwsze oznaki sukcesu i zdecydowałam się kontynuować. Korzystałam z przepisów zamieszczonych w Podręczniku i nie mogłam się doczekać, kiedy będę mogła zjeść wieczorny deser, czyli kremowy napój w proszku POSITRIM™. Nawet obliczanie jednostek żywieniowych nie było tak trudne i czasochłonne, jak początkowo myślałam”.

Prawidłowa waga ze wskaźnikiem masy ciała (BMI) o wartości 18,9

Nadwaga ze wskaźnikiem masy ciała (BMI) o wartości 26,5



Czerwiec
2007

Czerwiec
2008



Tydzień po tygodniu znikało coraz więcej kilogramów i nie musiałam ograniczać się za bardzo podczas jedzenia. Co więcej, dzięki jednostkom żywności dowolnie wybieranej, bez poczucia winy mogłam od czasu do czasu zjeść kawałek ciasta lub czekolady. W końcu rozpoczęłam ostatni etap, który koncentrował się na utrzymaniu pożądanej wagi.

Program Kontroli Wagi uświadomił mi, że jeśli chcę stracić zbędne kilogramy, muszę regularnie jeść. Nauczyłam się zasad zdrowego i, przede wszystkim, świadomego odżywiania. Korzystając ze wskazówek PKW, całkowicie zmieniłam swój sposób odżywiania. Nawet dzisiaj stosuję liczenie indywidualnych jednostek żywieniowych i dlatego nie martwię się już, że mogę odzyskać zbędne kilogramy. Program można idealnie wpasować w rozkład dnia; zaczęłam również regularnie ćwiczyć. Co więcej, każdego dnia przyjmuję suplementy diety z serii NUTRILITE, aby mieć pewność, że dostarczam swojemu organizmowi odpowiedniej ilości składników odżywczych i witamin.

Program Kontroli Wagi całkowicie zmienił moje życie i sprawił, że stałam się szczęśliwszą i bardziej zadowoloną osobą, jak również zwiększył moją pewność siebie. Czuję się po prostu świetnie.

„Nigdy przedtem nie odniosłam takiego sukcesu w trakcie stosowania diety.”



Program Kontroli Wagi może pomóc zgubić zbędne kilogramy także Tobie i Twoim klientom.

Program podzielony jest na cztery etapy; dzięki trzem zróżnicowanym modelom żywieniowym daje się stosować bardzo elastycznie i z pewnością będzie odpowiadać indywidualnym preferencjom Twoich klientów.

NUTRILITE™ POSITRIM Kremowy napój w proszku

Numery katalogowe

- 103792 – smak waniliowy
- 103793 – smak kakaowy
- 103794 – smak café au lait
- 103795 – smak truskawkowy
- 218506 – POSITRIM Mikser



NUTRILITE POSITRIM Batony proteinowe

Numery katalogowe

- 101140 – smak czekoladowo-miętowy
- 101141 – smak pomarańczowo-śmietankowy
- 102617 – smak karmelowo-waniliowy



218502 – zestaw podstawowy PKW

- 1 podręcznik PKW
- 1 mikser POSITRIM
- 1 krokomierz
- 1 DVD szkoleniowe

Więcej informacji na temat Programu Kontroli Wagi znajdziesz na stronie internetowej www.amway.pl

KOLEKCJA

ARTISTRY Naturele Inspiration

Pomadki do ust

Z przykrością informujemy, że nie mogliśmy wprowadzić do sprzedaży pomadek do ust, jako części nowej wiosennej kolekcji ARTISTRY, jak podaliśmy w poprzednim wydaniu Amagramu.

AMWAY ustanowił bardzo wysokie standardy dla wszystkich swoich produktów. Niestety pomadki do ust nie spełniają tych norm. Pomadki na skutek swojej bardzo delikatnej konsystencji są podatne na uszkodzenia, które stanowią poważny problem estetyczny.

Oto numery katalogowe oraz nazwy pomadek do ust, które nie zostały wprowadzone do sprzedaży:

Barely	107093
Lily	107094
Blossom	107095
Quartz	107096
Russet	107097
Lotus Pod	107098



Kolekcja kolorów ARTISTRY™ Naturale Inspiration: delikatny makijaż wiosenny.



Revelation

Cienie

Fern

Jade

Starry Night

Joy

Nr kat. 107088



Jak stworzyć makijaż Revelation

- Cień w kolorze **JADE** nałóż od linii rzęs do załamania powiek.
- Cień w kolorze **JOY** rozprowadź na załamaniu i ponad załamaniem powiek.
- Rzęsy pokryj warstwą wodoodpornego tuszu do rzęs.
- Kości policzkowe podkreśl różem w odcieniu **JOY**.

Kolekcja odcieni Revelation obejmuje:

- Trzy mineralne cienie do powiek w odcieniach **FERN**, **JADE** i **STARRY NIGHT**.
- Jeden mineralny cień do powiek i róż do policzków w odcieniu **JOY**.



Insight

Cienie

Fresh Moss

Sable

Bone

Sandstone

Nr kat. 107083



Jak stworzyć makijaż Insight

- Cień w kolorze **FRESH MOSS** nałóż od linii rzęs do załamania powiek.
- Cień w kolorze **SANDSTONE** rozprowadź na załamaniu powiek.
- Rzęsy pokryj warstwą wodoodpornego tuszu do rzęs.
- Kości policzkowe podkreśl różem w odcieniu **SANDSTONE**.

Kolekcja odcieni Insight obejmuje:

- Trzy mineralne cienie do powiek w odcieniach **FRESH MOSS**, **SABLE** i **BONE**.
- Jeden mineralny cień do powiek i róż do policzków w odcieniu **SANDSTONE**.

Pamiętaj, że opisywane cienie możesz przechowywać w eleganckim kompakcie zaprojektowanym przez Oliviera Van Doorne'a.

Kompakt sprzedawany jest oddzielnie.
Nr kat. 107083

Więcej szczegółowych informacji na temat kolekcji kolorów Naturale Inspiration i kosmetyków kolorowych z serii ARTISTRY znajduje się w przewodniku po makijażu i kolorach ARTISTRY.

Wiosenne fale

Trendy fryzur – wiosna 2009 wg Johna Gillespie

Najładniejsze fryzury tej wiosny są miękkie, wyrafinowane i seksowne.

Porady uzyskane od międzynarodowego guru fryzjerstwa, Johna Gillespie, pozwolą Ci bez wysiłku stworzyć wymarzone uczesanie. Zachęć swoje klientki, aby na wiosnę wypróbowały te fantastyczne fryzury!

EXPERT



Miękkie fale

W tym sezonie nie potrzebujemy żadnych preparatów do prostowania włosów – falowane włosy znów są trendy. Najmodniejszą fryzurą lata będą rzeźbione, niemalże kędzierzawe loki.

JAK ZROBIĆ TĘ FRYZURĘ

Na wilgotne włosy nałóż piankę zwiększającą objętość włosów (włosy delikatne) lub żel do układania włosów mocno utrwalający (włosy grube) z serii SATINIQUÉ™. Wysusz włosy suszarką. W trakcie suszenia pasm upnij loki spinkami wokół całej głowy. Przed wyjęciem spinek włosy muszą wyschnąć. Włosy rozczesz delikatnie płaską szczotką, tworząc miękką falę. Serum do włosów z serii SATINIQUÉ nada włosom piękny połysk, a lakier do włosów SATINIQUÉ doskonale utrwali fryzurę.

Wyrzeźbione skręty

Fryzura jest wyrazista i wypielęgnowana, pasma włosów posiadają interesujące kształty: wygiętych wstęg, rożkowatych węzłów i zakrzywionych fal.

JAK ZROBIĆ TĘ FRYZURĘ

Na wilgotne włosy nałóż piankę zwiększającą objętość włosów z serii SATINIQUÉ; susz włosy suszarką, układając je dużą, okrągłą szczotką. Delikatnie rozczesz włosy grzebieniem, a następnie obficie spryskaj je mocnym lakierem do włosów z serii SATINIQUÉ; włosy muszą być prawie wilgotne od lakieru. Rozczesz włosy szczotką; na boku głowy zrób przedziałek. Pozostawiając wolne górne pasmo włosów, złóż włosy na karku, zwiń je i upnij spinkami. Delikatnie rozczesz górne pasmo, dołącz do włosów z tyłu głowy i upnij spinkami. Fryzurę utrwali lakierem do włosów z serii SATINIQUÉ.



PRODUKTY POTRZEBNE DO STWORZENIA TYCH FRYZUR:

SATINIQUÉ Pianka zwiększająca objętość włosów

Nr kat. 5085 – 150 ml

SATINIQUÉ Żel do układania włosów mocno utrwalający fryzurę

Nr kat. 5090 – 200 ml

SATINIQUÉ Serum do włosów wygładzające i nadające połysk

Nr kat. 5075 – 75 ml

SATINIQUÉ

Lakier do włosów – mocny

Nr kat. 5100 – 200 ml

KWIECIEŃ 09

SATINIQUÉ by Amway

Profesjonalna suszarka do włosów

Nr kat. 970800

SATINIQUÉ by Amway

Zestaw szczotek do włosów

(włosy średniej długości i długie)

Nr kat. 970803

Więcej informacji na temat produktów do pielęgnacji i stylizacji włosów z serii SATINIQUÉ znajdziesz w centrum marki na stronie internetowej www.amway.pl



SATINIQUÉ

Repairs. strengthens and protects in one use.



E. FUNKHOUSER™
NEW YORK

Kolekcja kolorów 009

PARAMOUNT

W sprzedaży w maju 2009 r.



ASAFA POWELL

– NOWE INFORMACJE O WSPÓŁPRACY



Firma Amway poświęciła sporo czasu na ocenę współpracy sponsorskiej i reklamowej ze znanymi sportowcami, której głównym celem jest wsparcie Twojego biznesu. W rezultacie doszliśmy do wniosku, że nie zamierzamy przedłużyć naszej współpracy z Asafą Powellem. Asafa był dobrym i zaangażowanym głosicielem idei sygnowanych marką NUTRILITE™, jednak jego udział w kampaniach reklamowych marki nie pasuje do kierunku naszej obecnej, globalnej strategii.



Od 1 maja 2009 roku imię, nazwisko oraz postać Asafy Powella muszą zostać usunięte ze wszystkich istniejących komunikatów związanych z marką NUTRILITE™, w tym z istniejących materiałów reklamowych i promocyjnych.

Marka NUTRILITE™ rozszerza swój międzynarodowy zasięg poprzez kampanie reklamowe z udziałem ikony piłki nożnej, Ronaldinho, oraz kontrakt sponsorski z klubem AC Milan. Obecnie jesteśmy zaangażowani i w pełni skoncentrowani na współpracy właśnie z tymi znakomitymi sportowcami.

TEAM
NUTRILITE™

SA8™



Nr kat. 7391
750 g

SA8™ TRI-ZYME™ Proszek do namaczania zwiększający skuteczność prania

Niech proszek do namaczania zwiększający skuteczność prania SA8 TRI-ZYME ciężko pracuje na czystość Twoich ubrań!

Zachęć swoich klientów, aby pozbyli się zabrudzeń, nie niszcząc swoich ubrań – poleć im proszek do namaczania zwiększający skuteczność prania SA8 TRI-ZYME.

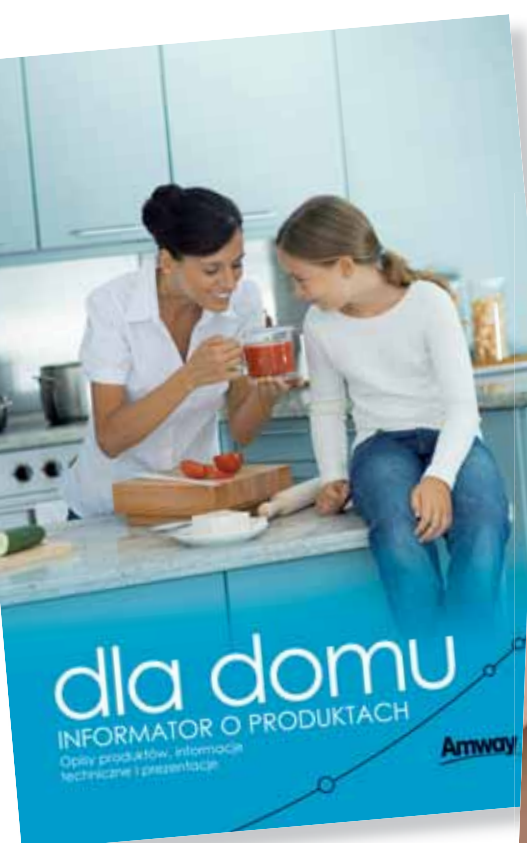
- Enzymatyczny system piorący o potrójnym działaniu skutecznie usuwa plamy, zmiękcza wodę i rozjaśnia prane tkaniny.
- Usuwa silne zabrudzenia pochodzenia organicznego oraz plamy powstałe w wyniku kontaktu odzieży z ziemią.
- Proszek posiada formułę wydajnego koncentratu i może być stosowany we wszystkich temperaturach.



INFORMATORY O PRODUKTACH 2009

Niezbędne narzędzie do rozwoju biznesu

Z radością informujemy, że dostępne są już **zaktualizowane** wersje informatorów DLA DOMU, ZDROWIE i URODA.



Nr kat. 216994



Nr kat. 216996



Nr kat. 216995

Wiedza na temat oferowanych produktów jest kluczem do profesjonalnych i przekonujących prezentacji – dlatego też Twoja znajomość produktów Amway może znacznie przyczynić się do wzrostu Twojej sprzedaży. Nie zapomnij więc o zakupie tego niezbędnego narzędzia!

Informatory dokładnie opisują cechy i zalety wszystkich produktów znajdujących się w szerokiej ofercie Amway. Dodatkowo, w nowych poradnikach znajdziesz wiele bezcennych informacji na temat naszych marek, produktów, ich historii, technologii wykorzystywanych przy ich produkcji, badań naukowych, procesów rozwoju produktów, składników, prezentacji, porad oraz o wiele, wiele więcej!

Poszczególne informatory dostępne są w sprzedaży oddzielnie.

Zestaw obejmujący wszystkie trzy informatory oferowany jest w specjalnej cenie promocyjnej.

Zestaw 3 poradników: Nr kat. 216997

KONFERENCJA EUROPEJSKICH I ROSYJSKICH DIAMENTOWYCH PRZEDSIĘBIORCÓW AMWAY

17–23 lutego 2010 roku



W 2010 roku wszyscy Przedsiębiorcy Amway, którzy zakwalifikują się na poziom Diamentu lub wyższy, powitani zostaną tradycyjnym hawajskim okrzykiem **'Aloha!'**, gdyż konferencja europejskich i rosyjskich Diamentowych Przedsiębiorców odbędzie się na malowniczych wybrzeżach Hawajów – na przepięknej wyspie o nazwie **Maui**.

Nasi goście zamieszkają w hotelu **Ritz Carlton w Kapalua**; a kurort zapewni im obsługę na najlepszym poziomie – prezentacja samego kurortu i dostępnych atrakcji znajduje się na stronie internetowej: www.ritzcarlton.com/en/properties/kapaluamaui/default.htm

Konferencja Diamentów to podróż życia...

– oto lista atrakcji, które będą dostępne w trakcie pobytu w kurorcie Ritz Carlton: lot helikopterem, obserwowanie wielorybów, nurkowanie, pływanie kajakami, lekcje surfingu, wycieczki do wodospadów, przejażdżki konno, rejs łodzią podwodną, rafting po oceanie, lekcje golfa, mecze tenisa oraz... Specjalny Wieczór Powitalny, Luau oraz o wiele, wiele więcej!

Okres kwalifikacji:

1 września 2008 roku – 31 sierpnia 2009 roku.



Hawaii

Dlaczego suplementy diety? Dlaczego NUTRILITE™?

Czy znasz odpowiedzi na te pytania?



DLACZEGO SUPLEMENTY DIETY

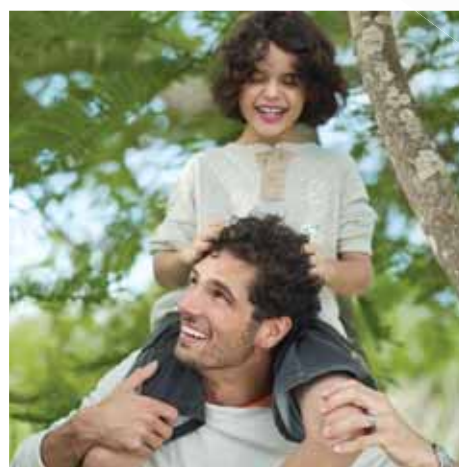
Jeżeli chodzi o kwestię odżywiania i suplementacji, nie ma dwóch osób o takich samych wymaganiach. Wraz z upływem czasu nasze organizmy wykazują zróżnicowane zapotrzebowanie na składniki odżywcze. Pod uwagę należy brać również indywidualne cechy prowadzonego trybu życia. Złe dobrana dieta, palenie, brak ruchu mogą znacząco uszczuplić poziom składników odżywczych w naszym organizmie.

INTERESUJĄCE FAKTY*

- Dzięki spożyciu warzyw i owoców na odpowiednim poziomie, można by ocalić aż 2,7 miliona istnień ludzkich (w skali roku).
- Niski poziom spożycia warzyw i owoców należy do 10 najważniejszych czynników ryzyka śmiertelności na całym świecie.
- Ocenia się, że niski poziom spożycia warzyw i owoców w 19% przyczynia się do powstania raka przewodu pokarmowego, w około 31% choroby niedokrwiennej serca, a w 11% jest czynnikiem sprzyjającym udarom (w skali światowej).

Z tego względu bardzo ważne jest stosowanie diety zróżnicowanej pod względem odżywczym, a w szczególności spożywanie warzyw i owoców. Suplementacja za pomocą produktów NUTRILITE nie stanowi substytutu dla zdrowej i zróżnicowanej diety, ale jest dobrym sposobem na uzupełnienie niedoborów najważniejszych składników odżywczych, jak również poprawę jakości życia.

* Statystyki dostępne są na stronie Światowej Organizacji Zdrowia <http://www.who.int>



DLACZEGO NUTRILITE

Poszukiwanie nowych koncentratów oraz praca nad ulepszonymi formułami jest ciągłym wyzwaniem dla naukowców i badaczy zajmujących się tworzeniem produktów NUTRILITE. Dzięki 75-letniemu doświadczeniu, nasza innowacyjna działalność pozostaje siłą napędową, która sprawia, że produkty NUTRILITE należą do najlepszych w branży zajmującej się właściwym sposobem żywienia.

Twoi klienci mogą zaufać marce NUTRILITE, ponieważ

- Naszą własnością są farmy o powierzchni ponad 2590 hektarów, na których uprawiamy rośliny i zbieramy plony zgodnie z rytmem natury, wykorzystując przy tym zachowawcze metody upraw, bez wykorzystania środków chemicznych.
- Aby zachować najcenniejsze składniki odżywcze, rośliny stosowane do produkcji preparatów NUTRILITE są suszone i przetwarzane przy pomocy najnowocześniejszego sprzętu w kilka godzin od momentu zbioru.
- Dobre praktyki produkcyjne oraz zespół ekspertów ds. jakości zapewniają wysoką wartość preparatów marki NUTRILITE.



NUTRILITE™

ZAUF AJ MARCE NUTRILITE,
KTÓRA ZAOFERUJE NAJLEPSZE ROZWIĄZANIE.

Wspólnie budujemy klinikę „BUDZIK” dla dzieci w śpiączce.

Prosimy o przekazanie 1% podatku na ten cel.

Amway w ramach akcji pomocy dzieciom
„One by One” wspiera budowę kliniki „Budzik”
prowadzoną przez Fundację Ewy Błaszczak „AKOGO?”.

KRS: 0000125054



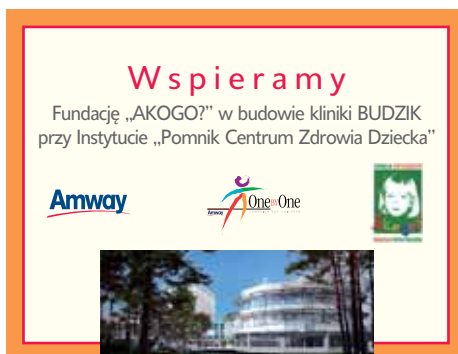
Diamenty Amway Polska dzieciom

Wspólnie budujemy klinikę „Budzik”

Dzięki zaangażowaniu Diamentowych Przedsiębiorców Amway w akcję sprzedaży specjalnych cegiełek charytatywnych zebraliśmy ponad 15 tysięcy zł na budowę kliniki „Budzik”, którą w Centrum Zdrowia Dziecka prowadzi Fundacja „AKOGO?”

Fundacja „AKOGO?” (założona przez znaną aktorkę Ewę Błaszczyk) chce powołać do życia specjalistyczną placówkę, która zajmie się dziećmi z poważnymi zaburzeniami mózgowymi np. po wypadkach, których konsekwencją bywa trwająca nawet wiele tygodni śpiączka.

Z okazji swego pięćdziesięciolecia Amway Polska w ramach akcji „One By One” przekaze w ciągu 3 lat 100 000 dolarów na ten cel.



Dziękujemy wszystkim, którzy postawili swoje cegiełki na budowie kliniki, a szczególnie organizatorom akcji, Państwu:



Izabeli i Markowi Bujwickim Dyrektorskim Diamantom



Marii i Stanisławowi Derejczykom Wyróżnionym Diamantom



Brigitte Fellnhofer Wyróżnionemu Diamentowi



Krystynie i Jarosławowi Maksymowiczom Wyróżnionym Diamantom



Katarzynie i Dariuszowi Świątkowskim Wyróżnionym Diamantom



Mirze i Leszkowi Hetnałom Diamantom

Pracownicy Amway Polska dzieciom

Karnawał może być nawet w szpitalu

Dzieciom przebywającym wiele dni na oddziałach szpitalnych potrzebne są chwile radości i zabawy, aby szybciej wracały do zdrowia. Z tej idei zrodził się wśród pracowników Amway Polska pomysł zorganizowania balu karnawałowego dla dzieci z Oddziału Rehabilitacji Centrum Zdrowia Dziecka w Warszawie.

Z oddziałem tym ściśle współpracuje Fundacja „AKOGO”, która na terenie Centrum buduje klinikę „Budzik” mającą roztoczyć długoterminową opiekę nad dziećmi po ciężkich urazach mózgowych. Amway Polska i współpracujący z firmą Przedsiębiorcy wspierają finansowo budowę tej kliniki.

Bal odbył się 5 lutego 2009 roku. Pracownicy Amway przygotowali między innymi ciasta i słodczyce dla dzieci oraz wzięli osobiście udział w różnych zabawach. Dodatkowo Amway Polska przekazał Oddziałowi gry dla dzieci, a każde dziecko zostało obdarowane walentynkowym misiem – maskotką. W balu wzięło udział 65 dzieci. Przepracowano 189 godzin wolontarystycznych.

Jak widać na zdjęciach wszyscy świetnie się bawili.



Promocja Osobistych Obrotów

Gratulujemy wszystkim, którzy w styczniu 2009 r.
po raz pierwszy uzyskali nagrodę za osiągnięcie 100 lub 200 Osobistej WP.

STYCZEŃ Nagroda 133 zł

Langner-Łukaszka Magdalena
i Łukaszka Zbigniew
Nitkiewicz Artur
Puchała Monika i Krzysztof
Witkowski Agnieszka i Rafał
Żugaj Anna
i Nikodemowicz Andrzej
Żywiccy Ewa i Michał

STYCZEŃ Nagroda 44 zł

Aasna Heli i Tungal Heiko
Abramoviene Raimonda
Abramson Mare i Maarit
Agafonova Elizabete
Ahlberg Valentina
Anissina Eleonora
Antkiewicz Ewa
Arczyński Agata
i Marek
Asmoloviene Dale
Bagdoniėne Vaida
i Bagdonas Marius
Balcerowiak Krzysztof
Balkuviene Regina
Baranowska Beata
Bareiša Alfreda
Bartkute Milda
Baumane Ilze
i Baumanis Aigars
Bazanow Boriss
Beinartyte Marija
i Danguole
Beksiene Janina
Belaus Irina
Belecka Olga
Bendzelauskas Marius
Bernataviene Rigoleta
Berzina-Martinova Evija
i Martinovs Andrejs
Berzunskiene Jolanta
i Berzunkis Alvydas
Bielskyte Daiva

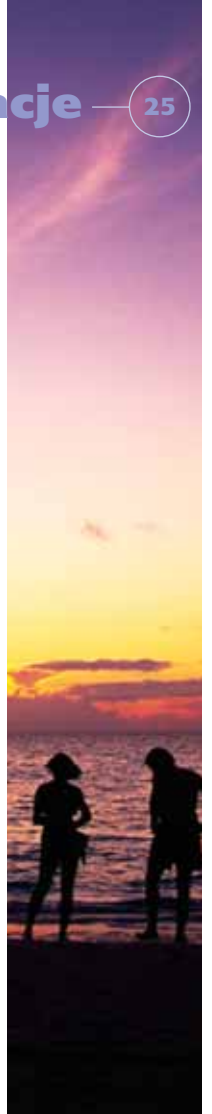
Binkauskaite-
-Barasneviene Ausra
i Barasnevicus Dalius
Bloziene Virginija
i Bloze Romualdas
Boguszewska Jadwiga
Bolek Mariusz
Borczyk Anna i Grzegorz
Boroń Joanna i Zenon
Bosacka Larysa
i Yavorska Mariya
Brodziak Grażyna
Bucior Galina i Hieronim
Buckuviene Danguole
Buczek Fabian
Buksniene Jeva
i Buksnys Bronius
Cebanauskaite Loreta
Cegełka Hanna i Krzysztof
Cemolonskiene Jolita
i Cemolonskas Zydrunas
Cholewińska Izabela
i Wróbel Dominik
Ciołkowska Joanna
Cirule-Galuza Julija
i Galuza Romans
Czarneccy Danuta
i Krzysztof
Czemeżyńska Maria
i Anna
Dalinkevičiėne Audinga
Danilowa Irena
i Danilows Sergejs
Dapkevišiėne Birute
Dąbrowska Anna
Diumajeva Karina
i Diumajev Konstantin
Drobiec Magdalena
i Nowak Marcin
Dudienė Daiva
i Dudas Ramunas
Dudina Svetlana
Dulęba-Poluszyńska
Dagmara
Dzwilewska Bogusława
Eglitis Arnis
Eitutiene Albina

Fedosejev Leonid
Feldmane Lelde
Feoktisovs Romans
Filippova Niina
Fochler Marta
Galiusiene Ina
i Galiusis Darius
Galviciene Rita
i Galvicius Gintaras
Gansiniec Beata
Gargurne Daiga
Gąsieniec Adam
Geciene Rasa
Ginko Ruslans
Granta Aiga
Grape Modrite
Gredka Justyna
Gremzde Gunita
i Ginko Valentins
Groth Mirosława
i Marek
Gustiėne Jovita
i Gustys Alvydas
Harmsone Evija
i Harmsons Janis
Illak Katrin
Istomina Nadezda
i Istomin Aleksandr
Ivancikiene Jolita
Jankauskiene Aldute
Jankayskaite Rita
Jansen Veiko i Nael Gerly
Jansone Inese
Jaszkowska Agnieszka
Jaworecki Piotr
Jekimova Natalija
Jomantaite Gabriele
Juknaite Gertruda
Jukniene Kristina
i Juknys Romas
Jukse Laura
i Supulnieks Juris
Junaviciene Vida
i Blazaitiene Vale
Juozaitiene Grazina
Jurgaskiene Valerija
i Jurgauskaite Monika

Juskiene Laima
Kafar Małgorzata
Kairiene Zyginta
Kajak Raili
Kaminskiene Danute
Kapica Wira
Kapica Agnieszka
Karpalo Zinaida
i Pachomova Irina
Karwat Alicja i Janusz
Kiauniene Jurate
Kielak Dorota
i Tomasz
Kieś Aneta
Klimek Krystyna
Klisane Santa
i Klavins Oskars
Kluza Rosława
Kochanek Piotr
Koitmaa Maie
Konieczna Małgorzata
Korobova Vasilina
Korzeniewska Katarzyna
Kosowska Anna
Kotasiński Agata
i Stanisław
Kowalscy Iwona
i Krzysztof
Kowalska Monika
Koziek Aldona
Krusaviciene Raimonda
Kucemba Adam
Kucharscy Barbara
i Janusz
Kukk Maimo
Kuldkepp Gert
Kulicka Mariola
i Kubicz Albert
Kulig Małgorzata
Kurant Maria
Kuster Zofia i Tadeusz
Kuusik Sven
Kwiatkowska Beata
Laumets Tonis
Leszczyńska Lucyna
Lis Mateusz
Litvinova Olita

Promocja Osobistych Obrotów

Łabacz Małgorzata	Osite Dace	Saltiniene Nijole	Uricka Natalija
Łakomiec Bożena	Ostrega Beata	Sekuła Maria	Usevicius Kestutis
i Lidia	Pabisz Małgorzata	Sentkiewicz Magdalena	Vaitkiene Jurate
Łacka Małgorzata	i Wiesława	Simkiene Rima	i Vaitkus Linas
Machniczy Alina i Janusz	Pantak Elżbieta	i Simkute Indre	Varsa Tatjana
Madziar Jacek	i Ryszard	Sipavicius Valdas	Vasiliauskiene Vida
Magylaite Vilhelmina	Paplauskiene Dalia	Skromane Una	Vaskeliene Raimonda
Majewski Dariusz	Patucha Wanda i Andrzej	i Skromans Egils	i Vaskela Antanas
Malinovski Andrei	Penikiene Rasa	Snitko Kristine	Vekrikiene Loreta
Marcinkeviciene Janina	i Penikas Gediminas	Sobótka Joanna	i Vekrikas Dainius
Martinkiene Jolanta	Petuhova Vera	Spaiciene Anna	Vidriene Rita
Martinova Lubova	i Petuhovs Vladimirs	Sporiene Egle	i Vidra Arturas
Maseviciene Jurate	Peziene Jolanta	Sproge Aleksandra	Vilems Arnis
i Jasinskiene Danute	i Pezas Saulius	i Anatolijs	Vosyliene Jolanta
Masternak-Piechula Maria	Piechowiak Anna	Stelmach Andrzej	i Vosylius Alvidas
Maziukas Renaldas	Pleer Heleri	Sulcs Aina	Vysniauskaite Jovita
Mendel Marcin	Plivda Maruta i Bronislavs	Synak Agnieszka	Walas Paulina
Menkute Janina	Plucińska Wiesława	i Dariusz	i Grzegorz
i Macijauskas Darius	Pociukoniene Vida	Szenjowski Jarosław	Witkowska Elżbieta
Mickeviciene Jolanta	i Pociukonis Valdas	Szermuszyn Jan	Witkowski Sławomir
Miezetiene Rasa	Polański Maciej	Szymański Tomasz	Witkowski Władysław
i Miezetis Mindaugas	Prielgauskas Darius	Śliwińska Daniela	Wojciechowska Izabela
Mihelson Aino	Privoi Marko	Śmigiel Edyta	Wróblewscy Mariola
Mikaliuniene Irina	Przygodzcy Katarzyna	Świeboda Karol	i Dariusz
i Mikaliunas Marius	i Marcin	Świerska Milena	Zabarauskas Virginijus
Mintauckyte Indra	Pyza Marek	Tadrzak Miłosz	Zamjar Anna i Marcin
Miseviciene Edita	Rak Rudolf	Tanel Taal	Zasłona Danuta
i Misevicius Rytis	Rank Meelis	Tarach Kamila	Zeltins Aivars
Mojša Magdalena	Reclaw Henryk	i Sidorownin Jan	Zemaitiene Daiva
Mosakowska-Sobocińska	Rimkuvienė Rosita	Tasane Ants	Zemaityte Ausra
Magdalena	i Bucko Zigmondas	Telej Grażyna i Tomasz	Zemguliene Daiva
Mrozek Ewa	Ropyte Asta	Teperek Elżbieta	i Lukocius Eduardas
Muller Paweł	i Kersys Vytautas	Titova Inga i Titovs Rauls	Ziemele Zane
Netsipor Lesja	Rudnik Katarzyna	Tracz Małgorzata i Jan	Zięba Justyna
Nowacka Krystyna	Rudzinskiene Jurate	Trumpickas Jonas	i Sławomir
Obiegła Anna	Rusin Genowefa	Tservjakova Erika	Ziuteliene Asta
Olszewski Ksawery	Rybak Małgorzata	Turkiewicz Gabriela	i Ziutelis Raimondas
Olševska Iveta	Rynkowska Danuta	i Henryk	Zubule Lilita
i Olševskis Janis	Sakalauskiene Jolanta	Uliene Edita	Zukauskiene Irina
Orlova Ceslava	Sakaliene Danguole	i Ulys Vygantas	i Zukauskas Rimvydas
Orlova Genovaitė	i Sakalys Saulius	Urboniene Reda	Žutautiene Violeta
i Orlovas Sergejus	Saksing Ragmar	i Jankauskas Kestutis	i Žutautas Martynas



Nowy „Network Magazyn”

W „Network Magazynie” w kwietniu 2009 r.* ukaże się artykuł o drodze do sukcesu Izabeli i Marka Bujwickich, Dyrektorskich Diamentowych Niezależnych Przedsiębiorców Amway.



www.networkmagazyn.pl



ZAMÓWIENIE

☐ Zamawiam roczną prenumeratę (4 wydania) Network Magazynu od numeru _____ w cenie 66,- zł + koszty wysyłki 7 zł = 73,- zł

Prenumeratę proszę wysłać na adres:

Imię i nazwisko lub nazwa firmy _____

Stanowisko _____

Ulica _____ Nr: _____

Kod pocztowy: _____ Miejscowość: _____

Telefon kontaktowy: _____ E-mail: _____

Jak długo pracujesz w network marketingu? _____ Jaka firma? _____

Proszę o wystawienie faktury VAT NIP firmy: _____

Upoważnia 4Media Publisher Sp. z o.o. w organizacji do wystawiania faktur VAT bez podpisu osoby uprawnionej do otrzymania faktury. Oświadczenie zachowuje ważność do odwołania.

Należność ureguluję przelewem bankowym lub przekazem pocztowym na konto 4Media Publisher Sp. z o.o. w organizacji, ul. Motylkowa 4A/10, 52-209 Wrocław, nr konta: **Deutsche Bank PBC SA 02 1910 1048 2404 0118 3108 0001**

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych w związku z realizacją zamówienia prenumeraty oraz w celach marketingowych przez Wydawnictwo 4Media Publisher Sp. z o.o., ul. Motylkowa 4A/10, 52-209 Wrocław. Dane przekazuję dobrowolnie, zastrzegając sobie prawo do ich sprawdzania i poprawiania.

Data i podpis _____

4Media Publisher Sp. o.o. w organizacji, ul. Motylkowa 4A/10, 52-209 Wrocław
REGON: 020843119; fax 076/854 23 12; E-mail: prenumerata@networkmagazyn.pl

„Network Magazyn” to jedyne w Polsce, niezależne czasopismo o branży sprzedaży bezpośredniej i marketingu sieciowym. Celem periodydu jest promowanie przedsiębiorczości, etyki i filantropii w biznesie.

Obecnie czasopismo jest kwartalnikiem o nakładzie 7 tys. egzemplarzy. Jak podaje redakcja, każdorazowy nakład periodydu sprzedaje się w całości i trafia do szerszej publiczności czytelników, niż wskazywałby na to nakład. Znaczna część pisma jest kolportowana na zasadach rocznej prenumeraty (**formularz w załączeniu i na stronach www.amway.pl**). „Network Magazyn” jest także dostępny w salonach Empiku.

Wraz z piątą rocznicą wydawania w Polsce „Network Magazyn” zmienił swą szatę graficzną, powiększył liczbę stron, rozbudował stronę internetową, chce też dostarczać każdemu, kto pracuje w tej branży, jeszcze więcej narzędzi w codziennej pracy. W „Network Magazynie” podstawą jest informowanie i edukowanie. – Dzięki niej „Network Magazyn” ukształtował swój wizerunek jako pismo poważane i opiniotwórcze wśród menedżerów sprzedaży bezpośredniej i marketingu wielopoziomowego – twierdzi Daniel Kubach, prezes 4Media Publisher – spółki wydającej magazyn.

Nowa strona internetowa gazety (www.networkmagazyn.pl) jest w pełni aktywna – można uczestniczyć w forum dyskusyjnym, komentować artykuły i newsy, dodawać bezpłatne ogłoszenia, przez co buduje się społeczność ludzi działających w marketingu sieciowym.

* Kwieciowe wydanie „Network Magazynu” ukaże się pod koniec kwietnia 2009 r.

PRODUKTY DO HIGIENY JAMY USTNEJ Z SERII GLISTER SPEŁNIĄ WSZYSTKIE WYMAGANIA TWOICH KLIENTÓW, DOSTARCZAJĄC NAJLEPSZYCH ROZWIĄZAŃ PIELĘGNACYJNYCH.

Rozmawiając ze swoimi klientami na temat marki GLISTER, pamiętaj, aby podkreślić, że

- Produkty **GLISTER** zostały tak opracowane, aby cała ich seria współdziałała ze sobą, dbając o zdrowie zębów i piękny uśmiech.
- Pasta **GLISTER** wspomaga proces remineralizacji zębów.
- Pasta **GLISTER** jest najlepiej sprzedającym się produktem firmy Amway.

GLISTER Pasta do zębów:

Nr kat. 6833 (150 ml / 200 g) Nr kat. 1959 (6 x 50 ml / 75 g)

Szczoteczki do zębów: Nr kat. 100957 (4 sztuki w opakowaniu)

Spray odświeżający do ust: Nr kat. 9893 (12 ml / 9 g)

Płyn do płukania zębów: Nr kat. 9949 (50 ml)

Nitka dentystyczna: Nr kat. 0994 (30 ml), a dla dzieci Twoich klientów

Szczoteczki do zębów dla dzieci: Nr kat. 9922 (w opakowaniu po 4 sztuki).

Więcej informacji na temat produktów z serii GLISTER znajdziesz na stronie internetowej www.amway.pl.



Nr kat.	Nazwa	Zawartość	WP	WO	Cena bez VAT (zł)	VAT (zł)	Cena z VAT (zł)	Cena detaliczna (zł)
216994	Poradnik DLA DOMU	1 szt.	–	–	22,20	4,88	27,08	–
216995	Poradnik ZDROWIE	1 szt.	–	–	22,20	4,88	27,08	–
216996	Poradnik URODA	1 szt.	–	–	22,20	4,88	27,08	–
216997	Zestaw 3 poradników: ZDROWIE, URODA, DLA DOMU	1 komp.	–	–	49,95	10,99	60,94	–
233137	50-lecie Amway – folder o promocjach	1 szt.	–	–	3,33	0,73	4,06	–
104133	Olejek nawilżający	14,5 ml	10,08	50,39	50,39	11,09	61,48	83,00

KALENDARZ PRACY AMWAY POLSKA NA NAJBLIŻSZE 3 MIESIĄCE

Kwiecień

Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	S	N
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Maj

Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	S	N
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Czerwiec

Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	S	N
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Godziny obsługi klientów: Biuro Amway Polska
Dział Zamówień Telefonicznych
Access Business Group International Polska Sp. z o.o.
05-800 Pruszków, ul. 3 Maja 8

od poniedziałku do piątku 8.00–16.00
od poniedziałku do piątku 8.00–17.00

od poniedziałku do piątku 8.00–16.00

■ Biuro nieczynne

ARTISTRY™ CREME LUXURY

Jestem bardzo szczęśliwa, że mogłam wziąć udział w promocji ARTISTRY™ Creme LuXury. Creme LuXury marki ARTISTRY to kosmetyk bezpieczny i wygodny w stosowaniu – to dla mnie bardzo ważne. Sandra Bullock dla ARTISTRY Creme LuXury

POZNAJ PRAWO PRZEMIANY

Więcej informacji na temat Creme LuXury z serii ARTISTRY znajdziesz w centrum marki na stronie internetowej www.amway.pl



ISSN 1231-3823

Amagram nr 152

Magazyn Amagram wydawany jest przez
Dział Marketingu Amway Polska Sp. z o.o.,
02-819 Warszawa, Polska, ul. Puławska 366a,
Tel. 022 32 71 900, 022 54 64 900.
All rights reserved.

amway.pl@amway.com
www.amway.pl

Amway

Przedsiębiorcy Amway upoważnieni są do reprodukcji artykułów z Amagramu pod warunkiem, że są one reprodukcje w całości i zaopatrzone w datę publikacji oraz informację „Przedrukowane za pozwoleniem Amway Polska Sp. z o.o.”

Copyright © 2009 by Amway Polska
Amway i wszystkie inne nazwy pisane wielką literą są zarejestrowanymi nazwami handlowymi i stanowią własność Amway Corporation, Ada, Michigan, USA.
Fotografie: Amway Corporation
Przygotowanie do druku: DIAMOND
Druk: IPS, Warszawa



Amway Polska jest członkiem Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej