

Amway – o krok blíž

Jak nakupujete? Řada obchodních řetězců sází na výhodné akce a ne-tradiční marketingové aktivity, kterými se snaží udržet a zvýšit zájem spotřebitelů. Odlišnou cestou se vydaly společnosti přímého prodeje. I u nich se ovšem setkáváme s výraznými rozdíly ve filozofii a přístupu k zákazníkům. Špičkou v této oblasti je společnost Amway, která v letošním roce celosvětově změnila svoji korporátní identitu. Poskytuje tak veřejnosti možnost lépe se orientovat nejen na trhu spotřebního zboží, ale i v nabídce samotné společnosti. O co je mezi spotřebiteli aktuálně největší zájem a co nového společnost v letošním roce uvedla na trh, nám přiblížil Ing. Jan Stránský, ředitel pro vnější vztahy Amway ČR.



Fakt, že společnost Amway je jednou z největších firem přímého prodeje, znají spíše vaši konkurenti a firmy, zabývající se touto formou prodeje. Jak byste toto přiblížil širší veřejnosti?

Především bych chtěl uvést, že podobně jako celému oboru přímého prodeje se firmě Amway podařilo vyhnout problémům pramenícím z ekonomického zpomalení. Ačkoliv maloobchodní sektor zaznamenal pokles obrátu, nám se podařilo udržet výkonnost prakticky na úrovni posledních pěti let. Uspěli jsme především proto, že podnikatelský plán firmy Amway nabízí příležitost zahájit a rozvíjet podnikání prostřednictvím prodeje vysoce kvalitních výrobků denní potřeby

s minimálními vstupními investicemi a s podporou silné a zdravé mezinárodní firmy s více než padesátiletou historií. V současné době s námi jen v ČR spolupracuje více než 25 000 osob. Úspěch firmy stojí na kvalitě výrobků denní potřeby, soustavném procesu vývoje, výzkumu a kontroly, unikátním prodejním a marketingovém plánu a celkové firemní kultuře a filozofii. To, že se firmě daří, potvrzuje také skutečnost, že jsme v roce 2009 celosvětově oslavili 50. výročí jejího založení.

Podařilo se nám zkvalitnit podporu našich zákazníků – nezávislých distributorů Amway – prostřednictvím školicích a informačních materiálů a využívání internetu jako účinného komunikačního prostředku. Zároveň jsme jim nabídli další možnosti zvýšení jejich příjmů pomocí nových motivačních programů.

Jak se vaše společnost stará o odbornou úroveň distribu-



◀ **ARTISTRY™ Zpevňující sérum proti vráskám**

torů? Při takovém množství to jistě není snadné.

Lidem, kteří se rozhodnout pro podnikání s Amway, firma poskytuje různé školicí a informační pomůcky. Vedle toho pro ně organizuje pravidelná školení o výrobcích a o způsobu prodeje. Postupuje se podle celoevropských programů, které zde uskuptečňují odborní školitelé. To vše je poskytováno bezplatně.

Navíc jsme spustili projekt Amway Academy, ve kterém vybraným distributorům umožňujeme absolvovat intenzivní certifikovaný výcvik tak, aby po jeho ukončení mohli předávat dál získané vědomosti a zkušenosti svým partnerům – distributorům. Odezva od našich prodejců je velmi příznivá a věříme, že jim pomůže zkvalitnit jejich činnost.

Většina lidí si pod pojmem Amway představí čisticí prostředky. Jeden z nich, L.O.C., je dodnes z vašeho portfolia nejprodávanější. Co vedlo

▼ **ARTISTRY™ Creme LuXury**

