

## Tartalomjegyzék

1.	Üdvözljük!.....	3
2.	Dr. Nona International, Ltd. hálózati marketing szervezete.....	4
	• Általános tudnivalók.....	4
	• Regisztráció.....	4
	• Terminológia és leírások.....	5
	• Pozíció.....	9
	• Klubtag.....	9
	• Konzultáns.....	9
	• Menedzser.....	10
	• Igazgató.....	12
	• Az igazgatói pozíció további tagolása.....	17
	• A pontleosztás szabályai.....	20
	• A hálózatszűkítés szabályai.....	21
	• Szponzorcsere.....	24
	• Kiegészítő jutalmak.....	24
	• „Negyedévi bónusz” program.....	25
	• „Quick start” program.....	27
	• Gyakori kérdések.....	27
3.	Az érdekelt felek jogai és a Társaság reklámozásának szabályai.....	29
	• Együttműködési megegyezés a Dr. Nona International, Ltd. Társasággal.....	29
	• A hálózat eladásának szabályai és öröklési jog.....	31
4.	A Dr. Nona International, Ltd. termékforgalmazók Etikai Kódexe.....	32
5.	A hálózati marketing jelentősége.....	33
6.	Befelyezés.....	36





## *Üdvözöljük a Dr. Nona International, Ltd. Társaságban*

Az elején mindig van valaki, aki olyasmit tesz, amit mások megvalósíthatatlannak tartanak...  
Életünk során mindig abban hittünk, hogy az ember nem lehet egyszerre gazdag és egészséges is...  
Higgye el, ez lehetséges! A „Dr. Nona” társaságban dolgozó emberek ezrei a bizonyítékai ennek!

A Dr. Nona International, Ltd. termékeit használják s ez által megtartják egészségüket,  
ezeket a termékeket értékesítik ezért gazdagok.

És Ön? Ön is képes véghezvinni valami megvalósíthatatlan dolgot?

Ha ezt a szöveget olvassa, akkor a célhoz vezető első lépést már megtette!

Olvassa el könyvünket és kerüljön az élenjárók közé - a gazdagok és egészségesek közé!

Dr. Nona Kuchina - termékfejlesztő  
Moshe Shneerson – Dr. Nona International, Ltd elnöke

## *Dr. Nona International, Ltd. hálózati marketing szervezete*

### **Általános tudnivalók**

A Társaság marketing terve lehetővé teszi, hogy termékforgalmazója bevételeit a neki megfelelő iramban növelje – saját megfontolása, lehetőségei, képességei alapján és különféle szigorú szabályok és külső nyomás nélkül a Társaság részéről, valamint a meglévő pozíció elvesztése iránti félelem nélkül. A marketingen belül elért pozíció az együttműködési megegyezés teljes időtartama alatt fennáll.

#### **A marketing terv azt mondja - IGEN!**

- A pontok összesítése nincs időben korlátozva!
- Négy szintű árkedvezmény!
- Bevétel a kiskereskedelmi értékesítésből!
- Jutalék a saját hálózatban lévő tagok forgalmából!
- Prémium az Ön alatt lévő igazgató hálózatának forgalmából!
- Pénzügyi elszámolás havonta!

#### **A marketing terv azt mondja – NEM!**

- Nem szükséges azonnal megkezdeni a pontgyűjtési programot!
- A jövedelem magasságának nincs határa!

- A hálózat mélysége és szélessége nincs korlátozva!
- Nem áll fenn a veszélye, hogy az egyszer elért kedvezményt elveszíti!
- A magasabb pozíció elérése nincs korlátozva!

A Társaság fenntartja a marketing tervben való változtatások jogát.



### **Regisztráció**

#### **Hogyan válhatok a Társaság klubtagjává?**

- Regisztráltatni úgy lehet, hogy kitölti a „Klubtagsági jelentkezési lapot” a regionális képviselő irodájában és befizeti az éves regisztrációs díjat.

#### **Hogyan válhatok a Társaság konzultánsává?**

- Regisztráltatni kell az „Együttműködési megegyezést” a regionális képviselő irodájában.
- Megvásárolni a „Startcsomagot”, melyben megtalálható az alapvető reklám és

információs anyag. Az ár tartalmazza a regisztrációs díjat, mely fedezi a számítógépes rendszer egy évi kezelési költségét.

A számítógépbe való adatbevitel után Ön konzultánsá válik és jogot kap az engedménnyel történő vásárlásra. Az Ön által meghívott további munkatársaknak Ön lesz a szponzoruk. Ezek a személyek alkotják majd saját hálózatának első szintjét.

Ha szeretné saját számlájára gyűjteni a munkatársai forgalma után járó pontokat, akkor meg kell nyitnia a pontgyűjtési rendszert, azaz egyszeri vásárlást tenni saját kódszámra 100 pont értékben, vagy összesen egy adott hónap folyamán 150 pont értékben.

### Figyelem!

Hibátlanul és olvashatóan töltsse ki saját konzultánsaival a megegyezést, legfőképp a szponzor kitöltésénél legyen figyelmes. Az adatok hibátlanságától függ további bevétele!

## Terminológia és leírások

**Marketing terv** – egy rendszer, mely a pontokban meghatározott forgalom alapján meghatározza a jutalék mértékét, a pozíció változását és egyéb támogató programot biztosít, mely segíti fejlődésében a termékforgalmazót és annak hálózatát.

**Termékforgalmazó** - az a jognyilatkozati képességgel rendelkező természetes vagy jogi személy, aki aláírásával elfogadta az együttműködési megegyezés feltételeit, ezáltal jogosultá vált a kedvezménnyel történő vásárlásra, jogosult más személynek szponzora lenni

és jogosult a marketing terv szabályai szerint járó jutalékok kifizetésére. (Jogi személy esetén fel kell tüntetni a képviselő teljes nevét.)

**Együttműködési megegyezés** – a regisztráció folyamán aláírt megállapodás.

**Startcsomag** – információs anyagokból összeállított csomag, melyet a regisztráció után a termékforgalmazó átvehet.



**Szponzor** – az új termékforgalmazó tanácsadója, aki felkérte az együttműködésre, tanítja és segíti munkájában.

**Partner** – az a személy, aki a Társaság beleegyezésével együttműködik a termékforgalmazóval egy megegyezés alapján. **A partner nem vehet részt a jutalékok kifizetésében és a Társaság által kihirdetett különböző akciókban és versenyekben.**

**Pozíció** – a marketing hálózatban elért pozíció, melyhez bizonyos jogok és kiváltságok kapcsolódnak. Minden egyes pozíció eléréséhez a marketing tervben előírt feltételeket kell teljesíteni.

Négy alap pozíciót különböztetünk meg: klubtag, konzultáns, menedzser, igazgató.

**Klubtag** – a marketing tervben meghatározott 1. pozíció – természetes vagy jogi személy aki a belépéskor nem vásárolt startcsomagot. 10 %-os kedvezményben részesül vásárlásai során. (A számítógépes nyomtatványon megjelölése 0).

**Konzultáns** – a marketing tervben meghatározott 2. pozíció - természetes vagy jogi személy aki belépéskor megvásárolta a startcsomagot. 20 %-os kedvezményben részesül vásárlásai során. (A számítógépes nyomtatványon megjelölése 2).

**Menedzser** – a marketing tervben meghatározott 3. pozíció – az a termékforgalmazó, aki teljesíti a pozícióval kapcsolatos feltételeket. 33 %-os kedvezményben részesül vásárlásai során. (A számítógépes nyomtatványon megjelölése 3).

**Igazgató** – a marketing tervben meghatározott 4. pozíció - az a termékforgalmazó, aki teljesíti a pozícióval kapcsolatos feltételeket. 40 %-os kedvezményben részesül vásárlásai során. (A számítógépes nyomtatványon megjelölése 4).

A négy alap pozíciónak két fokozata van. Az elsőben nincs pontgyűjtés, a termékforgalmazó az adott kedvezménnyel vásárol, de nem épít hálózatot. Felsőbb pozíciókra, és ezáltal nagyobb kedvezményre, csak a személyes forgalma révén kerül. A második fokozatban már aktívan gyűjti a pontokat és építi hálózatát. A felsőbb pozíciókat munkatársainak forgalma segítségével éri el.

**Aktív igazgató** – az az igazgató, aki az adott hónap folyamán 100 pont értékű saját és 1500 pont értékű csoportos forgalmat ér el.

**Passzív igazgató** – az az igazgató, aki az adott hónap folyamán 100 pontos saját forgalmat ér el, de a csoportja nem éri el az 1500 pontos forgalmat.

**Nemdolgozó igazgató** – az az igazgató, akinek saját forgalma az adott hónap folyamán nem éri el a 100 pontot.

**Marketing hálózat** – az első, második vagy a további szinteken elhelyezkedő termékforgalmazók hálózata. Nincs korlátozás.

**Ág** – a termékforgalmazó saját hálózatának az a része, melyet az alatta lévő termékforgalmazók – igazgatók - alakítottak ki. Az ágak mennyisége nincs korlátozva.

**Aktív ág** – az az ágazat, melynek élén egy aktív igazgató áll.

**Szint** – a termékforgalmazó elhelyezkedése a marketing hálózatban. Az Ön által meghívott termékforgalmazók az Ön első szintjét képezik. Az első szinten

lévő termékforgalmazók által meghívott további személyek az Ön második



szintjét fogják alkotni (az Ön első szintjében lévőknél ez lesz az első szint Önnek a második) és így folyamatosan bővül a szintek száma szélességben és mélységben is (minden egyes szinten korlátatlan számú termékforgalmazó lehet).

**Fejlődési csoport** – az Ön által létrehozott hálózatnak az a része, melybe nem tartoznak bele az igazgatók és azok hálózata.

**Pont - Volume Point (VP)** – mértékegység, mely a termékek értékének meghatározásához szükséges, nem tartalmazza a beszerzési költségeket, mint pl. az adót, szállítást, biztosítást stb., nincs összefüggésben semmilyen nemzetközi valutával.

**Pontérték – Volume Units (VU)** – az egyes termékek pontban meghatározott értéke.

**Személyes forgalom – Personal Volume Units (PVU)** – a termékforgalmazónak az adott hónap folyamán elért személyes forgalma, pontokban meghatározva.

**Megjegyzés:** a termékforgalmazónak, aki a termékeket értékesíti, azokat használnia is kell. Éppen ezért a személyes forgalom az egyik mutatója munkájának, ami alapján a különféle jutalom jár.



**Csoportos forgalom – Group Volume Units (GVU)** – a termékforgalmazónak és saját fejlődési csoportjának pontokban kifejezett összesített forgalma az adott hónap folyamán.

**Globális forgalom (GVR)** – a fejlődési csoport forgalmának és az összes igazgató, és azok alá tartozó 10. szintig terjedő hálózat összesített forgalmának együttes pontértéke (a termékforgalmazó személyes forgalma és pontelosztása nélkül).

**A pontgyűjtési rendszer megnyitása** – amennyiben az új termékforgalmazó konzultánsi pozícióban szeretne aktív lenni (hálózatot építeni és az eladott termékek után pontokat gyűjteni), akkor meg kell nyitnia a pontgyűjtési rendszert. Ezt teheti egyszeri vásárlással 100 pont értékben, vagy egy hónap folyamán összesen 150 pont értékben.

**Információ a hálózat munkájáról** – kivonat a számítógépes adatbázisból, mely névlegesen tartalmazza a termékforgalmazó hálózatán belüli forgalmát és az egyes pozíciókat. Havonta jár egy kiírás térítésmentesen, további kiírások csak kérésre készülnek és térítéskötelesek. A termékforgalmazó saját megfontolása alapján igényelheti valmelyiket az alábbi kiírási formákból:

„**Work net**” - aktívan dolgozó termékforgalmazók hálózati kiírása,  
„**Current net**” – teljes hálózati kiírás (aktív és passzív termékforgalmazók),  
„**Branch net**” – az első szintben elhelyezkedő igazgatók hálózati kiírása.

**Elszámolási időszak** – az az időszak, amely után a jutalék kiszámolása történik az elért eredmények alapján – **naptári hónap**.

**Minősítési norma** – mennyiségi mutató, mely meghatározza, hogy a termékforgalmazónak mennyi pontot kell elérnie egyedül vagy hálózata segítségével ahhoz, hogy megszerezze (vagy megtartsa) a kívánt pozíciót és/vagy a jutalékot.

**Jutalék** – az egyes pozíciók árásából van kiszámolva a termékforgalmazó fejlődési csoportjának elért eredményei alapján.

**Prémium** – az igazgatónak saját hálózata összesített forgalma után járó külön jutaléka a marketing terv szabályai alapján.

**Jutalék mélysége** – a szintek meghatározott száma, melyek után a termékforgalmazó jutalékban részesül.

**Hálózatszűkítés** – a passzív termékforgalmazók kiiktatása, melyek az adott hónapban nem teljesítették a minősítési normát. Ezek a termékforgalmazók nem kapnak jutalékot, „átlátszóvá” válnak és egész hálózatuk átkerül a felsőbb pozícióban elhelyezkedő igazgató alá, aki az adott hónapban teljesítette a minősítési normát. **A hálózatszűkítés csak az adott hónapot érinti.**

**Transzfer** – pontleosztási folyamat a szponzor és termékforgalmazó között.

**Csekk** – belső információs okirat, mely tanúsítja az elszámolási időszak alatt elért jutalék összegét.

**Meghosszabbítási díj** – az adatbázisban bejegyzett megegyezés érvényességének további egy évre való meghosszabbításáért fizetendő összeg. **A meghosszabbítást szükséges elvégezni a meghosszabbítási kötelesség napjától (azaz a regisztráció lejártától) számított 6 hónapon belül, ellenkező esetben passzív taggá válik és ki lesz törölve a számítógépes adatbázisból. Elveszíti pozícióját, hálózata átkerül az aktív szponzor alá. A Társasággal való további együttműködéshez a standard, kezdő pozícióból kell indulnia.**

**Kiegészítő jutalmak** – a társaság által felajánlott különféle jutalmak, melyek minden pozíciót érintenek. A kiírt feltételek teljesítésére különböző időszak áll rendelkezésre (hosszútávú, rövidtávú, negyedévi stb.).

**Kedvezményezett belépések** – olyan vásárlások, amelyek már önmagukban tartalmaznak kedvezményt. Mint például menedzseri belépés 1000 pont értékű egyszeri vásárlással, konzultánsi belépés 250 pontos vásárlással vagy Quick start. A kedvezményezett vásárlások után nem lehet pontot leosztani.

**Etikai Kódex** – a termékforgalmazóktól elvárt viselkedés kódexe.

## Pozíció

A marketing terv négy pozíciót határoz meg: klubtag, konzultáns, menedzser, igazgató.

### Klubtag

A marketing terv első pozíciója. Megegyezése alapján jogosult 10 % kedvezményre vásárlásai folyamán.

### Magyarázat:

A klubtag forgalma után járó pontok átkerülnek a szponzorhoz, hozzászámolódnak csoportos forgalmához. Miután személyes forgalma után járó pontjai (a leosztottakat is ideértve) elérik az 500-at (bármilyen idő alatt), automatikusan konzultánsi pozícióra kerül és 20 %-os kedvezményre tesz szert. Tekintettel arra, hogy még nincs pontgyűjtési rendszere, a személyi és csoportos (amennyiben szponzor) forgalma után járó pontjai továbbra is a szponzorhoz kerülnek. A pontgyűjtési rendszer megnyitható egyszeri vásárlással 100 pont értékben vagy összesített 150 pontos forgalommal egy hónap alatt. Esetleg a szponzortól történő pontleosztással is megnyitható.

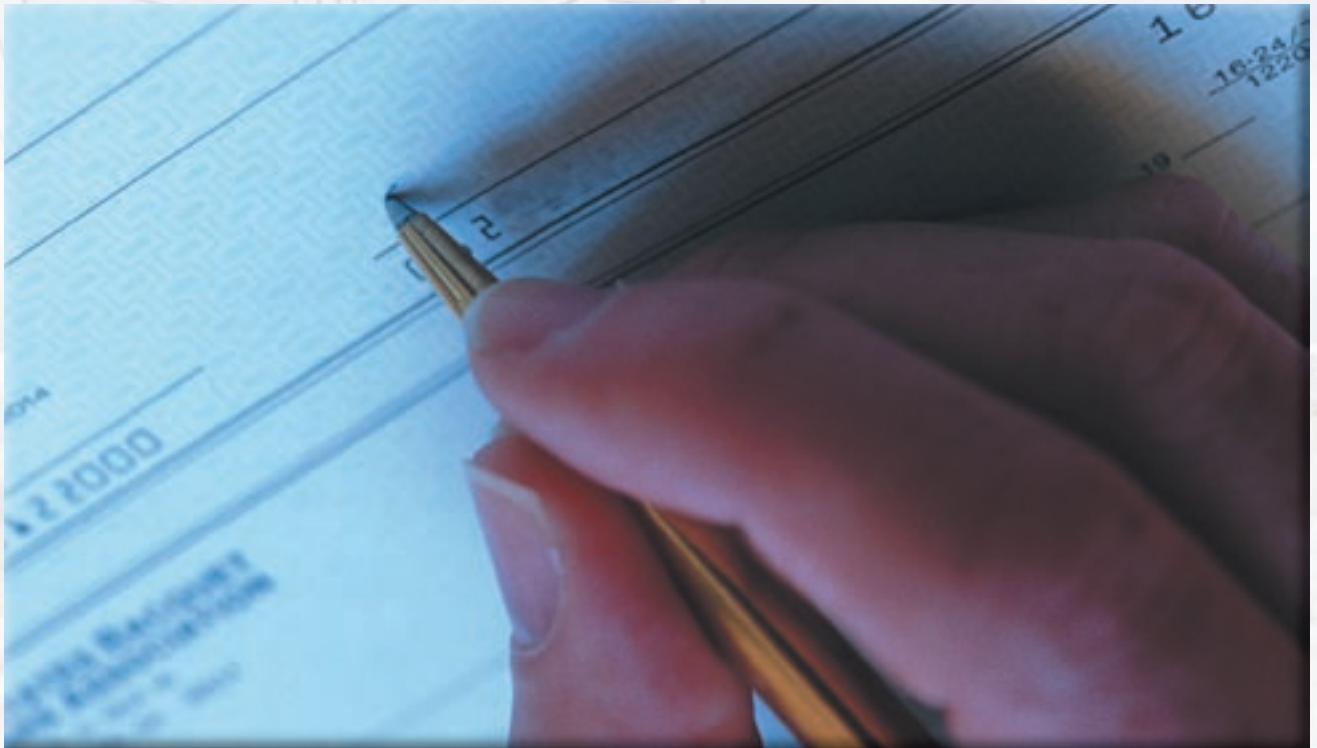
### Konzultáns

A marketing terv második pozíciója 20 %-os vásárlási kedvezményrel. Minősítési norma a pontgyűjtés megkezdéséhez – egyszeri forgalom 100 pont értékében, vagy összesen 150 pont

értékben egy naptári hónap alatt. A feltétel teljesíthető a szponzornál történő vásárlással is – pontleosztással.

### Magyarázat:

A pontgyűjtési rendszer megnyitásához szükséges minősítési norma teljesítéséig Ön lehet konzultáns 20 %-os vásárlási kedvezményrel, de a pontokat még nem gyűjtheti, azok automatikusan a szponzor csoportos forgalmához számolódnak.



### A konzultáns kiváltságai és bevételei:

1. 20 %-os vásárlási kedvezmény.
2. Bevétel a kiskereskedelmi értékesítésből, azaz 25 % a termék beszerzési árából.

### Magyarázat:

Miért nyer 25 %-ot a kiskereskedelmi értékesítésből?

Példa: A termék értéke 100 VU. Amennyiben Ön mint konzultáns a terméket 20 % kedvezménnyel veszi, tehát 80 VU értékben, de 100 VU értékben adja el, az Ön nyeresége 20 VU ami 25 % a 80 VU-ból, vagyis a termék beszerzési árából.

3. Magassabb pozíció elérése személyes forgalma, valamint saját hálózatának konzultánsai és klubtagjai forgalmának köszönhetően. A hálózat tagjainak forgalmából eredő pontok az Ön személyes forgalmához számolódnak, mint csoportos forgalom, és így Ön közelebb kerül a menedzser pozícióhoz.
4. 10 %-os jutalék a hálózatában lévő klubtagok forgalmából. A jutalék feltétele, hogy az adott hónap folyamán Ön legkevesebb 100 pontos személyes forgalmat érjen el. Ez a feltétel csak a jutalékot érinti, ha nem sikerül teljesítenie az nem befolyásolja sem a pozíciót sem a kedvezményt. A jutalékot a legközelebb álló szponzor kapja, aki teljesítette ezt a feltételt.

### Menedzser

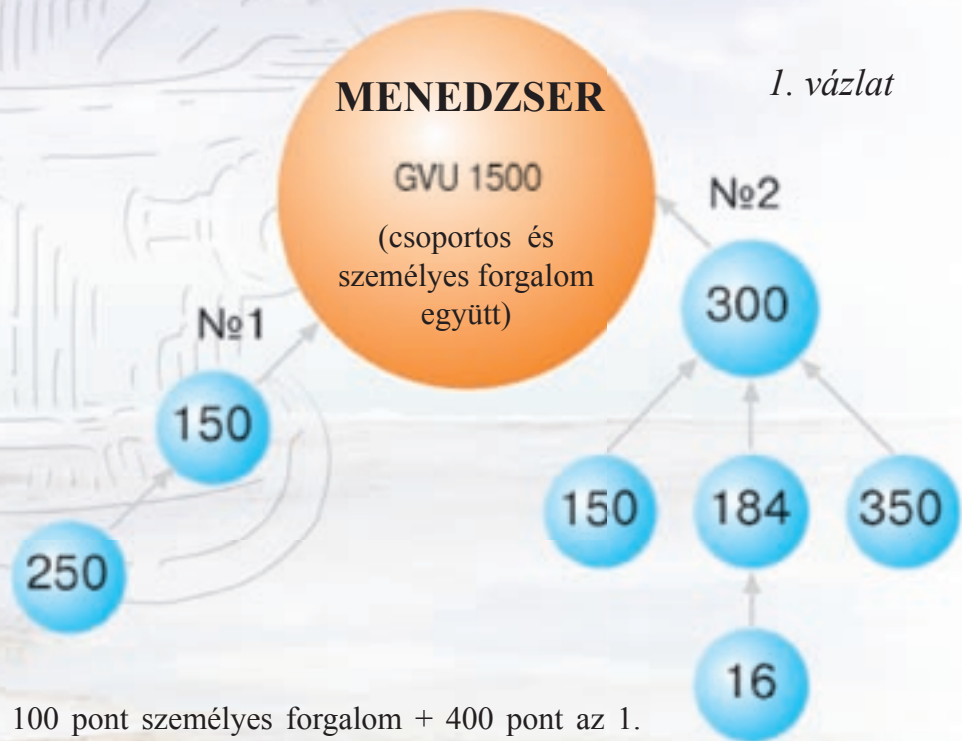
A marketing terv harmadik pozíciója. Kétféle módon lehet megszerezni:

**Első lehetőség:** az Ön személyes forgalma, valamint a hálózatában lévő

összes szinten elhelyezkedő konzultánsok és klubtagok teljes forgalma (GVU) együtt eléri az 1500 pontos értéket (1. vázlat). Ettől kezdve Ön átkerül a menedzseri pozícióra ahol már 33 %-os kedvezményben részesül vásárlásai során.

**Második lehetőség:** egyszeri személyes forgalom 1000 pont értékben. Már ez a vásárlás is 33 %-os kedvezménnyel történik és Ön eléri a menedzseri

### Menedzser pontgyűjtésének példája



100 pont személyes forgalom + 400 pont az 1. csoport forgalmából + 1000 pont a 2. csoport forgalmából = 1500 csoportos forgalom

pozíciót. Ezt a forgalmat a regionális raktáron keresztül kell véghezvinni, **nem lehet megszerezni transzferrel.**

#### A menedzser kiváltságai és bevételei:

1. 33 %-os vásárlási kedvezmény.
2. Bevétel a kiskereskedelmi értékesítésből, azaz 50 % a termék beszerzési árából.

#### Magyarázat:

Miért nyer 50 %-ot a kiskereskedelmi értékesítésből?

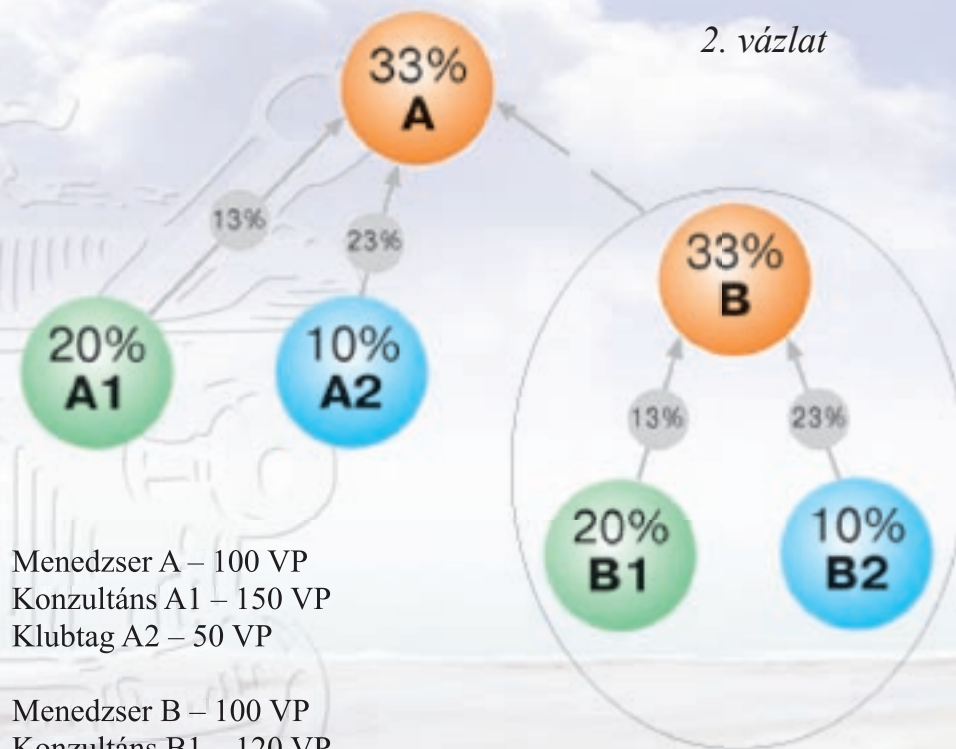
Példa: A termék értéke 100 VU. Amennyiben Ön mint menedzser a terméket 33 % kedvezménnyel veszi, tehát 67 VU értékben, de 100 VU értékben adja el, az Ön nyeresége 33 VU ami 50 % a 67 VU-ból, vagyis a termék beszerzési árából.

3. A hálózatában lévő klubtagok forgalmából 23 %-os, a konzultánsok forgalmából pedig 13 %-os jutalék illeti meg (2. vázlat). A jutalék feltétele, hogy az adott hónap folyamán Ön legkevesebb 100 pontos személyes forgalmat érjen el. Ez a feltétel csak a jutalékot érinti, ha nem sikerül teljesítenie az nem befolyásolja sem a pozíciót sem a kedvezményt. A jutalékot a legközelebb álló szponzor kapja, aki teljesítette ezt a feltételt.

4. Hálózata forgalmának köszönhetően pontjai egyre csak halmozódnak és közelebb viszik Önt a magasabb pozícióhoz a marketing tervben – az igazgatói pozícióhoz. Ha van a hálózatában menedzser, az ő személyes és csoportos forgalma után nem jár Önnek jutalék, de összesített pontszámuk beleszámítódik az Ön GVU pontértékébe – közelebb kerül az igazgatói pozícióhoz.

### Menedzser jutalékának meghatározása

2. vázlat



Menedzser A – 100 VP  
Konzultáns A1 – 150 VP  
Klubtag A2 – 50 VP

Menedzser B – 100 VP  
Konzultáns B1 – 120 VP  
Klubtag B2 – 80 VP

Az **A** menedzsernek 13 %-os kedvezménye lesz a 150 VP-ből (A1) és 23 % az 50 VP-ből (A2).

Az **B** menedzsernek 13 %-os kedvezménye lesz a 120 VP-ből (B1) és 23 % a 80 VP-ből (B2).

Az **A** menedzser pontot kap a **B** menedzsertől, de nem kap jutalékot, mert mindkettőnek azonos kedvezménye van.

## Igazgató

A marketing terv negyedik pozíciója. Kétféle módon lehet megszerezni:

**Első lehetőség:** az Ön személyes forgalma, valamint a hálózatában lévő összes szinten elhelyezkedő menedzserek, konzultánsok és klubtagok teljes forgalma (GVU) együtt eléri a 6000 pontos értéket. Ettől kezdve Ön átkerül az igazgatói pozícióra ahol már 40 %-os kedvezményben részesül vásárlásai során.

**Második lehetőség:** egyszeri személyes forgalom 4500 pont értékben. Már ez a vásárlás is 40 %-os kedvezményel történik és Ön eléri az igazgatói pozíciót. Ezt a forgalmat a regionális raktáron keresztül kell véghezvinni, **nem lehet megszerezni pontleosztással**. Ez a forgalom beleszámítódik annak a legközelebb álló szponzornak csoportos pontértékébe (GVU), aki az adott hónap folyamán teljesítette a 100 pontos forgalmat.

### Az igazgató kiváltságai és bevételei:

1. 40 %-os vásárlási kedvezmény.
2. Bevétel a kiskereskedelmi értékesítésből, azaz 67 % a termék beszerzési árából.



### Magyarázat:

Miért nyer 67 %-ot a kiskereskedelmi értékesítésből?

Példa: A termék értéke 100 VU. Amennyiben Ön mint igazgató a terméket 40 % kedvezménnyel veszi, tehát 60 VU értékben, de 100 VU értékben adja el, az Ön nyeresége 40 VU ami 67 % a 60 VU-ból, vagyis a termék beszerzési árából.

3. A hálózatában lévő menedzserek forgalmából 7 %-os, a konzultánsok forgalmából 20 %-os, a klubtagok forgalmából pedig 30 %-os jutalék illeti meg. A jutalék feltétele, hogy az adott hónap folyamán Ön legkevesebb 100 pontos személyes forgalmat ér el. Ez a feltétel csak a jutalékot érinti, ha nem sikerül teljesítenie, az nem befolyásolja sem a pozíciót sem a kedvezményt. A jutalékot a legközelebb álló szponzor kapja, aki teljesítette ezt a feltételt (3. vázlat).
4. Havi prémium az Ön alatt elhelyezkedő igazgatók hálózatának forgalmából. A prémium mértéke szintenként %-ban van megadva és az Ön hálózatában regisztrált igazgatók csoportos forgalmából van kiszámolva:
  1. szint – 8 %
  2. szint – 6 %
  3. szint – 4 %
  4. szint – 2 %



**A prémium megszerzésének feltétele,** hogy az adott hónap folyamán csoportos pontértéke (GVU) legkevesebb 1500 pont lesz és személyes forgalma (PVU) legkevesebb 100 pont lesz.

**Kivétel:** ez a feltétel változik abban az esetben, ha a termékforgalmazó – igazgató - hálózatában megjelenik az első igazgató. Ebben az esetben már 1000 pont csoportos és 100 pont személyes forgalomnál jár a prémium. Ez a kivétel az

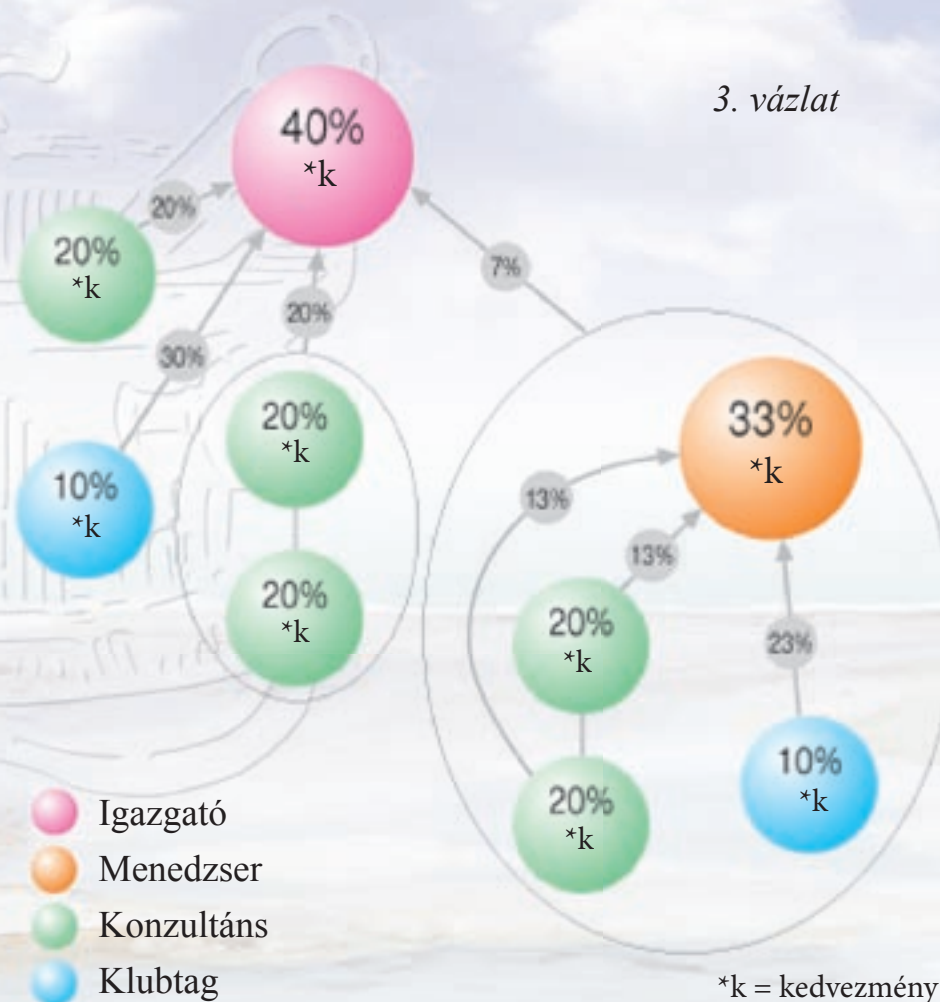
első igazgató megjelenésétől számított három hónap folyamán érvényes. Amennyiben ez idő alatt további igazgató jelenik meg a hálózatban, az nincs hatással a háromhónapos kivételre.

### Figyelem!

Az az igazgató, aki egy év (12 hónap) leforgása alatt egyszer sem teljesítette a 100 pontos személyes forgalom (PVU) feltételt, elveszíti egész hálózatát, mely ezáltal a feljebb álló szponzor alá kerül és nem lehet visszaigényelni. Az ilyen, hálózatától megfosztott termékforgalmazó nem veszíti el regisztrációs számát és 40 %-os vásárlási kedvezményét sem.

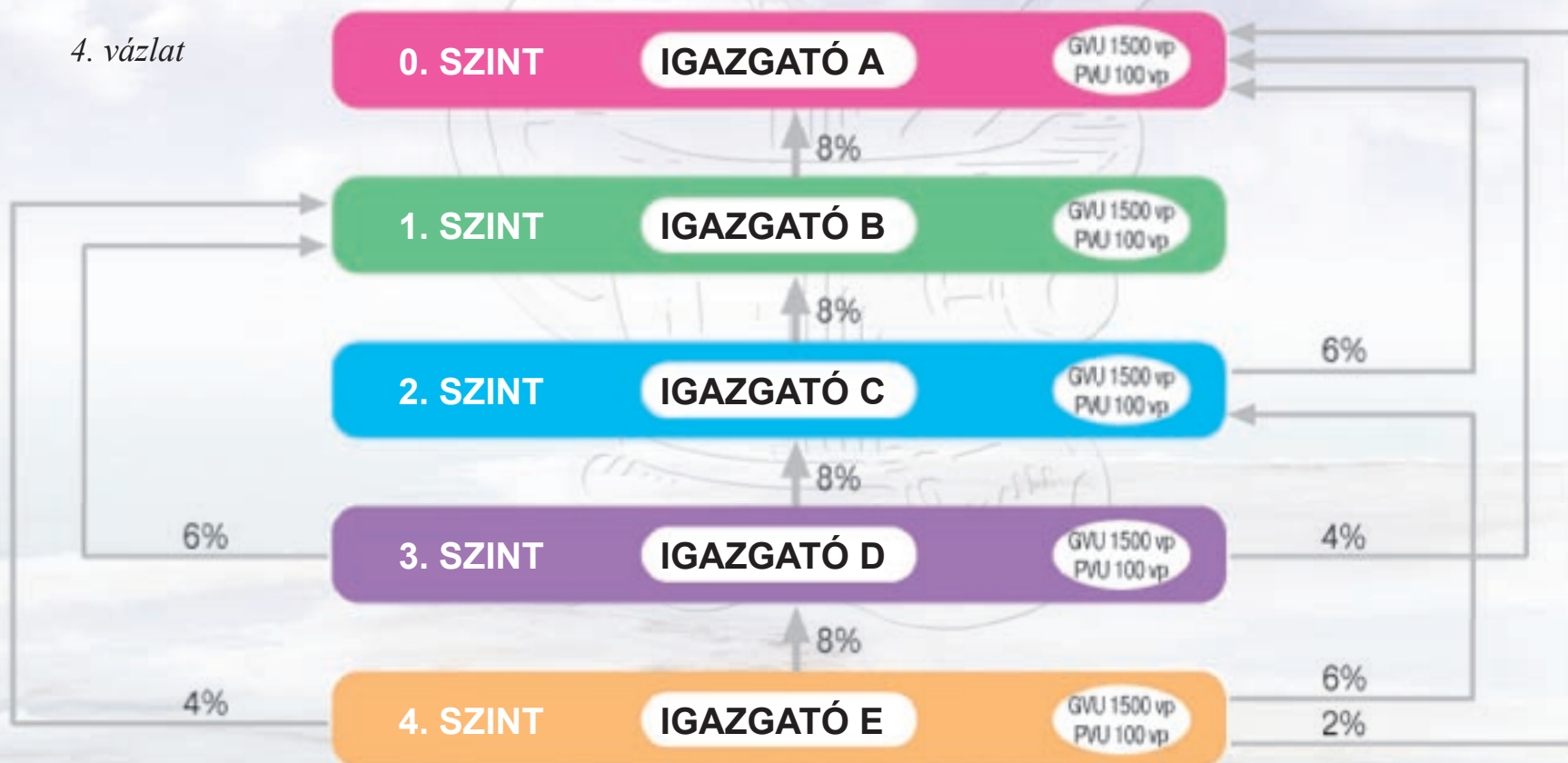
### Igazgató jutalékának meghatározása

3. vázlat



*Igazgatói hálózat jutaléka*

4. vázlat





*A jutalék kiszámolásának táblázata*

<b>POZÍCIÓ</b>	Jutalék a <b>KLUBTAG</b> után	Jutalék a <b>KONZULTÁNS</b> után	Jutalék a <b>MENEDZSER</b> után
<b>KLUBTAG</b> 10 %-os vásárlási kedvezmény	-	-	-
<b>KONZULTÁNS</b> 20 %-os vásárlási kedvezmény	10%	-	-
<b>MENEDZSER</b> 33 %-os vásárlási kedvezmény. Pozíció megszerzésének feltétele: 1500 GVU vagy egyszeri 1000 PVU	23%	13%	-
<b>IGAZGATÓ</b> 40 %-os vásárlási kedvezmény. Pozíció megszerzésének feltétele: 6000 GVU vagy egyszeri 4500 PVU	30%	20%	7%

A jutalék kifizetésének feltétele a 100 pontos személyi forgalom (PVU) elérése az adott hónap folyamán. Nem lehet jutalékot kapni az azonos, vagy magasabb pozíción lévő termékforgalmazó után, mivel annak kedvezménye azonos, vagy magasabb.

## Az igazgatói pozíció további tagolása – feltételek az elérésükhöz és a szintek mélysége a jutalék kiszámolásához

A Group és President pozíciókat havonta kell frissíteni – az aktuális hónap eredményei alapján.

Pozíció	Aktív igazgatók létszáma	Minimális globális forgalom (GVR)	Szintek mélysége a GVU kiszámolásához
<b>IGAZGATÓ</b>	-	-	4
<b>GROUP</b>	2	5.000	5
<b>MASTER</b>	4	25.000	6
<b>SILVER</b>	6	50.000	7
<b>GOLD</b>	8	100.000	8
<b>PLATINUM</b>	8	400.000	9
<b>DIAMOND</b>	10	750.000	10
<b>PRESIDENT</b>	12	1.000.000 és több	10 + 0,5 % a Társaság évi forgalmából

Inf.: az Igazgató, Group, Master valamint Gold pozíciót további bónusz illeti meg, amely az elért GVR pontszámok alapján van meghatározva – lásd táblázatot „Minősítési szabályok a bónusz eléréséért”.

### A prémium kiszámolásának táblázata

IGAZGATÓI SZINTEK	IGAZGATÓ	GROUP	MASTER	SILVER	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	*PRESIDENT
1. szint	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%
2. szint	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
3. szint	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%
4. szint	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
5. szint		2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
6. szint			1%	1%	1%	1%	1%	1%
7. szint				1%	1%	1%	1%	1%
8. szint					1%	1%	1%	1%
9. szint						1%	1%	1%
10. szint							0,5%	0,5%

\* A President fokozatban a prémiumhoz kapcsolódik még a Társaság évi forgalmának 0,5 %-a is.

A prémium kifizetésére csak abban az esetben jogosult, ha teljesíti az előírt havi 100 pontos személyes és 1500 pontos csoportos forgalmat (GVU).

1. **Igazgató** – prémiuma a hálózat 4. szintjéig terjed. 1 %-os bónuszt kap az 5. szintből, ha legkevesebb 25.000 pontos globális forgalmat (GVR) ér el havonta.
2. **Group** – az az igazgató, aki legkevesebb 5.000 pontos globális forgalmat ér el, van két aktív igazgatói ága az első szinten. Ezen a pozíción jutaléka az 5. szintig terjed. 0,5 %-os bónuszban a 6. szintből akkor részesül, ha legkevesebb 60.000 pontos globális forgalmat ér el (GVR).
3. **Master** - az az igazgató, aki eléri a 25.000 pontos globális forgalmat és van négy aktív igazgatói ága az első szinten. Ezen a pozíción jutaléka a 6. szintig terjed. 0,5 %-os bónuszban a 7. szintből akkor részesül, ha legkevesebb 125.000 pontos globális forgalmat ér el (GVR).
4. **Silver** - az az igazgató, aki eléri az 50.000 pontos globális forgalmat és van hat aktív igazgatói ága az első szinten. Ezen a pozíción jutaléka a 7. szintig terjed. 0,5 %-os bónuszban a 8. szintből akkor részesül, ha legkevesebb 200.000 pontos globális forgalmat ér el (GVR).
5. **Gold** - az az igazgató, aki eléri a 100.000 pontos globális forgalmat és van nyolc aktív igazgatói ága az első szinten. Ezen a pozíción jutaléka a 8. szintig terjed. 0,5 %-os bónuszban a 9. szintből akkor részesülhet, ha legkevesebb 300.000 pontos globális forgalmat ér el (GVR).
6. **Platinum** – az az igazgató, aki eléri a 400.000 pontos globális forgalmat, van nyolc aktív igazgatói ága az első szinten. Jutaléka a 9. szintig terjed.
7. **Diamond** – az az igazgató, akinek van tíz aktív igazgatója, melyek közül legalább négy Master pozícióval rendelkezik, és igazgatóinak teljes hálózata a nyolc szinten eléri a 750.000 pontos globális forgalmat ebben a hónapban. Egy Master helyett lehet egy Gold az első nyolc szinten.
8. **President** - az az igazgató, akinek van 12 aktív igazgatója, melyek közül legalább hat Master pozícióval rendelkezik, és igazgatóinak teljes hálózata nyolc szinten eléri az 1.000.000 pontos globális forgalmat az adott hónapban. Egy Master helyett lehet egy Gold az első nyolc szinten. A President pozíción joga van 0,5 %-os jutalékban részesülni a Társaság

*A bónusz minősítési normái*

Pozíció	Elért globális forgalom	A bónusz mértéke
Igazgató	25.000 és több	1 % az 5. szintből
Group	60.000 és több	0,5 % a 6. szintből
Master	125.000 és több	0,5 % a 7. szintből
Silver	200.000 és több	0,5 % a 8. szintből
Gold	300.000 és több	0,5 % a 9. szintből

teljes évi bevételéből. A jutalék kifizetésére évente egyszer kerül sor.  
(\* lásd példa).

\*Példa:

1. Az **A** igazgató 6 hónapon keresztül teljesítette a feltételeket a bónusz kifizetésére.
2. A **B** igazgató 3 hónapon keresztül teljesítette a feltételeket.
3. A **C** igazgató 9 hónapon keresztül teljesítette a bónusz kifizetésére előírt feltételeket.

A teljesített egy hónap egy igazgatói bónusz rész, tehát  $6+3+9=18$  rész. A Társaság évi forgalmának 0,5 %-os pontértéke el van osztva 18 részre, vagyis az **A** igazgató ebből 6 részt kap, a **B** igazgató hármat a **C** pedig 9 részt.

**Bármely igazgatói prémium kifizetésére csak akkor kerül sor, ha teljesíti az alapfeltételt, miszerint havi legkevesebb 100 személyes és 1500 csoportos forgalmat ér el.**

## A pontleosztás szabályai

A termékforgalmazónak joga van saját szponzorától vásárolni. Saját pontjainak igazságos megtartására a hálózatban a vásárlás pontértéke leosztható, miközben az alábbi feltételeket be kell tartani:

1. Bármilyen pozíción lévő termékforgalmazó csak a személyes forgalmából oszthatja le a pontokat, nem a csoportos forgalomból.
2. Csak az adott hónap folyamán tett forgalomból lehet leosztani a pontokat,

a pontok nem haladhatják meg a forgalom mennyiségét.

3. A leosztó termékforgalmazó számláján 100 pontnak kell maradnia, ez az aktív termékforgalmazó mutatója.
4. A leosztandó pontok mennyisége = az adott hónap személyes forgalma – 100 pont.
5. Pontokat leosztani csak a saját hálózatban, a saját fejlődési csoporton belül lehet.
6. Pontot leosztani a termékforgalmazónak, ha a leosztó és fogadó között vannak igazgatók, csak abban az esetben lehet, ha az igazgatók nem teljesítették a 100 pontos forgalmat az adott hónap folyamán.
7. A leosztott pontok megmaradnak a csoportos forgalom összesített pontszámában, de le lesznek vonva a személyes forgalom pontértékéből.
8. A termékforgalmazónak a leosztott pontok csak a havi zárás után lesznek a már meglévő pontjaihoz hozzáadva.
9. Azok a termékforgalmazók, akik a pontleosztással újabb pozícióra kerültek, a következő hónap első napjától kezdhetik az új kedvezményel történő vásárlást vagy pontgyűjtést.
10. A leosztott pontok után nem jár jutalék.
11. A pontleosztás bejegyzése a kitöltött nyomtatvány alapján történik, melyet a Társaság regionális irodájába kell beküldeni az adott hónap utolsó három munkanapján (személyesen, faxon, e-mailban stb.).

12. A számítógéprendszer nem végzi el a bejegyzést amennyiben: több a leosztott pont, mint amennyi a leosztó személyes forgalma; a leosztó termékforgalmazónál nem maradt 100 pont (PVU); a leosztást a saját hálózaton kívüli termékforgalmazó fogadja; leosztás a saját hálózaton belül, de a leosztó és a fogadó között van igazgató, akinek van 100 PVU-ja; a leosztás felfelé megy, a szponzor felé.

13. Pontleosztással nem lehet kedvezményes egyszeri belépést tenni, pl. 250 pont feletti vásárlásnál történő konzultánsi regisztráció, menedzseri 1000 PVU-s 33%-os belépés, igazgatói belépés 4500 PVU-s és 40%-os belépés, Quickstart esetén, és további, a Társaság által bejelentett kedvezményes vásárlás esetén. **Kedvezményes vásárlást nem lehet végrehajtani a szponzornál, csak a regionális képviselőnél.**



## A hálózatszűkítés szabályai

A hálózatszűkítésre a havi zárás folyamán kerül sor, miután a központi adatbázisba bekerül az összes forgalommal és pontleosztással kapcsolatos adat. A hálózatszűkítés és az ebből kifolyólagos jutalékkiszámlálás csak az adott hónapot érinti. Nincs befolyással a következő hónapokra. A hálózatszűkítéssel nem szűnik meg a pozíció alapján meghatározott, kedvezménytel történő vásárlás joga.

1. Nemdolgozó menedzser: az a menedzser, aki az adott hónap folyamán nem teljesíti a 100 pontos személyes forgalmat (PVU) nem kap jutalékot

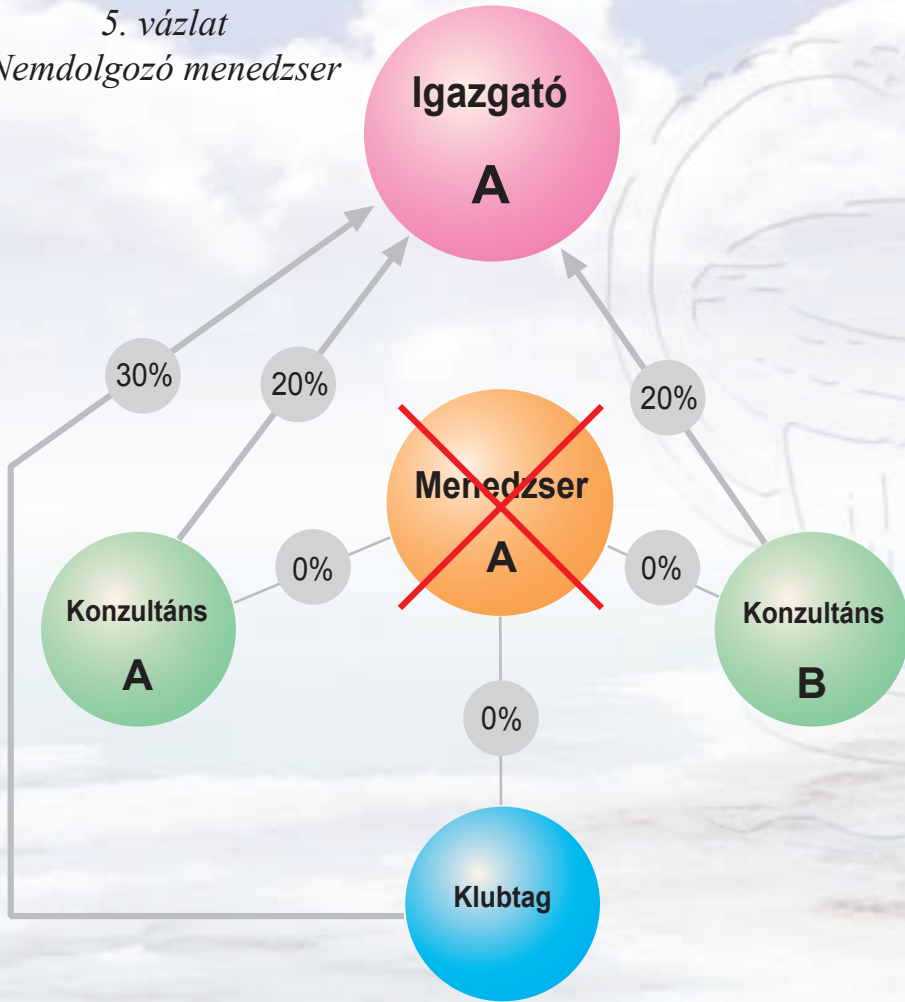
hálózata munkája után. Jutaléka a legközelebb álló szponzorra esik, aki aktív pozícióban van. Amennyiben ez egy igazgató (akinek egyébként 7 %-os jutalékra van joga az adott menedzser hálózatából), akkor a jutalék a nemdolgozó menedzser konzultánsai után 20 % a klubtagok után pedig 30 %, úgy, mint a saját fejlődési csoportja után.

2. Passzív igazgató: az az igazgató, aki az adott hónap folyamán nem érte el az 1500 pontos csoportos forgalmat (GVU), de van 100 pontos személyes forgalma, nem kap prémiumot saját igazgatóinak hálózata után, azt a legközelebbi aktív igazgató kapja. A passzív igazgató csak a saját fejlődési csoport forgalma után kap jutalékot. Lásd 6. vázlatot.

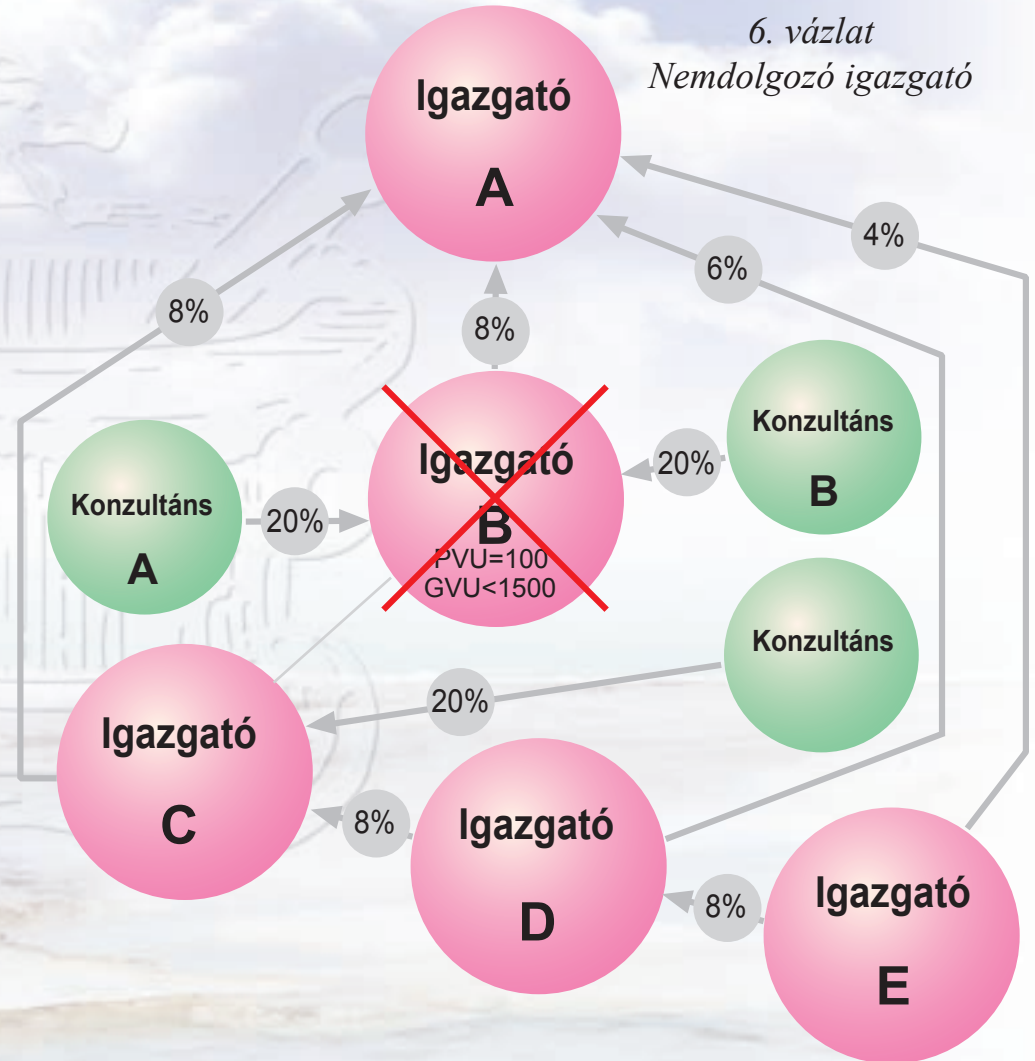
3. Nemdolgozó igazgató: az az igazgató, aki az adott hónap folyamán nem éri el az 1500 csoportos és 100 pontos személyes forgalmat, nem kap sem jutalékot sem prémiumot hálózata után. ~~A felette elhelyezkedő aktív, vagy passzív, igazgató a hálózatszűkítés végett a nemdolgozó igazgató konzultánsainak és menedzsereinek szponzorává válik és így megkapja az összes pontot és jutalékot.~~ Lásd 7. vázlatot.

Ezáltal a nemdolgozó igazgató hálózatában feljebb kerülnek az igazgatói pozíciók az egyes szinteken az első igazgatóig. Tehát az eddig második szint első lesz, a harmadik meg a második helyre kerül stb. ~~Az ilyen feljebb jutott szinten lévő aktív igazgatónak a marketing terv alapján megszabott jutalék jár.~~ Lásd 8. vázlatot.

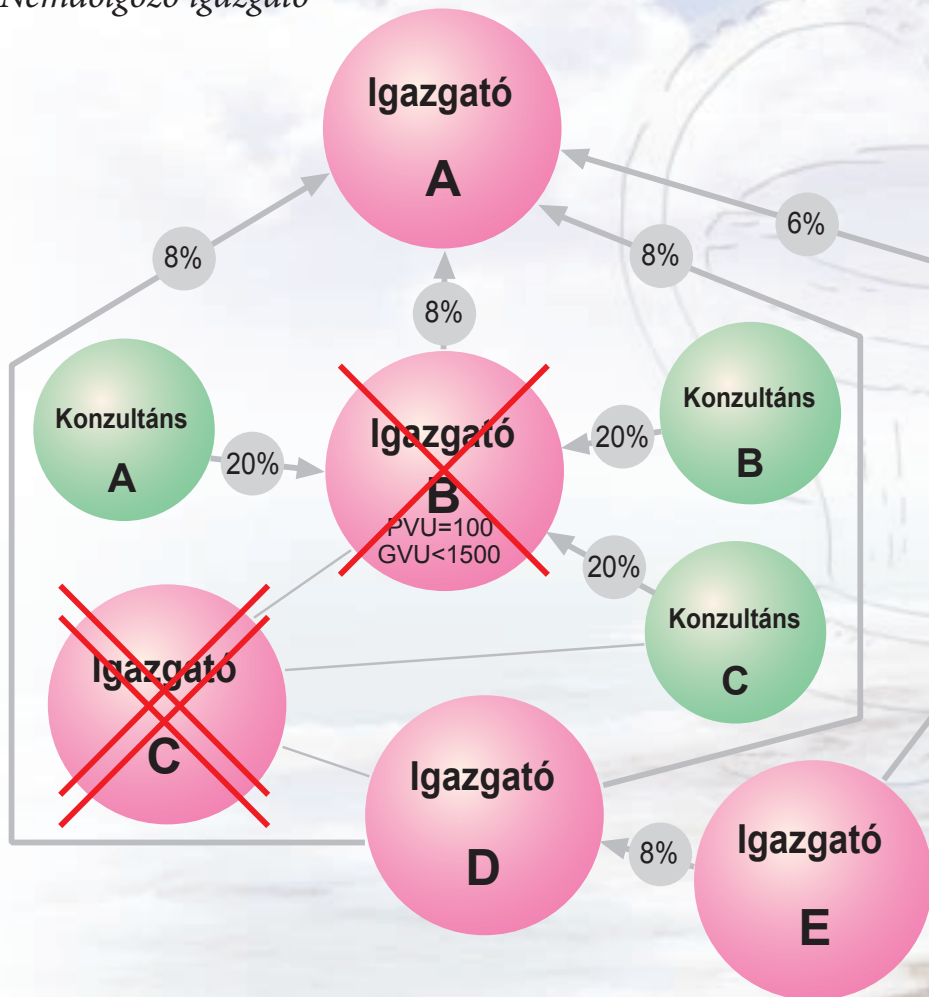
5. vázlat  
Nemdolgozó menedzser



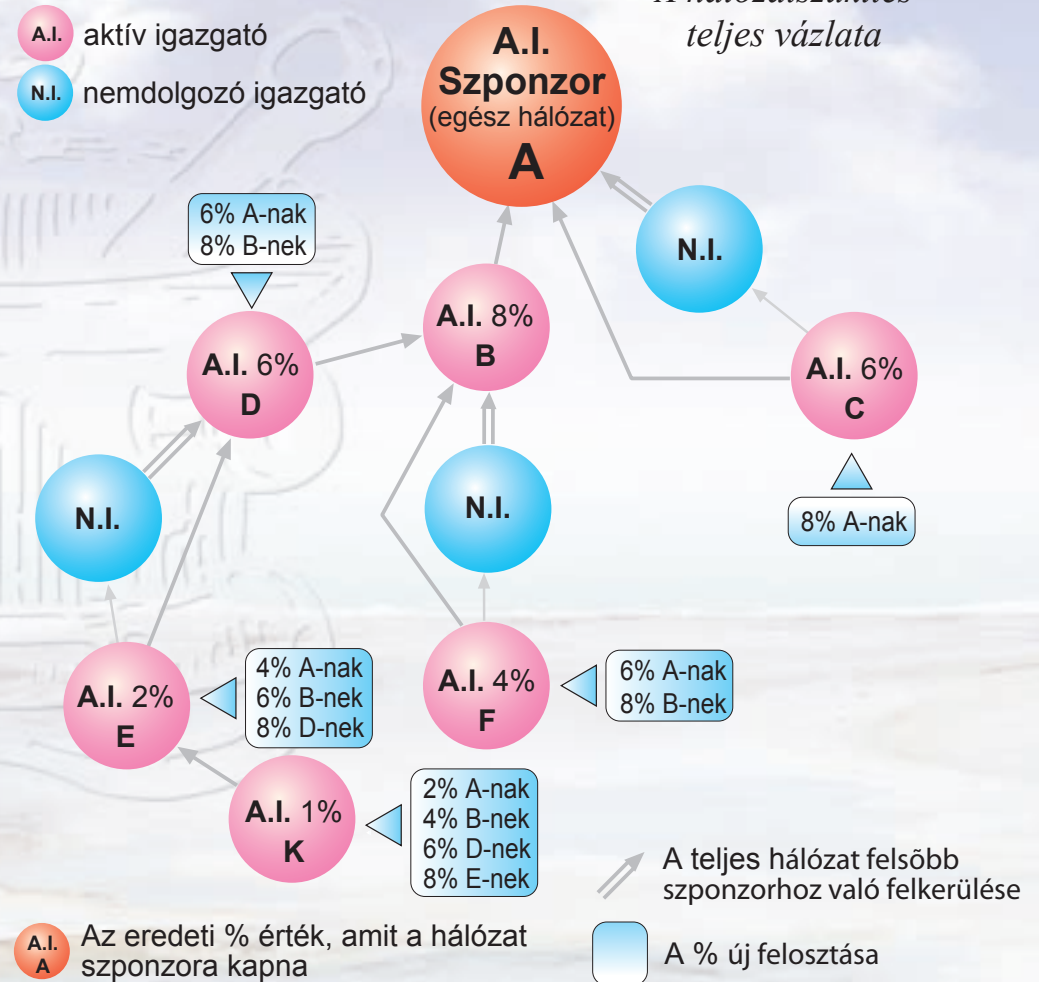
6. vázlat  
Nemdolgozó igazgató



7. vázlat  
Nemdolgozó igazgató



8. vázlat  
A hálózatszűkítés teljes vázlat



## Szponzorcsere

A szponzorcsere a Társaság marketingfeltételeinek és Etikai Kódexének komoly megsértése. A Társaság nem teszi lehetővé és tiltja a szponzor kicserélését. Az a termékforgalmazó, aki megsérti ezt a szabályt, visszakerül hálózatával együtt az eredeti szponzorához. A termékforgalmazó és a szponzor, aki áthozta őt hálózatába, írásos információt kapnak a megegyezés feltételeinek megsértéséről és a jövőbeli ismétlődés következményeiről.

Ha a termékforgalmazó másodszor is megszegi a feltételeket, a szponzorral együtt ki lesz vonva a Társaság adatbázisából és megszűnik az együttműködési megegyezése is, visszatérítés lehetősége nélkül.

## Kiegészítő jutalmak

A Dr. Nona International, Ltd. egyik legfontosabb célja, hogy minden termékforgalmazójának növekedjen jóléte. A havi prémiumokon és jutalékokon kívül a Társaság egyéb kiegészítő jutalmakat is ad, kezdve a havi akcióktól és ajándékoktól egészen a hosszútávú programokig, melyek minden termékforgalmazót érintenek, függetlenül az elért pozíciótól. Az eredményes és kitartó munkáért ajándékok járnak – arckrémtől kezdve, az üdülésen át, egészen az autóig. A legjobb termékforgalmazók már sok értékes ajándékot kaptak. Ezenkívül Társaságunk egy hosszútávú programot is felajánlott, mely a legsikeresebb termékforgalmazók jutalma, a „Lakás” programot. Ez a program úgy lett kidolgozva, hogy bármelyik termékforgalmazó részt

vehessen benne. Nem kell a legjobb munkatársnak lenni, elég, ha a Társaság marketingjében céltudatosan és teljes erővel dolgozik. Van, aki már egy év leforgása után jogosult az új lakásra, van aki kettő, míg más akár öt év után. A program minden egyes teljesített feltétele után a résztvevőnek „prémium pont” jár, mely a Társaság adatbázisában lévő személyes számláján gyűjtődik minden hónapban.

### Prémium pontok:

1. minden

100.000 GVR (globális forgalom)	1
150.000 GVR	2
250.000 GVR	3
400.000 GVR	4
600.000 GVR	5
1.000.000 GVR és több	6

2. minden

3.000 GVU (csoportos forgalom)	1
4.500 GVU	2
6.000 GVU	3
8.000 GVU	4
10.000 GVU és több	5



3. minden

1.000 PVU (Személyes forgalom)	1
1.500 PVU	2
2.500 PVU és több	3

4. minden elért pozíció után:

Master	1
Silver	2
Gold	3
Platinum	4
Diamond	5
President	6

### Figyelem!

Amennyiben a „Lakás program” résztvevője nem szerez az adott hónap folyamán egy prémium pontot sem, úgy elveszíti az addig gyűjtött összes prémium pontját!

Az adott hónap folyamán a pontok halmozódnak, de **egy hónap alatt legfeljebb 6 pontot lehet összegyűjteni.**

A prémium kifizetése az egyes pontsávok alapján történik:

- 150 prémium pont
- 250 prémium pont
- 350 prémium pont
- 500 prémium pont
- 650 prémium pont
- 800 prémium pont

A résztvevő pénzbeli jutalmat kap a lakás vásárlására, minden egyes pontsávnak van egy meghatározott pénzbeli értéke, melyet a Társaság minden évben egy különálló dokumentumban határoz meg.

**Megjegyzés:** az egyes pontsávok a feltüntetett pontmennyiséghez vannak kötve, vagyis ha a résztvevő úgy dönt, hogy szeretné megkapni a jutalmat 249 pontnál, akkor a 150 pontos sávba esik, ebből kapja a jutalmat és a megmaradt pontok elvesznek.



### „Negyedéves bónusz” program

A jutalom egy új formája, mely a Társaság gazdálkodási alapjából van fedezve. A jutalom mértéke a negyedév alatt elért eredményektől függ.

A programnak az a célja, hogy jutalmazza a termékgalmazók szilárd munkáját.

#### Feltételek:

- az 500 és több dollárt elérő termékgalmazók 13 csoportra vannak osztva, a bónusz mértékétől függően. Minden egyes csoport egy konkrét összegnek felel meg
- a negyedéves bónusz visszamenőleg van kiszámolva a negyedév minden egyes hónapja alapján, a szerint, hogy a

termékforgalmazó melyik csoportba esik

- minnél magasabb a jutalék, annál magasabb a negyedévi bónusz
- a bónusz az alábbi táblázat alapján van kiszámolva (1. tábla) az adott negyedévben (az első hónap az alap). Az alsóbb csoportba történő lecsúszást az előző hónapok jutalékának csökkenése is okozza (lásd 2. tábla).

1. tábla (A havi prémium kiszámolásának módja, mely összesítve a negyedévi bónusz mértékét adja.)

Sorszám	Csoport	Havi prémium
1	500 - 599,99	50
2	600 - 699,99	60
3	700 - 799,99	70
4	800 - 899,99	80
5	900 - 999,99	90
6	1000 - 1199,99	100
7	1200 - 1399,99	110
8	1400 - 1599,99	120
9	1600 - 1799,99	130
10	1800 - 1999,99	140
11	2000 - 2499,99	150
12	2500 - 3499,99	160
13	3500 és több	170

#### A negyedévi bónusz kifizetésének feltételei:

- A bónusz kifizetésének alap feltétele a 2000 pontos csoportos forgalom (GVU) a negyedév mind a három hónapja folyamán és legkevesebb 500 dolláros jutalék. Amennyiben akár csak az egyik hónap folyamán nem teljesíti valamelyik feltételt, a bónuszt nem lesz joga igényelni.
- Amennyiben a jutalék egy csoportal esik lejjebb, az előtte lévő hónap havi prémiuma is ebből a csoportból lesz megadva (2. példa).
- Amennyiben a jutalék több mint egy csoportal esik lejjebb, a havi prémiumok ebből a csoportból lesznek egyformán kiszámolva (3. példa).
- A negyedévi bónusz a negyedévet követő hónapban lesz kifizetve (azaz április, július, október, január).

2. tábla (példa a negyedévi bónusz kiszámolására)

Példaszám		1. hónap USD	2. hónap USD	3. hónap USD	Negyedévi bónusz USD
1. Növekedés	Jutalék	500	600	800	190
	Havi bónusz	50	60	80	
2. Csökkenés	Jutalék	1200	<b>1000</b>	1600	330
	Havi bónusz	100	100	130	
3. Csökkenés	Jutalék	1400	1400	<b>900</b>	270
	Havi bónusz	90	90	90	
4. Nem teljesítve	Jutalék	500	800	<b>499</b>	0
	Havi bónusz	0	0	0	

Megjegyzés: a negyedévi bónusz kiszámolására egy általános év negyedéve a meghatározó:

- I. negyedév: január – március
- II. negyedév: április – június
- III. július – szeptember
- IV. október – december

## „Quick start” program

A „Quick start” program azokat az új konzultánsokat érinti, akik azzal a tiszta céllal kötnek együttműködési megegyezést a Társasággal, hogy

mielőbb magasabb pozícióra kerüljenek és magasabb jutalékokat érjenek el. A „Quick start” egyszeri vásárlást jelent pontosan 400 pont értékben, mely 40 %-os kedvezménnyel történik, azaz további 20 %-os kedvezményt kap, hogy mielőbb megértse a termékek hatékonyságát és azonosuljon vele. „Quick startot” csak az új termékforgalmazó vehet, mint első vásárlást és csak egyszer. Ezzel a vásárlással konzultánsi pozícióra kerül, további vásárlásait 20 %-os kedvezménnyel teszi. A „Quick start” vásárlásból a szponzoroknak nem jár jutalék, a pontok és a prémium a felsőbb szinteken elhelyezkedő termékforgalmazók forgalmába számolódik bele, hasonlóan mint az igazgatók után.

## Gyakori kérdések:

### 1. kérdés:

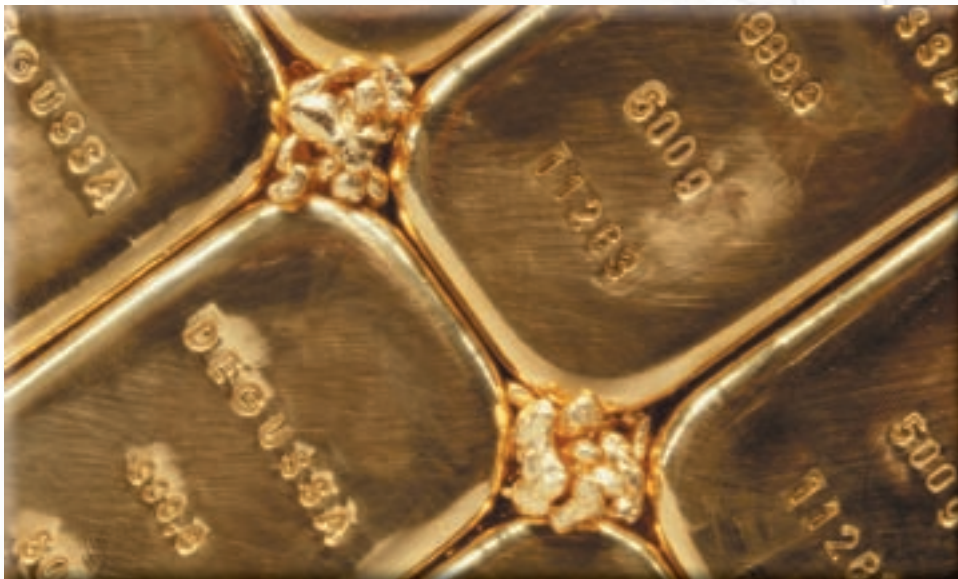
Amennyiben egy konzultáns az adott hónap folyamán igazgatói pozícióra kerül, melyik hónaptól kap:

- A. jutalékot mint igazgató?
- B. prémiumot az alatta elhelyezkedő igazgató után?
- C. mit kap a felsőbb szinten elhelyezkedő aktív igazgató – jutalékot vagy prémiumot?

### Válasz:

A. az a termékforgalmazó, aki az adott hónap folyamán igazgatói pozícióra kerül, jutalékot mint igazgató az összes ez után történt forgalomért rögtön a pozíció megváltozása után kezd kapni;

B. amennyiben a termékforgalmazó az adott hónap folyamán igazgatói pozícióra kerül és alatta megjelenik egy új igazgató, akkor az új igazgató



forgalmából prémiumot kap, amennyiben legkevesebb 1000 pontos csoportos forgalmat ér el. Ez az 1000 pont kivétel és az új igazgató megjelenésétől számított 3 hónapig érvényes, további igazgatók megjelenése a hálózatban nem érvénytelenítik.

Példa: az **A** menedzser május 16.-án került igazgatói pozícióba és 23.-án megjelent alatta egy új **B** igazgató. Az **A** igazgató 8 %-os prémiumot kap a **B** igazgató hálózatának május 23. és 31. között tett forgalmából, amennyiben teljesíti az 1000 pontos csoport és 100 pont személyi forgalom feltételt. Ez a kivétel csak az új igazgatókat érinti a pozíció megszerzésétől számított 3 hónapig, azután a prémium kifizetéséhez 1500 GVU és 100 PVU kell;

C. amennyiben a konzultáns egy adott hónap folyamán igazgatói pozícióra kerül, a felette lévő szinten elhelyezkedő aktív igazgató jutalékot kap a még konzultánsként végzett forgalma után és prémiumot a már igazgatói pozícióban tett forgalma után;

## 2. kérdés:

Milyen módon válhat a klubtag konzultánsá?

- A. Mikortól kap magasabb kedvezményt?
- B. Mikortól kezdhet aktívan dolgozni és hálózatot építeni?

## Válasz:

A klubtag kétféle módon válhat konzultánsá:

I. Bármikor aláírhatja az együttműködési megegyezést és megvásárolhatja a Startcsomagot.

II. Ha a klubtag vásárlásainak összértéke eléri az 500 pontot, automatikusan konzultánsá válik.

A. mindkét esetben (megegyezés regisztrálásával, vagy az 500 pont elérésével) azonnal 20 %-os kedvezményre tesz szert további vásárlásaira. A pozícióját nem tudja növelni (s így a kedvezményt sem), mivel nincs megnyitva a pontgyűjtési rendszere, így saját és hálózatának pontjai a szponzor globális forgalmába kerülnek (GVU);

B. ahhoz, hogy növelje kedvezményét és építse hálózatát (saját és hálózata pontjait a maga számlájára gyűjtse), fontos, hogy a konzultánsi pozíció megszerzése után nyissa meg a pontgyűjtési rendszert, amit megtehet egyszeri személyes vásárlással 100 pont értékben, vagy összesítve egy hónap leforgása alatt 150 pont értékben. Ettől kezdve a konzultáns személyes pontgyűjtési rendszerében gyűjtődnek a pontok mind a saját mind azon munkatársak forgalmából, kiknek Ő a szponzora. A rendszert pontleosztással is meg lehet nyitni – a szponzornál tett vásárlással – ebben az esetben a rendszer a következő hónap első napjától nyílik meg, miután a pontleosztás bekerül az adatbázisba;

## AZ ÉRDEKELT FELEK JOGAI ÉS A TÁRSASÁG REKLÁMOZÁSÁNAK FELTÉTELEI

### Együttműködési megegyezés a Dr. Nona International, Ltd. Társasággal

A Dr. Nona International, Ltd. Társasággal kötött együttműködési megegyezés egy alap okirat, mely igazolja az Ön részvételét a hálózati marketingben. A konzultánsi pozíció hivatalos megnevezése angolul „Independent Konsultant Application & Agreement” ami magyarul „A független konzultáns nyilatkozata és megegyezése”. A megegyezés szót használjuk, nem pedig a szerződést. A különbség nagyon fontos. A „szerződés” szó használata jogi kötelezettségeket jelent, melyek az adott állam jogszabályzata alapján meghatározzák a felek kapcsolatát.

#### **A független termékforgalmazónak nincs jogi kötelezettsége a Társasággal szemben!**

A Társaság egyoldalú jogokat ad és meghatározza a termékforgalmazó és a Társaság közötti kölcsönös kapcsolat feltételeit. A feltételek megszegése esetében a Társaságnak joga van a megegyezés felbontására. Ez az okirat, mellyel jogokat kap, egyféle licenc. Hogy ki, milyen formában használja a kapott jogokat, az a személyes ügye. A termékforgalmazónak viszont kötelessége megismerkedni a Társaság feltételeivel és betartani azokat, amennyiben munkatársa szeretne lenni.

#### **A termékforgalmazónak nincs joga követelni a Társaság által kiadott szabályok megváltoztatását.**

A megegyezést a termékforgalmazó saját akaratából köti meg, saját kérésére. A megegyezést csak felnőtt személy írhatja alá és csak egy megegyezést. Amennyiben a megegyezés bármilyen ok miatt fel van bontva, nem lehet újat megkötni a felbontást követő 6 hónapig. Aláírásával a Társaság termékforgalmazójává válik és köteles:

- ismerni a termékforgalmazás és a Társaság reklámozásának szabályait és betartani azokat;
- betartani a szabályokat és törvényeket az adott országban, ahol a Dr. Nona termékeket forgalmazza;
- ügyelni a Társaság jó hírnevére és védeni azt;
- nem forgalmazni a termékeket alacsonyabb összegért, mit amennyiért a Társaság ajánlja az adott országban;

#### **A termékforgalmazónak joga van:**

- a termékeket a pozíciója alapján járó kedvezménnyel vásárolni;
- megvásárolni a Társaság bármelyik reklámanyagát;
- saját termékforgalmazói hálózatot építeni;
- a marketing terv alapján meghatározott jutalékokban részesülni;
- megosztani tapasztalatait más termékforgalmazóval;

- tevékenységét korlátozatlan területen végezni (bármelyik város, megye vagy ország);
- a „Dr. Nona” logó felhasználására névjegykártyán, levelezőpapíron stb., az előírt formában, miközben mindent saját nevével kell ellátni és fel kell tüntetnie a „független termékforgalmazó” szöveget;
- részt venni a Társaság ösztönző akcióin, saját neve és regisztrációs száma alatt (ez nem vonatkozik a partnerre);
- megegyezését, és ezzel pozícióját és hálózatát is, eladni vagy átruházni (ideértve az öröklést is) másra;

#### A Társaság megtiltja:

- a Társaság nevében fellépni, annak ügynökének, képviselőjének vagy dolgozójának kiadnia magát;
- hamis információkat adni, vagy kezességet adni a termékekre ha a Társaság azt nem igazolta;
- lemásolni, sokszorosítani és árusítani a nyomtatott, hangfelvételes vagy videofelvételes anyagot;
- a Társaság címének, logójának vagy védjegyének előzetes írásos beleegyezés nélküli használatát;
- a szponzor kicserélését

- a dömpingár alkalmazását – alacsonyabb árakban értékesíteni, mint ahogy az árlistán szerepel az adott országban;
- akármilyen formában bármilyen anyagot, beleértve az elektronikus anyagot is (www oldalak), a Társaság nevében kiadni, vagy olyan formában, hogy úgy tűnjön, az a Társaság anyaga. Minden saját anyagon fel kell tüntetni a nevet és a „független termékforgalmazó” szöveget;
  - az adatbázisban regisztrált termékforgalmazónak partnerként beiratkozni egy másik termékforgalmazói megegyezéshez;



#### A Dr. Nona International, Ltd.:

- egyenlő jogokat garantál minden termékforgalmazónak, függetlenül az elért pozíciótól;
- fenntartja a marketing tervben való változtatások jogát;
- garantálja a termékforgalmazónak azt a jogot, hogy együttműködhessen egy másik személlyel, akit az együttműködési megegyezésén feltüntet mint partnert. Az ehhez szükséges adatokat a Társaság regionális képviselőjének kell átadni. Minden

felelősség azt a személyt érinti, aki a szerződésen elsőként szerepel, azaz fő személyként;

- megtiltja saját alkalmazottainak, és kizárólagos regionális képviselőinek, hogy bármilyen forgalmazói tevékenységet folytassanak;
- fenntartja a megállapodás egyoldalú felbontására szóló jogot, abban az esetben, ha a termékforgalmazó megszegi a forgalmazói vagy a reklámozással kapcsolatos szabályokat;
- garantálja, hogy a Társaság által meghirdetett versenyekből járó jutalmakat igazságosan és határidőn belül fizeti ki;

jutalékokból kiszámított 10 %-os díj illeti meg.

### A hálózat öröklése

A termékforgalmazó halála esetén az általa kiépített hálózat és annak nyeresége a törvényes örökösre száll. Az örökösöknek tanúsítaniuk kell az öröklési jogukat. Az együttműködési megállapodás csak egy személyre szállhat. Az öröklési jog belső ügy és a Társaság garantálja.

## A hálózat eladásának feltételei és az öröklési jog

A kiépített hálózat és a Dr. Nona International, Ltd. Társaságtól járó jutalékok kifizetésére való jog a termékforgalmazó személyes tulajdona. Ez a tulajdon értéket jelent, tehát a termékforgalmazónak joga van elcserélni vagy elajándékozni.

### A hálózat eladása vagy elajándékozása:

1. A hálózat eladását vagy elajándékozását írásba kell foglalni és közjegyzővel hitelesíttetni.
2. Az okirat másolatát a központnak (izraeli igazgatóság) is jóvá kell hagynia.
3. A Társaságot az eladással kapcsolatban az elmúlt 6 hónap során kifizetett

## A DR. NONA INTERNATIONAL, LTD. TERMÉKFORGALMAZÓK ETIKAI KÓDEXE

### Becsületesen kijelentem, hogy:

- a hálózati marketing szabályait betartom, a nyereségem érdekében építem hálózatomat és segítek másoknak fejlődésükben és sikereikben;
- munkám stratégiáját úgy alakítom ki, hogy ügyfeleimnek és más termékforgalmazónak kárt ne okozzak, a Társaság és a hálózati marketing jó hírnevét ne rontsam;
- ismerem jogaimat, megismerkedtem a Dr. Nona International, Ltd. Társaság által meghatározott szabályokkal, azokat mindig és mindenhol betartom;
- minden kötelességemet az ügyfeleimmel és jelenlegi, illetve jövőbeli munkatársaimmal szemben teljes mértékben teljesítem;
- ismereteimet és tudásaimat átadom azoknak a termékforgalmazóknak, akiknek



szponzora vagyok;

- a tényleges és lehetséges keresetekről való információkat szolgáltatok;
- a termékeket a vevővel megfontoltan, legjobb ismereteim szerint ismertetem, mindenféle tolokodás nélkül és megfelelő mennyiségben;
- igyekszem az esetleges vitákat a megértés szellemében és mindenkivel szemben igazságosan megoldani;
- lojális leszek a Társasággal és termékeivel szemben és nem fogom becsülni a konkurens Társaságokat és termékeiket;
- a Társaság minden termékforgalmazójával kollegiálisan fogok viselkedni;
- a termékeket az adott ország meghatározott árjegyzéke alapján fogom értékesíteni.

## A HÁLÓZATI MARKETING JELENTŐSÉGE

A mai időben három különféle lehetőség van pénzkeresetre és siker elérésére:

1. Szerződéses munkavállalás  
(idegen döntések véghezvitele, időigényes és alacsony kereset)
2. Vállalkozás  
(saját döntések véghezvitele, magasabb tőkebefektetés, fennál a csőd lehetősége)
3. Hálózati marketing
  - saját döntések véghezvitele;
  - minimális tőkebefektetés, nem áll fenn a csőd veszélye;
  - kötetlen időbeosztás;
  - rugalmas kereseti lehetőség;



olyan, akinek a termékre szüksége lesz. Ön azért részesül jutalomban, mert átadta az információkat és tanácsokat, hasonlóan, mint amikor egy jó éttermet ajánl ismerőseinek, amelyekkel meg volt elégedve. Azok a társaságok, akik a hálózati marketingben értékesítenek, ezekért a tanácsokért jutalmazták a forgalmazót. Nem költenek hatalmas összegeket reklámra és pockihelyezésre az üzletekben. A hálózati marketingnek a reklámot a vevővel való személyes kapcsolat jelenti. Termékeket a Társaságtól csak azok vehetnek, akik részt vesznek ebben az értékesítési formában – és így jutnak pénzkereseti lehetőséghez.

Minden vállalkozás célja (legyen az szolgáltatás vagy gyártás) az, hogy:

Az emberek többsége amint a hálózati marketingről hall, azt feltételezi, hogy a siker eléréséhez értékesíteniük kell valamit. Az értékesítés szó alatt idegen emberekkel való beszélgetést értik és azt, hogy mindenáron el kell nekik adni valamit, amire nincs is szükségük, vagy nem akarják megvenni. A hálózati marketingben nem olyan értékesítésről van szó, mint amilyennek azt a legtöbb ember elképzelem, habár itt is szükséges a forgalom. Kereskedelmi forgalom nélkül nincs pénzszerzési lehetőség. A hálózati marketingben akkor van kereskedelmi forgalom, ha átadja a Társaság termékeinek használatával kapcsolatos tapasztalatait barátainak és ismerőseinek. Akad majd közöttük

- minőséges termékeket gyártson;
- a terméket eladja és az piacképes legyen (ismert és kedvelt a vásárlók körében);

E két egyszerű mondat mögött bonyolult döntések sora áll. Ha már megvan a termék, akkor a lehető legegyszerűbb módon és minnél kisebb költségek árán kell eljuttatni a közvetlen felhasználóhoz. Az okos és figyelmes ember erre azt mondja „A gyártótól a vevőig eljuttatni a terméket - az értékesítést jelent!”. És épp ez a különbség a hálózati marketing és az üzleti értékesítés

között.

### **A termék forgalmazása vagy értékesítése nem ugyanaz.**

A hálózati marketinggel foglalkozó cégek elsődleges feladata az, hogy eljuttassa az információt a vevőhöz. Amennyiben a fogyasztó teljes körű és jó információkat kap, úgy megveszi a termékeket. A hálózati marketing alapja a minnél szélesebb körben történő információ szolgáltatás. Az értékesítés ennek az információ átadásnak az eredménye.

A hálózati marketing egy új hozzáállást jelent a gazdaság két klasszikus fogalmához – forgalmazás és értékesítés. E két fogalom összekapcsolása az elképzeléssel, hogy működésük hatékonyságának növelésére egy hálózat alakuljon ki, létrehozott egy új gazdasági kapcsolatot – a hálózati marketinget.

A hálózati marketing a termék mozgását jelenti – a gyártótól a fogyasztóig – a termékforgalmazói csatornákon keresztül, kielégítve a fogyasztói keresletet a hálózat minden szintjén. A hálózat építése az emberek egyesülését jelenti, akik egymás között átadják az információkat és azok forrásait, a közös munkában segítik egymást és mindezt szabadon teszik, fölé- és alárendeltség nélkül.

A hálózati marketingben mindenki építi saját termékforgalmazói hálózatát, mely célja az információk és termékek eljuttatása a fogyasztóhoz, legyen az a hálózaton belül, vagy kívül. Munkájáért a termékforgalmazó jutalmat kap a Társaságtól – jutalékot a hálózat forgalmából. A hálózatban dolgozó személy teljes mértékben különbözik az általános gazdasági kapcsolatokban szereplő személytől. Egy általános munkaviszonyban Ön felbérlet személyként dolgozna – mint alkalmazott, a hálózati marketinggel foglalkozó

cégek viszont teljes körű partnere. Szabad akarata szerint döntött így. Ön az együttműködési megállapodás független résztvevője. Ez megerősíti Önt jogaiban, de ezáltal átvállalja a felelősséget a siker eléréséért. **A siker csak Öntől függ.** A sikertelenség okát nem foghatja másra. Ez nem egyszerű, de tisztességes és felelősségteljes! A hálózati marketingben a független termékforgalmazó saját maga felel munkájának eredményeiért és a szerzett tapasztalatok alapján kialakítja saját szervezetét, melyet maga irányít és tanít, hogy növelje a munka hatékonyságát. A hálózati marketing nincs területhez kötve. Sok résztvevője hazai és nemzetközi szinten építi hálózatát.

A cégek általában hatalmas pénzüsszegeket fektetnek reklámba és más akciókba, amelyek megnövelhetik az eladás volumenét (kiállítások, prezentációk stb.), abban a reményben, hogy a vásárlók a termékeket megveszik és a jövőben is vásárolni fogják. Ez viszont megjelenik az árban amit a fogyasztó megfizet.

A hálózati marketing munkája és filozófiája eltér az általános társaságokétól. A szakemberek kutatásai és az emberek tapasztalatai is azt bizonyítják, hogy az új termék iránti lelkesedés természetes dolog. Ha elolvas egy jó könyvet, vagy bármi más jó hatással van Önre és megváltoztatja véleményét, vagy a világra való tekintetét, mit tesz Ön? Megosztja lelkesedését barátaival és azt ajánlja nekik, hogy próbálják ki ők is.

**Az emberek nagy része hálózati értékesítéssel foglalkozik, de nem kap ezért pénzt!**

A hálózati marketing ereje és eredetisége abban rejlik, hogy állandóan és közvetlenül jutalomban részesül a Társaságtól azért, mert termékeiről

információkat ad és tovább ajánlja őket. Minnél jobban és hatékonyabban teszi azt, annál magasabb a jutalom.

A hálózati értékesítésben nem úgy folyik az értékesítés, mint a kereskedelmi hálózatban. Itt az emberek **megosztják egymás között tapasztalataikat, tanácsokat és ajánlásokat adnak egymásnak.** Az a tanácsadó, aki értékeli a termékeket, használja azokat és segítségükkel sikert arat.

Megváltozna az élete, ha minden egyes tanácsáért 5 dollárt kapna? Biztosan igen!

A hálózati marketinggel foglalkozó társaságok nem a reklámba fektetik a pénzt, hanem szétosztják a termékforgalmazók között. A termékforgalmazó kompenzációként jutalmat kap azért az erőfeszítésért, amit a termék kipróbálásába fektetett, és azért, hogy ezt a terméket továbbra is használni és másoknak is ajánlani fogja (azaz reklámozza).

A Társaság köteles elsőosztályú termékeket gyártani, folyamatosan tökéletesíteni



azokat és minden egyes szállítmány minőségét ellenőrizni. Köteles figyelemmel tartani a piaci trendeket és a megrendeléssel összhangban szállítani a termékeket. Továbbá köteles maximális támogatást nyújtani Önnek a professzionális fejlődésben. Ez a támogatás reális célok meghatározásában és saját vállalkozói terv kialakításában segít, hogy a legrövidebb idő alatt anyagilag függetlenné váljon.

A hálózati marketingben céljait önállóan realizálja, de soha nincs egyedül – a Társaság támogatása és a hálózat különleges ereje mindig Ön mellett áll.

**A hálózati marketing minden aktív embernek különleges lehetőségeket kínál:**

- csak a hálózati marketingben kezdhet el dolgozni önfoglalkoztatásban és befektetett tőke nélkül;
- kötetlen időbeosztás, legyen az teljes állás vagy részmunkaidő. Egyszerre növelheti keresetét és bővítheti tudását a jobb munka érdekében;
- a hálózati értékesítés többszáz vagy több ezer dolláros keresetet tesz lehetővé magasfokú végzettség vagy speciális

tanulmány nélkül is, keresete az eladott termékek mennyiségétől függ;

- a televízió és számítógép korszakában az emberek egyre jobban eltávolodnak egymástól, ez a foglalkozás kollektív munka, új kapcsolatok kialakítását és érdekes találkozásokat tesz lehetővé;

- jó minőségű termékeket vagy szolgáltatásokat kínálhat. Ezek egyedi termékek, üzletben, katalógusban vagy reklámban nem találhatók;

- ami a legfontosabb, a hálózati értékesítésben mindenki saját maga felel sorsáért. Jutalmat a saját erőfeszítésért, képességeiért és befektetett energiáért kap. A hálózati marketing mindenki számára lehetővé teszi, hogy életét megváltoztassa és önbizalmát növelje. Egy új életstílusról, személyi és professzionális növekedésről és szabadságról van szó;

**Emlékezzon, ez az Ön saját üzleti vállalkozása, azt tesz, amit szeret és ez az, amit tovább ad.**



## Befelyezés

Ön kezében tartja Társaságunk marketing tervének második, kibővített változatát. Ezeket a változtatásokat alátámasztják az évek során összegyűjtött tapasztalatok. 10 év telt el Társaságunk megalapítása óta és ez a kibővített marketing terv úgy lett összeállítva, hogy segítse és bővítse együttműködésünket. Abban reménykedem, hogy sikerült meggyőznöm Önöket munkánk jó minőségéről, felkeltettük érdeklődését a hálózati értékesítés iránt s ezáltal egy új termékforgalmazóval bővül Társaságunk. Elindulhatunk a kitűzött cél felé. Bízom benne, hogy igyekezetünk továbbra is kitart.

Moshe Shneerson  
a Dr. Nona International, Ltd. elnöke