

## День клиента MIRRA

17 апреля 2010 года компания MIRRA провела свой традиционный праздник здоровья и красоты «День клиента MIRRA». В этот субботний день праздник прошел во многих городах России, Украины, Казахстана и Белоруссии.



Сыктывкар



Печора



Астрахань



Севастополь



Москва

Праздник косметики MIRRA состоялся в городах: Архангельск, Астрахань, Волгоград, Воронеж, Гомель, Донецк, Иркутск, Йошкар-Ола, Казань, Киев, Киров, Костанай, Кострома, Красноярск, Москва, Мурманск, Набережные Челны, Нижний Новгород, Новочеркасск, Ноябрьск, Одесса, Оренбург, Пенза, Петрозаводск, Печора, Ростов-на-Дону, Рязань, Самара, Санкт-Петербург, Сыктывкар, Тверь, Тобольск, Улан-Удэ, Ульяновск, Харьков, Челябинск.

### МОСКВА, Центральный офис MIRRA

«День клиента», проходивший в классевой центральной офиса MIRRA, привлёк много новых лиц, которые присоединились к бизнесу компании в последнее время.

Рассказ о важности правильного подбора косметических средств и мастер-класс Ю. Хайновской вызвал у аудитории неподдельный интерес. Дегустация продукции внесла большое оживление. Участвующие в ней наперебой предлагали друг другу оценить замечательные качества того продукта, который только что попробовали. На возникающие у новичков вопросы отвечали наши Бриллиантовые Мастера Валентина Касперская, Ирина Евдокимова, Татьяна Смирнова, Татьяна Адашинская.

Презентация «Приглашение в бизнес» также не оставила равнодушными участников меро-

приятия. В. Касперская, с присущим ей шармом, убедительно и эмоционально говорила о преимуществах и продукта и компании MIRRA. Результат не заставил ждать – приглашенные на «День клиента» девушки стали дистрибьюторами компании.

В этот день новых людей пригласили в бизнес наши известные лидеры: З. Павлова, Т. Адашинская, Л. Черныш. Мы от души поздравляем их с новичками!

Каждому, кто подписал соглашение, компания вручила твердые духи, пожелала удачи и успеха. За отведенное рамками мероприятия время мы ознакомили новичков с возможностями, которые открываются перед дистрибьюторами компании.

Далее прошла церемония награждения дистрибьюторов-победителей промо «Мои дорогие клиенты». Это их первый, и мы думаем не последний, успех в MIRRA! Несмотря на то, что победитель этого промо Александр Молочников получал награду в это же время в помещении на Новой Басманной улице, при объявлении результатов все собравшиеся аплодировали этому абсолютному лидеру среди победителей.

Как жаль, что не все победители промо смогли прийти в этот день. А у нас были и викторины, и подарки, цветы и аплодисменты, вручение наград и пожелания дальнейшего успеха, напутствие спонсоров и ответные слова, шампанское, фотография на память и хорошее настроение.

**Ольга Нестерова,**  
ведущий менеджер ОРД

Праздничную переключку городов смотрите на сайте компании, в разделе «Новости». Вы увидите фотографии с данных мероприятий и узнаете, как это было здорово!

## Летняя страда...

Вот и пришло долгожданное лето! Время путешествий, отпуска у моря, походов в лес, на рыбалку, за грибами, просто отдыха под щедрым летним солнцем. Но, как говорится, отдыху час, а делу время! И если носишь гордое звание – «Сетевик», то расслабляться особо некогда.

С 1 июня стартуют сразу два ПРОМО: «МОИ ДОРОГИЕ КЛИЕНТЫ-5» и «ПУТЬ МАСТЕРА-2». Оба промоушен уже хорошо знакомы дистрибьюторам MIRRA. Многие прошли через горнило их выполнения и с гордостью носят заслуженные награды – Золотые и Серебряные ветви. А теперь они уже могут проявить себя в этих промоушен и как Спонсоры – помочь своим Новичкам в выполнении непростых заданий. Сегодня каждый Спонсор может узнать, кто из дистрибьюторов его первого поколения является участником какого ПРОМО, достаточно посмотреть свой информационный отчет «Извещение дистрибьютора», в котором это указано. Ну и конечно, обязательно донести до каждого участника эту информацию. Но если Спонсор молчит (не спонсирует!), дистрибьютор и сам может узнать о своем участии в ПРОМО, надо лишь посмотреть свое «Извещение дистрибьютора».

Информацию об участии в объявленных на лето ПРОМО можно смотреть в Извещениях, начиная с расчетного месяца «Апрель 2010».

Получить Извещение можно в своем РЦ или через ВИЦ ([www.vic.mirra.ru](http://www.vic.mirra.ru)), тем более, что весной Компания порадовала нас – с 24 апреля любые информационные отчеты получаем бесплатно!

Обратите внимание! В ПРОМО «ПУТЬ МАСТЕРА-2» добавилась новая категория участников. Теперь попробовать свои силы в этом трехмесячном бизнес-спурте смогут дистрибьюторы, у которых с ноября 2009 по апрель 2010 совокупно за 6 месяцев Объем Организации был равен (или более) 450 очков, но менее чем 1500 очков ( $450 \leq \text{ОО} < 1525$ ). Также в этом ПРОМО участвуют дистрибьюторы, присоединившиеся к бизнесу MIRRA в период с 1 сентября 2009 г. по 31 марта 2010 г.

В «ПМДК-5» тоже две группы участников:

Дистрибьюторы, присоединившиеся к бизнесу MIRRA в период с 1 марта 2010 г. по 30 июня 2010 г.

Дистрибьюторы, у которых с ноября 2009 по апрель 2010 совокупно за 6 месяцев Объем Организации был равен или более 150 очков, но менее чем 450 очков ( $150 \leq \text{ОО} < 450$ ).

Все задания в летних ПРОМО остались прежними (см. полные тексты условий «ПМДК-5» и «ППМ-2» на сайте [www.mirra.ru](http://www.mirra.ru) и в летнем каталоге). И, разумеется, победителей ждут призы: Серебряная и Золотая Ветви MIRRA, Специальный и Знаковый призы MIRRA – подвеска с бриллиантами и золотая заколка MIRRA. И еще одна путевка на Марафон-2010. Первую путевку уже получила Мастер из Улан-Уде – Надежда Магит за потрясающий результат в выполнении ПРОМО «ПУТЬ МАСТЕРА». Она выполнила все условия, стала Мастером, и в ее структуре 10 дистрибьюторов выполнили ПМДК-3!

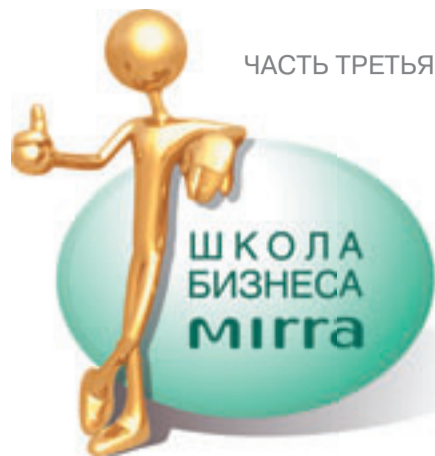
Вместе с месяцем «май» заканчивается не только календарная весна, но и период выполнения ПМДК-4. Итоги подведем в конце июня, а вот праздновать и чествовать Победителей будем 17 июля, в «День клиента MIRRA», который по традиции будет проходить в этот день во многих РЦ и РС MIRRA разных стран и городов.

Компания MIRRA желает всем участникам «ПМДК-5» и «ППМ-2» – упорства в достижении цели. Спонсорам участников – терпеливости и профессионализма.

Всем – хорошего лета и, конечно, найти время для отдыха. Ведь отлично работает тот, кто умеет правильно и вовремя отдыхать!

**Виталий Пономаренко,**  
Ведущий специалист  
информационного отдела

# Спонсирование – ключ к успеху!



ЧАСТЬ ТРЕТЬЯ

Говоря о взаимоотношениях Спонсора и привлеченного им Новичка, во второй части этой статьи (информ. бюл. MIRRA №4/2010) мы рассмотрели основные мотивации и основы партнерских интересов сетевого сотрудничества. Теперь поговорим о сетевых механизмах, от правильной работы которых зависит успех каждого дистрибьютора.

## Спонсирование: дублицирование

В МЛМ дублицирование (от латинского duplicatio — удвоение) — это действия Вашего партнера, направленные на повторение каких-либо Ваших действий. Но ведь нельзя повторить «то, чего нет». И если Вы не делаете что-либо сами, то и дубликации этого — не будет.

## Первое условие успешной дубликации — «делать самому!»

Например, ежемесячно выполнять норматив ЛО≥100 очков, работая с постоянными клиентами.

Теперь, научившись «делать сам» регулярно, Вам эти навыки надо дублицировать, а именно: **научить** Вашего партнера (дистрибьютора 1 поколения) тем же действиям, т.е. научить его «**делать самому**». В нашем примере Вам надо обучить дистрибьютора работе с клиентом: поиск, привлечение, повторные продажи, сервис и т.д. Дубликация (удвоение Ваших действий) произойдет тогда, когда Ваш дистрибьютор станет ежемесячно выполнять норматив ЛО≥100 очков, обслуживая свою сеть постоянных клиентов. Таким образом, на этом этапе он дублицирует Ваше «**делать самому!**».

Но чтобы процесс шел дальше, Ваш партнер должен не только «делать сам», но и уметь научить этому. Поэтому Вам надо научить своего дистрибьютора 1 поколения, как ему научить своего дистрибьютора 1 поколения (Ваше 2-е) «**делать самому**».

Таким образом, Ваш партнер дублицирует Ваши «**делать самому**» и **учит** «**делать самому**», а его партнер, через него, дублицирует Ваше «**делать самому**».

Чтобы в этой ветке дублицирование продолжалось и далее, в глубину, надо чтобы и дистрибьютор Вашего 2 поколения не только умел работать с клиентами (делал сам ЛО≥100), но мог бы научить этому своих дистрибьюторов 1 поколения (Ваше 3-е). Для этого Ваш дистрибьютор 1 поколения должен уметь дублицировать и такой Ваш бизнес-навык, как **учить** «**учить делать самому**» и этому Вы тоже должны его научить (научить, как учить другого «учить делать самому»).

Таким образом, мы получили **полный цикл дублицирования**, когда повторяются не только действия Спонсора, но дублицируется и умение обучать.

Как мы видим, начиная с третьего поколения организации Спонсора, процесс дублицирования приобретает необратимый характер цепной реакции.

В тоже время, процесс дублицирования движется по «Спонсорской линии» сверху вниз. И «Спонсор» так же стоит в «Спонсорской линии» и сам дублицирует вышестоящих Спонсоров.

## Спонсирование: дубликация успеха

Как мы уже знаем, дубликация — это **повторение действий** Спонсора. Легко повторяются **простые действия**. Для того, чтобы научить простым действиям, нужны простые методы обучения. Самый простой метод обучения — «Делай, как я! Делай вместе со мной!». Но **какие** простые действия Спонсора надо дублицировать? Ответ очевиден. Те, что являются **правильными и ведут к успеху**.

Например: «Спонсор ежедневно работает со своим Списком знакомых, что позволяет ему назначать 2 встречи в день, и в итоге он получает 1 нового клиента и 1 нового дистрибьютора каждую неделю». Эти правильные и простые действия Спонсора выстроены в **систему правильных действий**: составление Списка, планирование контактов, проведение встреч и т.д., а значит, дублицировать надо именно **систему правильных про-**

**стых действий** Спонсора. Своим примером, совместными действиями Спонсор обучает дистрибьютора этой системе. И такое обучение дистрибьютора — тоже простое и правильное действие Спонсора и его тоже надо дублицировать.

Таким образом, для построения успешного бизнеса надо иметь такую систему обучения, в которой простыми методами можно научить правильно действовать по системе, которая, в свою очередь, состоит из последовательных, правильных и простых действий. Система обучения должна легко дублицироваться, т.е. должна легко выполняться задача «научить учить».

## Спонсирование: работа с организацией

Полноценные спонсорские отношения создают условия для функционирования спонсорских информационных каналов и обеспечивают в Организации эффективное «Спонсирование».

Спонсируя, мы учим дистрибьютора всему, что умеем и делаем сами, но, главное, готовим его к самостоятельной спонсорской деятельности, **учим быть Спонсором**, учим умению спонсировать. Когда привлеченные нами дистрибьюторы «отрастают» своими дистрибьюторами, у нас появляется **Организация**. Являясь для каждого дистрибьютора своей организацией «вышестоящим Спонсором», мы, так же как и свое первое поколение, можем и должны спонсировать всю свою организацию.

Спонсировать организацию — это, в первую очередь, обеспечить движение информации: от Вас вниз, по Вашим веткам до каждого дистрибьютора и от Вашей структуры вверх, к Вам, как обратная связь с любой глубины.

Разумеется, и Вы находитесь в потоке информации: к Вам сверху от Ваших Спонсоров и через них — от Компании, и от Вас, — вверх, к Вашим Спонсорам и через них в Компанию.

Как Спонсор может обеспечить движение информации? Надо не только спонсировать своих партнеров (первое поколение), но и научить их делать то же самое. Должна происходить дубликация «Спонсирования» дистрибьютора. Так как спонсорские отношения, возникающие при спонсировании, обязательно сопровождаются регулярными контактами, — обеспечивается постоянный обмен информацией между Спонсором и его дистрибьютором. Спонсорские отношения дублицируются вниз, тем самым создавая «Спонсорские информационные каналы» для прохождения информации в обе стороны.

## Спонсирование: мотивация сверху

Без информации МЛМ-бизнес не развивается, это аксиома. Там, где происходит «закупка» спонсорских информационных каналов, бизнес быстро хиреет, объемы падают, дистрибьюторы разбегаются. Почему это происходит?

Вспомним, какой интерес у дистрибьюторской организации к Спонсору? В первую очередь, это потребность в Мотивации, для того чтобы решать собственные задачи: бизнес, потребление со скидкой, решение проблем здоровья, внешнего вида и т.д. Большинство людей собственной мотивации для этого недостаточно, нужен постоянный внешний положительный раздражитель, мотивирующий на действие. Таким мотивирующим раздражителем и должен быть Спонсор. Передавая организации информацию, Спонсор передает и свое мотивирующее воздействие, которое по спонсорскому каналу идет вниз. Мотивирующая информация может быть самой разнообразной: о ярком событии в компании, о предстоящем семинаре или тренинге, о промоушене, о новом продукте и т.д. Главное — информация должна быть позитивной, со знаком «+». Нельзя передавать организации негативную информацию, можно получить анти-мотивацию, со всеми вытекающими последствиями.

- позитивная информация: события, достижения, новинки, перспективы, итоги

- оперативная информация: промоушен, встреча, мероприятие, поездка, выставка, изменения

## Спонсирование: обратная связь

Если информационные каналы работают, то Спонсор может получать информацию снизу. Она может поступать к Спонсору пассивно, без усилий с его стороны, но для полноценной обратной связи Спонсору необходимо этот процесс отрегулировать. Вначале надо наладить обмен информацией со своим первым поколением, а затем дублицировать этот процесс вниз. Какая информация нужна Спонсору снизу? Любая! Но в первую очередь, информационные каналы должны четко работать для мгновенного получения Спонсором снизу информации о негативе. Любой негатив пагубно влияет на бизнес. В основе негатива, как правило, лежит недостаточная информированность или иска-

женная, недостоверная информация (слухи, домыслы, дезинформация). Вовремя полученная информация о негативе в организации позволяет быстро исправить ситуацию, для чего, как правило, достаточно дать вниз правдивую информацию.

Вовремя получая достоверную информацию снизу, Спонсор может оперативно реагировать, а значит, эффективно управлять работой своей организации: обучать, промониторить, выявлять потенциальных лидеров, снимать негатив, поощрять.

- оперативная информация: негатив, возникающие проблемы, сложности, обеспеченность продукцией, бизнес-инструментами

- деловая информация: планы, отчеты, достижения и успехи

Таким образом, действующие спонсорские информационные каналы обеспечивают оперативный двухсторонний поток достоверной информации. Такой информационный режим укрепляет бизнес, делает его мотивированным, управляемым и дублицируемым.

## Спонсирование: промоушен (промо)

**Промоушен** — от английского «promotion» — продвижение, содействие, поощрение. В МЛМ — это выполнение определенных результативных действий для достижения специально поставленной задачи. Выполнение промоушена поощряется заранее объявленным призом.

**Автопромоушен:** ставим задачу себе, выполняем сами, поощряем себя обязательно!

Суть промоушена в том, что за достижение специально поставленной задачи, выполняя определенные результативные действия, выполнивший эти действия — получает не только **результат**, но и **объявленный заранее Приз**. Если следовать логике и принципам спонсирования и начинать «делать самому», то можно и нужно «объявлять промоушен» самому себе. Для этого «усильте» свои планы конкретным дополнительным заданием, при условии, что оно будет хоть и трудным, но реалистичным, выполнимым. Например, за месяц выполнить объем личных продаж не 100, а 200 очков, для чего найти и привлечь трех новых клиентов. Ну и конечно, объявите себе Приз, — то, чем готовы себя поощрить за выполнение «повышенных обязательств» этого автопромоушена. Критерием стоимости приза будет тот дополнительный доход, который Вы получите, выполнив условия автопромо. Что за эти деньги Вы хотите получить, Вы знаете лучше всех. И главный результат такого автопромо: будете делать промоушен для себя, сможете объявить промо и своему партнеру и своей организации.

**Продвижение:** мотивация, действие, выполнение, желанный приз, долгосрочный результат.

В МЛМ промоушен является мощнейшим инструментом спонсирования, а значит, промоушен — это взаимодействие, результатом которого должно быть развитие бизнеса. «Правильный» сетевой промоушен дает не только конкретный результат выполненных условий. Сделанное в рамках «объявленного промо» будет принести свои плоды и тогда, когда такие усилия уже и не прилагаются. Проще говоря, промоушен, в первую очередь, помогает строить бизнес, «продвигать» его на новый уровень.

**Простой пример:** Спонсор объявил промо для Новичка, по условиям которого за три месяца надо выполнить объем личных продаж 450 очков. За выполнение промо Новичок получает от Спонсора эксклюзивную брошь из серебра, украшенную драгоценными камнями. Условия промо Новичка **очень** мотивируют! И он хочет его выполнить. Но у него еще нет клиентов, для личного потребления это много. Как же нужно выполнять это промо, чтобы не только брошь получить, но и бизнес «продвинуть»? Надо искать клиентов, делать первые продажи, «включить» индивидуальный подход к клиенту и т.д.

В результате таких действий, кроме моментальной прибыли, полученной от реализации продукции на 450 очков, дистрибьютор получает постоянных клиентов, которые будут обеспечивать ему стабильное выполнение личного норматива продаж и впредь. Создавая сеть постоянных клиентов дистрибьютор **реально продвигает** свой бизнес, ведь такая сеть — это гарантия стабильного товарооборота и получения прибыли. Ну и конечно, дистрибьютор получает обещанный Приз!

А можно выполнить промо и по-другому. Купить много (450 очков!) продукта, сложить под столом и получить желанную брошь... А продукцию можно постепенно использовать самому (и это замечательно!), дарить друзьям (тоже не плохо), а что-то продать. Но это уже как получится, ведь цель достигнута — брошь получена. А чтобы продавать, нужна другая цель и другая мотивация — желание развивать бизнес. Так будет ли такой подход к промоушену — продвижением?

**Содействие:** создание условий, совместная работа, планирование действий, дублицирование промоушена.

Мало объявить промоушен своему партнеру. Надо создать условия для его выполнения, помочь выполнить промо, ведь это в интересах Спонсора — продвижение, развитие бизнеса партнера. Вы вместе составляете план выполнения промо, намечаете шаги, оцениваете возможности и ресурсы, **содействуете** партнеру в выполнении им объявленного Вами промо. Кроме этого, вы дублицируете сам промоушен: учите партнера делать автопромоушен и объявлять промо своим партнерам. При таком подходе ему легче выполнить поставленную Вами задачу, а процесс спонсирования легче дублицируется через дополнительную мотивацию (промо).

**Поощрение:** индивидуальный подход, выверенная задача, желаемый приз, публичное награждение.

Самый эффективный промоушен тот, который объявляет Спонсор своему партнеру — дистрибьютору первого поколения, которого он лично спонсирует. Спонсор точно знает, какие цели поставлены дистрибьютором, какую он имеет мотивацию, в каком направлении надо развивать бизнес, где в бизнесе партнера «слабые места», требующие приложения усилий. Руководствуясь этими знаниями, Спонсор может и правильно поставить задачу промо (направление усилий) и правильно рассчитать величину этих усилий (задача по плечу). И конечно, спонсируя партнера, он знает **какой** Приз будет для него «высокой мотивацией», проще говоря, он знает, что дистрибьютор хочет, о чем мечтает, что ему не хватает (например, какой-либо бизнес-инструмент, который необходим, но пока нет достаточных средств на покупку).

Промоушен — это еще и хороший информационный повод «добавить мотивации» в свою организацию дистрибьюторов. Поэтому вручение обещанного приза дистрибьютору, выполнившему условия промо, должно происходить публично, в присутствии других дистрибьюторов. Это можно сделать в рамках планового мероприятия (школа, семинар, презентация, собрание) или само награждение провести как отдельное мероприятие (День клиента, День бизнеса). Для победителя это еще одно поощрение, ведь публичное признание Успеха придает большую уверенность в своих силах, укрепляет ощущение правильности выбранного пути, усиливает внутреннюю мотивацию. Такое публичное награждение положительно влияет и на других дистрибьюторов, они «примеривают этот успех» на себя и видят, что он вполне достижим и для них, и это также укрепляет их мотивацию к действию.

**Постпромоушен:** анализ результатов, контроль и дальнейшее развитие, позитивная информация.

Промоушен выполнен, призы вручены, пора считать дивиденды. Важно проанализировать вместе с дистрибьютором, как и на сколько продвинулся его бизнес? Что было сделано для выполнения промо? Что из сделанного будет работать на его бизнес и дальше. В следующие месяцы надо эти результаты контролировать и закреплять.

Правильно выполненное промо, давшее реальное продвижение бизнеса, становится той самой позитивной информацией, которая дает внешнюю мотивацию для организации: рассказы о заработанных поездках в разные страны, о полученных призах и наградах, о доходах, которые выросли, и о бизнесе, который успешно растет и крепнет.

## Что делать, если промоушен не выполнен?

В первую очередь разобраться, а что вообще было сделано? И если дистрибьютор действовал, а не сидел сложа руки (без комментариев), если ему просто «немного не хватило», то «смотрите пункт «Постпромоушен» выше. Проанализируйте сделанное, оценивайте, как продвинулся бизнес, ищите ошибки и делайте выводы. В промоушене, если его действительно выполняют, не бывает проигравших. Все сделанное работает на бизнес.

## Спонсирование: сухой остаток

Давайте вспомним как следует: «МЛМ-бизнес — это бизнес передачи информации», и не зря мы называем Спонсора — Информационный Спонсор.

Дистрибьюторская структура, в которой процесс передачи информации идет регулярно и системно, всегда высоко мотивирована, а значит, в ней всегда будет плотный товарооборот, не будет «пустоты», когда «подписанных людей много, а объемов нет».

Желаю каждому **стать и быть правильным спонсором!**

## Конференции

## Так держать!

Конференция в Оренбурге

MIRRA пришла в Оренбург в 1999 году и вот уже 11 лет пользуется заслуженным уважением. Продукцию компании здесь хорошо знают и любят. В городе и области работает замечательная и дружная дистрибьюторская команда. Региональный центр MIRRA стал для многих вторым домом, местом, – куда хочется придти: купить любимые баночки, узнать свежие новости, пройти обучение, зарядиться бодростью и энергией. Но вот чего все эти годы не хватало, так это возможности получить информацию от разработчиков и специалистов компании, как говорится, – живую, из первых рук! И вот эта возможность появилась.

17 апреля 2010 года состоялась 1-я Оренбургская Областная конференция дистрибьюторов MIRRA!

В малом зале областной филармонии собрались 190 дистрибьюторов из Оренбурга, городов и поселков Оренбургской области (Орск, Новотроицк, Гай, Плещаново, Новосергиевка, Домбаровка); прибыли представители из городов Салават (Башкортостан) и Аксай (Казахстан).



В гости к оренбуржцам приехали представители компании: заведующая производственным сектором профессиональной косметики – Екатерина Аитова и ведущий специалист по сетевой работе – Виталий Пономаренко.

Особенно сильное впечатление осталось у участников конференции после рассказа Екатерины Николаевны о программе «MIRRA – Anti-age» и показа фотографий с результатами применения продукции MIRRA.

Важная и не простая тема – «Спонсирование» «прошла на ура». Чувствовалось, что бизнес интересуется аудиторией не меньше, чем продукция.

Виталий Пономаренко подробно рассказал о таком важном инструменте спонсирования, как промо-ушн. И как иллюстрация к сказанному – награждение лучших дистрибьюторов региона.

В первых рядах – победители ПРОМО «Мои дорогие клиенты» и «Путь Мастера». Они получили Серебряную и Золотую Ветви MIRRA и сертификат Победителя ПРОМО.

Затем новоиспеченные мастера получили свои ранговые знаки отличия: от Мастера до Золотого Мастера.

Под несмолкающие аплодисменты на сцену поднялись дистрибьюторы, отмеченные компанией «За активную дистрибьюторскую деятельность». Лидер Оренбургского региона – Игорь Шпуленко приготовил теплые слова от себя и от имени компании, поблагодарил всех за отличную работу. Поздравить и наградить «своих» из Орска вышла Наталья Родина, она привезла на конференцию 30 человек!

Вот как работают в Оренбуржье! Так держать!

*Виталий Пономаренко*

## С почином, Соликамск!

1-я городская конференция MIRRA



24 апреля в городе Соликамске Пермского края состоялась первая городская конференция косметической компании MIRRA. В мероприятии приняли участие представители городов: Пермь, Березники, Красновишерск.

Как стать успешным? Как стать лидером? Как научиться правильно определять свои цели? Обо всем этом очень интересно и познавательно рассказала лидер компании Вера Окулова.

Образ современной женщины – это деловая женщина. Она независима и активна во всех областях жизни. Наверное, не стоит говорить о том, как нелегко ей быть красивой, ухоженной, счастливой, иметь семью, детей и отличную работу. А как при этом остаться жизнерадостной, обаятельной, здоровой? Об этом рассказала врач высшей категории гинеколог-эндокринолог Любовь Мельникова.

В последнее время традиционные методы лечения часто пересекаются с восточной медициной, которая рассматривает организм как единое целое. По их мнению, жить без болезней – значит содержать в чистоте не только тело, но и душу – свои мысли, эмоции, жить по законам Вселенной. Вера Окулова рассказала о биоритмах человека и как при этом извлечь максимальную пользу при применении БАД компании MIRRA.

Чтобы познакомить клиента с продукцией компания MIRRA, лучше всего подводит мастер-класс. Врач-косметолог

Ольга Черепанова провела его прямо на сцене. Научила основам массажа в домашних условиях.

Искусство макияжа известно человечеству с древнейших времен. А в наши дни косметология – это целая отрасль профессиональной деятельности. Ведь с помощью макияжа женщина может подчеркнуть свои достоинства или скрыть недостатки. Словом, макияж – это самое мощное и действенное оружие женщины! Визажист из Перми – Татьяна Окулова рассказала о тенденциях современного макияжа. О том, что особенно модно в этом сезоне. Поделилась маленькими секретами.

В наш век человеку приходится постоянно догонять мир, постоянно совершенствовать себя. А в мире сетевого бизнеса, где очень много конкурирующих компаний, консультант MIRRA просто обязан быть грамотным, образованным. Он должен четко отвечать на все вопросы клиентов, потому что если клиент знает, значит – доверяет! И поэтому я уверена, что наша первая городская конференция – это шаг навстречу образованию в индустрии красоты и здоровья!

*Марина Кулакова*

## Сердца сибиряков

IV Конференция дистрибьюторов Сибирского региона



Город Новосибирск – это особый город. Он является одним из «первопроходцев» компании MIRRA с изначально сложившейся сильной лидерской командой: В. Фридман, Е. Седымова, Г. Кожевникова, А. Самсонова, Т. Игнатенко, М. Строганова (Боброва), Н. Кудрявцева, Б. Миков.

После долгой и затянувшейся зимы яркое солнце осветило столицу Сибири, крупнейший город Новосибирск, что явилось хорошим знаком для проведения Конференции, которая состоялась 24-25 апреля в «Белом зале» кинотеатра им. В. Маяковского, в самом центре города.

На Конференцию прибыли: исполнительный директор Г. Аллахвердиев, Е. Аксенова, С. Волынец, бизнес-тренер Максим Сергеев и наш дорогой спонсор Виталий Фридман, который приехал накануне меропри-

ятия и провел очень нужную и актуальную школу на тему «Спонсирование».

Свои команды привезли: Александр Лаврентьев из Абакана, Антонина Чугаева из Казахстана, Марина Чернушевич из Кемерово, супруги Носыревы из Шарыпово, Татьяна Лаврентьева из Абакана. По традиции многочисленную команду привезла Светлана Горбунова из Новокузнецка. Приехали лидеры из соседних городов и регионов: Искитим, Бердск, Академгородок, Омск, Томск, Иркутск, Красноярск, Пермь...

Лидеры региона Алексей Ткаченко и Тамара Игнатенко сделали все, чтобы праздник прошел на высоком уровне.

Очень важно для региона общение с руководством компании MIRRA, разработчиками, с дистрибьюторами из других городов, возможность из «первых рук» получить ответы на наиболее важные вопросы,

получить полезные знания и наметить планы на дальнейшую работу.

Прошедшая конференция – новый этап развития MIRRA, новый виток к достижению поставленных задач и целей. Но не надо ждать милости и ждать центральных мероприятий компании! Необходимо проводить свои встречи на местном уровне! Это дает возможность постоянно обмениваться опытом, получать заряд энергии!

И, как пожелание, надо чтобы как можно шире освещались вопросы по работе с клиентами, дистрибьюторами, шел обмен опытом лидеров больших рангов разных регионов.

Конференция прошла на профессиональном уровне. Много хвалебных слов прозвучало в адрес Е. Аксеновой, С. Волынца, М. Сергеева. Они покорили сердца сибиряков. Спасибо!

*Галина Кожевникова*

## Питерские встречи

IV Северо-Западная региональная конференция компании MIRRA



17 апреля 2010 года в городе Санкт-Петербурге, на Васильевском острове в здании «Международного Делового Центра» прошла конференция дистрибьюторов компании MIRRA.

Более 250 человек из Санкт-Петербурга, Ленинградской области, Эстонии, Петрозаводска, Новгорода, Мурманска, Калининграда, Вологды, Череповца, Иваново, Чудово и других городов собрались в стенах просторного конференц-зала с видом на Неву.

При регистрации каждый участник конференции получил пакет с логотипом компании MIRRA с фирменным блокнотом, ручкой и подарочным кремом.

Открыл конференцию руководитель Санкт-Петербургского регионального центра Алексей Левченко. Затем с приветственной речью к дистрибьюторам обратился исполнительный директор компании MIRRA Габиль Аллахвердиев.

Далее про маркетинг-план нашей компании, его тонкостях и особенностях рассказал руководитель IT отдела Сергей Волынец. В очередной раз были подчеркнуты преимущества работы с виртуальным информационным центром (ВИЦ) и программой моделирования структуры (MyTree).

Затем к делу приступил бизнес-тренер Максим Сергеев. Его встретили особенно тепло, так как Максим Сергеев родился, вырос и живет в Санкт-Петербурге. В течение пяти часов он делился с дистри-

бьюторами искусством общения. Участники конференции слушали Максима Юрьевича с искренним интересом, а в перерывах просто засыпали его самыми разнообразными вопросами.

В этот день по всей стране проходил праздник «День Бизнеса в компании MIRRA». Соответственно на конференции не могли не уделить внимания этому событию. После завершения тренинга на сцену были приглашены дистрибьюторы, повысившие свою квалификацию. Им были вручены значки, цветы и подарочные наборы продукции Золотая линия.

Победителями ПРОМО «Мои дорогие клиенты» в Санкт-Петербурге стали 18 человек. Все они получили брошь «Серебряная ветвь MIRRA». Победителями ПРОМО «Путь мастера» стали Алексей Клестов и Алла Свечникова. Им была вручена брошь «Золотая ветвь MIRRA». Алле Свечниковой был также вручен специальный MIRRA-приз – подвеска с пятью бриллиантами за лучший результат в ПРОМО «Мои дорогие клиенты» и «Путь мастера».

В конце мероприятия дистрибьюторов ждал приятный сюрприз – фуршет от всего сердца.

## Средства MIRRA для ANTI-AGE программ

**Старение организма – одна из главных проблем в биологии и медицине. Существующие сегодня anti-age программы направлены на замедление скорости старения кожи и должны решать целый комплекс задач, имеющих отношение к процессам старения.**

Компанией MIRRA на протяжении последних лет разработаны и выведены на рынок многие средства антивозрастного направления – для клиентов любого возраста и кожи любого типа. Это косметика для повседневного и интенсивного («салон на дому») ухода, защитные средства, а также средства «элитных линий», в составе которых используется икра осетровых и лососевых рыб.

Что касается anti-age программ MIRRA, то в их основу положен холистический подход, принцип комплексного воздействия не только на кожу, но и на весь организм. Поэтому в антивозрастных программах используются не только косметические, но и оздоровительные средства (например, биологически активные добавки к пище).

Эффективность сочетанного применения космецевтических средств и БАД в anti-age программах подтверждена нами в многочисленных наблюдениях, а в последнее время – и в специальных исследованиях, проведенных в Медицинском центре косметологической коррекции «ЭКЛАН» (Москва).

В течение первого курса (25 дней) испытуемые (20 женщин от 37 до 85 лет с различными возрастными изменениями кожи) получали только БАД (витамино-минеральные комплексы) – МИРРА-ЦИНК, МИРРА-СЕЛЕН, МИРРА-КАЛЬЦИЙ, МИРРАВИТ.

В течение второго курса (25 дней) применялись те же БАД в комплексе с косметическими средствами:

- утром – Молочко очищающее, Лосьон тонирующий для сухой кожи, УМА-БАЛЬЗАМ, Крем для век;
- вечером – Молочко очищающее, Лосьон тонирующий для сухой кожи, Крем-маска с икрой лососевых рыб, Крем для век.

Дополнительно два раза в неделю использовали продукты – Грязевая маска для сухой кожи и Ферментативный пилинг (см. таблицу).

Результаты проведенных исследований в суммарном виде представлены ниже (в виде величины изменения каждого показателя в процентах в среднем по группе обследуемых).

### Данные после окончания двух курсов применения программы:

- Показатель влагометрии – увеличение – на 65%
- Показатель эластометрии – увеличение – на 52%
- Показатель пигментометрии (гиперемия) – уменьшение – на 13%
- Показатель профилометрии (глубина морщин) – уменьшение – на 20%
- Показатель доплерометрии (капиллярный кровоток) – увеличение – на 61%

Таким образом, были выявлены значительные и достоверные изменения показателей, объективно характеризующих состояние кожи. Отмечены повышение влажности и тургора кожи, улучшение микроциркуляции, уменьшение выраженности купероза и разглаживание морщин (улучшение рельефа поверхности кожи). Впервые в клинических инструментальных исследованиях подтверждена эффективность положительного влияния БАД на важнейшие показатели состояния кожи:

- **увеличение показателя эластометрии после 1 курса – на 19%**
- **увеличение показателя доплерометрии после 1 курса – на 57%**

Все испытуемые субъективно отмечали значительное улучшение состояния кожи.

Таким образом, результаты проведенных исследований еще раз подтвердили эффективность комплексного применения косметических и оздоровительных средств. Наличие в ассортименте MIRRA действенных средств косметики, бальзамов-целителей и эффективного набора БАД позволяет с успехом решать многие косметологические проблемы, в том числе – и старения кожи.

Первый курс – прием биодобавок (утром и вечером)			
Биодобавки	Таблетки/капсулы на один прием	Число приемов	Курс, дни
МИРРА-ЦИНК МИРРА-СЕЛЕН МИРРА-КАЛЬЦИЙ МИРРАВИТ	1 1 или 2 3 1	2 2 2 2	25
Второй курс (после перерыва 2-3 дня) – прием биодобавок + косметический комплекс anti-age			
МИРРА-ЦИНК МИРРА-СЕЛЕН МИРРА-КАЛЬЦИЙ МИРРАВИТ	1 1 или 2 3 1	2 2 2 2	25
Молочко очищающее, Лосьон тонирующий для сухой кожи, УМА-БАЛЬЗАМ, Крем для век		<b>Утром</b> Последовательное нанесение средств согласно рекомендации по применению	
Молочко очищающее, Лосьон тонирующий для сухой кожи, Крем-маска с икрой лососевых рыб, Крем для век		<b>Вечером</b> Последовательное нанесение средств согласно рекомендации по применению	
Грязевая маска для сухой кожи, Ферментативный пилинг		По два раза в неделю каждый продукт согласно рекомендации по применению	

### Преимущества anti-age программы MIRRA

- Отсутствие агрессивных стрессовых воздействий на кожу (например, кислот, ретинола)
- Отсутствие гормонмодулирующей терапии
- Не используются фетальные органопрепараты
- Постепенное улучшение внешнего вида, отсутствие реабилитационного периода
- Полноценное питательное действие натуральной черной и красной икры на кожу
- Видимый стойкий результат за 2 месяца применения
- Комплексное действие: общее оздоровление организма + косметический уход
- Отсутствие побочных эффектов
- Использование рекомендованных ВОЗ и Институтом питания суточных доз антиоксидантов, витаминов, микроэлементов
- Отсутствие повышения фоточувствительности кожи
- Домашняя программа дополняет салонный уход
- Возможность повторения 2-3 раза в год

## Колонка главного технолога

1. В подмосковном городе Оболенск возобновлено производство БАД к пище серии МИРРАСИЛ. Задержка в поставках этих БАД на Центральный склад связана с переходом на новую форму этих БАД к пище: овальные капсулы в полимерной банке-контейнере. МИРРАСИЛ-1 и 2, МИРРА-СЕЛЕН переводятся в новую форму с июля-августа этого года, а МИРРАСИЛ-3 будет выпускаться в блистерованном виде до середины осени.

2. МАСЛО С ЛИФТИНГ-ЭФФЕКТОМ с икрой лососевых рыб (бывшее ЭЛИТА) переведено в линию Интенсивного ухода MIRRA-INTENSIVE серия ОМОЛОЖЕНИЕ и будет выпускаться во флаконе объемом 75 мл. Остальные массажные масла: МАСЛО РЕВИТАЛИЗИРУЮЩЕЕ и МАСЛО ДЛЯ ЧУВСТВИТЕЛЬНОЙ КОЖИ снимаются с производства, их последний выпуск осуществлен в конце мая этого года.

3. Снимаются с производства аромакомпозиции СПОКОЙСТВИЕ, ВДОХНОВЕНИЕ и ФЕМИНА. Аромакомпозиция ЗАЩИТА из линии MIRRA AROMA перепозиционируется в Защитную линию MIRRA PROTECT серия ЭКОЗАЩИТА. Линии MIRRA SPA и MIRRA AROMA прекращают свое существование.

4. В городе Оболенск из полупродуктов итальянского производства организуется промышленный выпуск блеска для губ (7 наименований). Все необходимые компоненты уже поступили из Италии. Пробный пуск оборудования запланирован на начало июня этого года.

А. Голубков, к.х.н.



Дорогой Андрей Станиславович!

В день Вашего юбилея мы хотим поздравить Вас и высказать Вам нашу искреннюю признательность и огромное уважение, которые Вы заслужили за годы нашей совместной деятельности.

Ведь Вы – не просто автор рецептов, руководитель и «внедритель» технологических новаций, ответственный «страж» обеспечения стабильности и качества технологий и продукции, Вы еще и настоящий творец, вдохновенно вкладывающий душу во все, что Вы делаете. Недаром неизменными хитами продаж стали и остаются Крем для ног, Крем для рук, ФИТОБАЛЬЗАМ, сделанные по Вашим рецептурам. Такое возможно только тогда, когда художник вкладывает в дело всю свою душу!

Мы всегда с большим интересом слушаем Ваши выступления на конференциях, читаем статьи и «колонку» в нашей газете, общаемся с Вами на корпоративных мероприятиях компании.

Желаем Вам крепкого здоровья. Пусть близкие дарят Вам свою любовь, заботу и улыбки. Пусть Ваша жизненная энергия идет рука об руку с вдохновением, и все дела завершаются триумфом!

Mirrane

## Ответы из Интернета

### MIRRA для деток

**Вопрос:** Как действует Крем под подгузник?

**Ответ:** Гель под подгузники использовали многие мои знакомые, которые лежали в больнице с детьми по причине тяжелой аллергии на подгузники (у некоторых кожа слезала практически до мяса). Наносится на чисто подмытую попку в небольшом количестве. И все! Больше ничем не надо мазать, т.к. все должно быть в меру. 2-3 дня – и все проходит. А зуд и мокнутие утихает практически в первый день. Главное – чистая попка и никаких других средств. Я с такими детками работаю больше 8 лет. Также надо действовать при детских пот-

ничках. Конечно, если есть какая-то патология кроме реакции на подгузники, не занимайтесь самолечением и обратитесь к специалистам.

**Вопрос:** Здесь многие советуют Шисейкан, скажите, что это за средство?

**Ответ:** Новое название данного продукта – Бальзам разогревающий. Исключительно замечательный бальзам! Лично я им спасла руку своего сына в 1997 году. После тяжелейшего чрезмышечного перелома и разрыва нервов через год рука стала «сохнуть» (тогда я просто поседе-

ла от ужаса). По совету знакомой купила Шисейкан, и мы сделали два курса массажа (владею в совершенстве несколькими видами). Пришли на очередной прием к врачу, и он нас обрадовал (а сам удивился несказанно), что атрофия мышц не просто остановилась, а что мышцы стали восстанавливаться! Сейчас о травме напоминает только послеоперационный шрам. Сегодня моему сыну уже 25 лет. Это красивый, атлетического сложения молодой человек. Он получил высшее финансово-юридическое образование, работает по специальности, у него прекрасная жена и замечательная дочка. Огромное спасибо компании MIRRA!