

Business

Az 5E Vision

*Így ismerheti meg, és használhatja fel a jövő
5 legfontosabb sikertrendjét a saját
személyes sikeréhez!*

Ez a cikk a **FINANZIELLE FREIHEIT MIT DER 5E VISION** (Pénzügyi szabadság az 5E Vision segítségével) című könyv előzetes kivonata. A könyv azoknak íródott, akik a süllyedő iparral együtt nem mondanak le a céljaikról, hanem profitálni szeretnének a jövő súlyos változásaiból. Olyan emberek számára, akik keresik a megfelelő stratégiát, amellyel a nehéz időkben is hűek tudnak maradni a reményeikhez és a vágyaikhoz, és azokat szorgalommal és bátorsággal valóra tudják váltani. Immer schneller und immer mehr verändern sich die Grundkonstanten, die den wirtschaftlichen Erfolg bestimmen.

“ Mindannyian a gyors átalakulások korában élünk. ”

Egyre gyorsabban és egyre inkább változnak azok az alapvető állandók, amelyek meghatározzák a gazdasági sikert.

A rendkívüli műszaki haladás, a kereskedelem előrehaladó globalizálódása, és az általános információk globalizálódása teljesen megváltoztatták azokat a feltételeket, amik között dolgozunk és élünk.

Aki azonban felismeri, hogy minden fejlődésnek vannak fényes és árnyoldalai is, és nyitottan és tanulásra készen áll ezekhez a fejlődésekhez, akkor ezekből akár egyértelműen profitálhat is.

Azok a világszerte ismert cégek, amelyek felhasználják ezt az 5 sikertényezőt, dacolni tudnak a világválsággal, és fantasztikus növekedési rátákat és nyereségeket érnek el. Folyamatosan és átlagon felüli mértékben növelik a forgalmukat, és € milliárdokban mérhető forgalmakat és nyereségeket érnek el.

Továbbra is erős növekedés és jólét jellemzi azoknak a cégeknek, és a velük dolgozó embereknek a jövőjét, amelyek következetesen alkalmazzák az 5E Vision által kínált 5 sikertényezőt.

A sikertényezőket figyelmen kívül hagyó cégek és munkatársaik a jövőben még inkább nehézségekkel kell, hogy szembenézzenek, és egyszer majd teljesen eltűnnek a piacról.

Az óceánban keletkező hatalmas hullámhoz hasonlóan, az 5 sikertényező további fejlődése a jövőben viszonylag egyszerűen prognosztizálható.

Ez az 5 sikertényező, amely majd meghatározza a jövőt, kezdetlegesen már ma is működik. Tehát már ma is világosan felismerhetők, a jövőben azonban még jelentősebben fognak fejlődni.

A változás nagy hulláma gyorsan fog jönni, és jólétet és növekedést fog hozni mindazok számára, akik startra kész hullámlovasként most a megfelelő időben jó helyzetbe hozzák magukat.

Személyesen szeretném Önt felszólítani: Használja a saját ép emberi értelmét, legyen nyitott és előítéletektől mentes, figyelje gondosan a piacokat, és hamarosan fel fogja ismerni a jövő 5 sikertényezőjének hatalmas lendületét, amely majd örökre megváltoztatja a pénzkeresésünk és az életünk módját.

Az 5E Vision – 1. növekedési tényező: E- Commerce (E-kereskedelem)

Az internetet eredetileg azért fejlesztették ki, hogy leegyszerűsítsék a kommunikációt a tudományos fakultások között. Különböző telephelyeken lévő számítógépeket összekötöttek egymással, hogy felgyorsítsák az adatok cseréjét.

Néhány évtizeddel ezelőtt senki sem sejtette előre ennek az új technikának rendkívüli diadalmenetét.

Ma azonban világosan látható a hálózat jelentősége a jövőnkre nézve: az internet – ami most már mobil is lehet – rövidesen az 1. számú kommunikációs közeggé válik.

Az újságok vagy a televízió helyett a hálózatról kapjuk az információkat – napi 24 órán át -, olyan információkat, amelyeneket akarunk, és akkor, amikor csak akarjuk.

Ez azt jelenti, hogy ezek a médiumok nagyon hamar össze fognak olvadni a hálózattal, vagy teljesen el fognak tűnni, és mi kizárólag az interneten fogunk beszerezni az információkat az újdonságokról, termékekről és szolgáltatásokról

“ Az 5 sikertényező fejlődése nem állítható meg. ”

Az árukat előállító cégek és a kereskedők számára tulajdonképpen a hálózat jelenti a jövőt.

Az internet az elképzelhető legértékesebb előnyt nyújtja minden olyan vállalat számára, amely jól ki tudja használni az előnyeit:

Az e-commerce, azaz az internetes kereskedő cégek közvetlen és gyors kapcsolatban állnak a végfelhasználókkal!

Ez a közvetlen kapcsolat lehetővé teszi az intelligens e-commerce cégek számára, hogy teljesen kizárják a közvetítő kereskedelmet, és így a vevőket előnyös áron és közvetlenül tudják ellátni áruval. A gyártó és a végfelhasználó között tevékenykedő közvetítő kereskedelem díja a végső árnak akár a 80 %-át is kiteheti, ami az e-commerce vállalatok számára óriási megtakarítási és nyereség-potenciált jelent!

A végfelhasználókkal való közvetlen kommunikációnak azonban további értékes előnyei is vannak:

Az intelligens e-commerce cégek közvetlenül a végfelhasználókkal, tehát a célcsoportjukkal kommunikálnak. Közvetlenül meg tudják állapítani a vásárlók tényleges igényeit, és így optimalni tudják a termékeiket, valamint gyorsabban és jobban meg tudják tervezni az értékesítéseiket.

Az elektronikusan kereskedő cégek így kiküszöbölhetik a drága közbelső raktárakat és a téves gyártásokat. Közvetlenül és azonnal megtudják, hogy mely árucikkek a “kelendők”, és melyeket használják valójában. A végfelhasználó a legjobb információforrás a jövő megtervezéséhez minden vállalat számára, és az intelligens e-kereskedő cégek következetesen felhasználják ezt a visszajelzést.

A közvetlen kommunikáció és ügyfélgondozás segítségével bizalomteljes ügyfélkapcsolatok alakíthatók ki, ami jelentős márkahűséghez és elkötelezettséghez vezethet.

Alacsony árak a vásárlók számára, ugyanakkor magas nyereségek a cégek számára. Biztos rákövetkező üzletek és optimális gyártástervezés a gyártók számára – az internet jelenti a valaha végbement legnagyobb forradalmat a kereskedelemben.

Az internet kétségtelenül az utóbbi 10 év legnagyobb sikertörténete.

Olyan vízióval rendelkező cégek, mint például az Apple, Dell Computer és az Amazon, a lelkes és hűséges vásárlók segítségével évek óta óriási növekedési rátákat céloznak meg, valamint a forgalmuk és a nyereségük eléri a több tucat milliárd €-t.

De a tényleges potenciál csak most válik nyilvánvalóvá:

Az adatátviteli sebesség gyors növekedésével, és a helyhez kötött és a mobil internet jelentős terjedésével a hálózati forgalom az elkövetkező években tovább fog sokszorozódni.

Teljesen új cégek jönnek majd, amelyek hatékony utat építenek ki a vevők felé, és így elnyerik a bizalmukat. Ezek az új cégek eddig ismeretlen mértékben fognak növekedni. Az ezekből kifejlődő jövőbeli kereskedelmi konszernnek kizárólag a hálózaton működnek majd, közvetlenül a vevőknél, 24 órás nyitvatartással, mindig elérhető módon – csupán egyetlen kattintással és billentyűnyomással.

Ezek az 5E Vision cégek ténylegesen a jövő bajnokai lesznek!

Az új konszernnek legsikeresebbjei azonban tudják, hogy a tökéletes hálózati marketing még nem elegendő. A jelentős jövőbeli növekedés érdekében kutatják és teljesítik a további 4 sikertényezőt is.

Az 5E Vision – 2. növekedési tényező: E – Networking (e-hálózatépítés)

Ha az e-kereskedelem – direkt marketing a hálózaton – az utóbbi 10 év legnagyobb sikertörténete volt, akkor most alakul ki a következő 20 év trendje, amelynek növekedési rátája messze meg fogja haladni a hagyományos e-kereskedelmét!

Minden eufória mellett a hagyományos e-kereskedelmnek is vannak természetes korlátai:

PR és reklám nélkül senki sem ismer. – Naponta milliónyi új weboldal jön létre, és csak annak vannak látogatói és vevői, aki felhívja magára a figyelmet. Ráadásul sok e-commerce vásárló nem hűséges, gyakran csak a legjobb ár számítt, és ez legtöbbször csak egy kattintásnyi távolságra

van! A hálózaton tehát sok új cég számára csak a lavírozás marad, mivel egyrészt sok pénzt kell kiadniuk, hogy jöjjenek a látogatók, másrészt pedig olyan kedvező árakat kell megadniuk, hogy vásároljanak, és vissza is térjenek.

A 2. növekedési tényező – az e-networking – elegánsan megoldja ezt a problémát, és minden cégnek, amely alkalmazza a módszert, rövid időn belül be nem hozható előnyt nyújt.

“ Az e-networking az e-commerce és a networking kombinációja. ”

Ha az e-commerce az internet gyors lehetőségeivel a **HIGH TECH** (csúcstechnológia) kategóriája, a networking esetében az egymást ismerő és kedvelő emberek közötti bizalomról, vagyis **HIGH TOUCH**-ról (jó kapcsolatokról) van szó.

Mindig, ha emberek csoportokban eszmecserét folytatnak, akár az élményeikről, akár az általuk használt termékekről vagy szolgáltatásokról, a hálózaton úgy nevezett **COMMUNITIES (KÖZÖSSÉGEK)** vagy **SOCIAL NETWORKS (KAPCSOLATHÁLÓZATOK)** jönnek létre.

Az aggodalmak és a támadások ellenére, a hálózat nem vezetett társadalmi elmagányosodáshoz. Ellenkezőleg, az 1. számú kommunikációs közzé vált. Minden féle korú és társadalmi osztályhoz tartozó emberek milliárdjai kommunikálnak így naponta egymással. Új embereket ismernek meg a kapcsolati hálózatokon, és természetesen kölcsönösen megosztják egymással azt is, hogy milyen szolgáltatásokat és termékeket kedvelnek.

A kapcsolati hálózatok éllovasai, mint például a Facebook és a My Space világszerte több száz millió taggal rendelkeznek, akár 5 millió új regisztrálással hetente!

Itt egy elképzelhetetlen méretű piaci hatalom jön létre, a **HIGH TECH** (csúcstechnológiájú) internet olyan szavahihetőséget kap, ami csak ismerősök és barátok között létezik – ez a **HIGH TOUCH** (jó kapcsolatok).

A barátok tehát nem csak további barátokat hoznak magukkal, és így ezek az e-hálózatok valóságos robbanást idéznek elő, hanem az általuk kedvelt szolgáltatá-



sokat és termékeket is ajánlják egymásnak, és megosztják egymással.

Az első professzionális e-networkok már szenzációs eredményekkel hasznosítják ezt a kombinációt.

Egyes cégek, mint például a Quixtar az USA-ban, vagy a WellStar Európában lelkes vevőiknek felkínálják azt a lehetőséget, hogy valódi üzletet építsenek belőle, egy kvázi online ÉN Rt-ként.

A Social Networkingből Social Business Networking vagy E-Networking lesz.

Mindenki tud termékeket és szolgáltatásokat ajánlani másoknak, akik közül néhányan szintén partnerré válnak, akik maguk is vevőket és partnereket fognak ajánlani. Így jönnek létre néhány éven belül a sok millió vevőt és partnert tömörítő hálózatok.

Az áruküldést az anyacég vállalja, és a hagyományos költségek, mint például a bérleti díjak és az alkalmazottak bérei itt teljesen kiesnek, így az e-networkerek rendkívül nyereségesen építhetik az üzletüket.

“ Az e-networking a Webstarral a jövő üzletévé válik. ”

Ily módon a Quixtar az USA-ban csupán hét év alatt elérte az egy milliárdos forgalmat évente, és azóta „futószalagon gyártja“ a milliomosokat.

A WellStar 2009. elején indította el a Webstarral az első európai e-hálózatot. A Webstar első üzleti évében kb. 50 millió € forgalommal számolhatunk, és jó esély van arra, hogy hosszú távon elérje a Quixtar eredményeit.

A Webstar minden partnerének szinte korlátlan lehetőségeket kínál a több mint 500 millió potenciális vevővel és partnerrel rendelkező európai piacon, mivel

a Webstar partnerek rendelkezésére áll az ideális e-network üzlet teljes spektruma.

Ön exkluzív módon felajánlhatja a kapcsolatainak a nemzetközileg díjazott, egészséges táplálkozási és vitalitási Personal Online Coaching (virtuális személyi edző) program **INGYENES HASZNÁLATÁT** a Webstar por-

tálon, így gyorsan több ezer érdeklődő akad, akit az Új partnerirodán keresztül automatikusan vevővé vagy partnerré lehet építeni, és hatékonyan lehet segíteni. Ezek a kapcsolatok magukkal hozhatnak újabb ingyenes barátságokat, vagy ökmagukválnak Webstarpartnerré, és ahelyszínén, a Webstar Shopban rögtön vásárolni is lehet a gyártóknál, a WellStarnál—egyszerűen, gyorsan és előnyösen!

Az e-networkerek (e-hálózatépítők) önállóak és szabadok, akkor dolgoznak, amikor akarnak, és onnan, ahonnan akarnak. Rendkívül hatékonyan vezetik a csapataikat, és ehhez kihasználják az internet minden előnyét. Az e-networkerek tehát alacsony költségekkel, és magas nyereségekkel dolgoznak.

Neves gazdaságkutatók szerint, az elkövetkező években Európában több millió új állás és egzisztencia jön létre a szolgáltatások és a wellness / egészségügyi ágazatokban:

Ezért az e-networking a Webstarral a jövő üzletévé válik, és életre hív egy olyan új vállalkozói generációt, amely milliányi új üzleti egzisztenciát teremt, és viharos tempóban meghódítja a legjövedelmezőbb növekedési piacokat.

A következő növekedési tényező gondoskodik csak arról, hogy az üzleti partnerek és a vevők megkapják azt az alapvető tudást, amire szükségük van a hosszú távú, valódi előrehaladás eléréséhez.

Az 5E Vision – 3. növekedési tényező: E – Coaching

Az ambiciózus vállalatok számára máig érvényes képlet a sikerhez:

A jövő trendjeinek időben történő felismerése, és erőteljes reklámmal annak közvetítése a vevők felé, hogy a saját termékek megfelelnek ezeknek az igényeknek.

“ Transformation needs Education – Burk Hedges ”

A jövő Global Player (világpiaci vezető) elitje kifejlesztett egy jobb és tartósabb módot, amely lehetővé teszi az Ön számára, hogy ne csak kövesse a trendeket, és ne csak rövidtávon elégítse ki az ügyfelek igényeit, hanem az ügy-



felek tényleges egyéni céljait meghatározva, az ügyfelével közösen alakítsa ki az irányvonalat.

Aki hosszú távú és bizalommal teli ügyfélkapcsolatokat szeretne felépíteni, nem szorítkozik tehát többé arra, hogy előre gyártott trendek igényeinek a kielégítését adja el az ügyfelének.

A jövőbeli Top Performer (csúcsteljesítő) ennél tovább mennek:

Nem csak termékeket szeretnének eladni, hanem tartós benyomást szeretnének gyakorolni az ügyfeleikre, és szeretnék őket elkötelezni!

Termékek helyett ezért komplett megoldásokat dolgoznak ki az ügyfelek számára:

Ezek a cégek tehát már nem egy termék értékesítőiként mutatkoznak be, hanem szakértőként az ügyfelek érdeklődési körében.

Ezek a vállalkozások az ügyfeleik tanácsadójaként (Coach) és trénerként működnek, és elsődleges céljuk az, hogy az ügyfeleik a szükségleteikben tényleges és mérhető előrehaladásokat célozzanak meg, és ezáltal elégedettséget és tartósságot érjenek el.

Ez a jövő tényleges forradalma az ügyfelekkel való kapcsolatban:

A coach, mint a bizalom és a kompetencia legmagasabb foka, nemcsak a szükségleteimet állapítja meg, hanem kielemez a tényleges állapotomat, és velem együtt fogalmazza meg a kívánatos célokat! Ő ellát engem minden szükséges ismerettel, és meghatározza számomra a megfelelő tervet, hogy hogyan érhetem el a céljaimat. A rendszeres ellenőrzések igazolják, hogy a helyes úton járok, és ezért ezek írásban is rögzítésre kerülnek.

A jövő vásárlója tehát nem csak a termékeket vásárolja meg, hanem megszerzi problémáinak a megoldását is, komplett útmutatással és az odáig elvezető kíséréssel.

Ezt a koncepciót manapság a csíráiban már alkalmazzák, az Apple és számos nagy Global Player (piacvezető) már ma is képezi sok ügyfelét online segédletek segítségével.

A Webstar itt kétségtelenül egy döntőlépéssel tovább megy:

Az egyetemen (University) segédletek (Tutorials) vannak előkészítve a megértés felépítéséhez, és ezen kívül a Vitalitási Tanácsadó Központ (Vitality Coaching Center) megállapítja a vitalitási indexet (Vitality Index), amelyhez majd hozzáigazítja az egyéni táplálkozási és edzés terveket. Az egyéni célok kitűzése és a tervek megfelelő betartása intenzív felügyelet és ellenőrzés mellett történik.

Ez a kombináció a megfelelő termékekkel tehát hosszú távon gondoskodik a sikeres ügyfelekről, ami az első és legfontosabb lépés az elégedettség és a valódi lelkesedés felé, ami pedig magas továbbajánlási hányadokat von maga után!

Az 5E Vision – 4. növekedési tényező: Exciting Products (izgalmas termékek)!

Minden cég számára fontos tehát, hogy megállapítsa a vásárlók tényleges céljait, és hogy tanácsadóként (coach) mellettük álljon.

A vezérelni ma is ugyanaz, mint régen volt, olyan értékes termékeket kell kifejleszteni ehhez, amelyek nem csak kiemelkedők a piacon, hanem megelőzik a korukat, és valódi vásárlói lelkesedést váltanak ki.

A szórakoztató iparban sokáig a Sony volt az élen. Több mint 30 évvel ezelőtt kifejlesztették a walkmant, a Sony Music-kal létrehozták a világ legnagyobb zenevállalatát, több mint 10 éve sikeresen értékesítenek mobiltelefonokat, és évente több millió Playstation játékkonzolt építenek. A Sony olyan multimilliárdos szórakoztatóipari konszern, amely évtizedes tapasztalattal és milliárdos kutatási és fejlesztési költségvetéssel rendelkezik.

“ A vezérelni nem más, mint olyan értékes termékeket létrehozni, amelyek megelőzik a korukat. ”

Hogyan fordulhatott elő, hogy egy olyan vállalat, mint az Apple, amely semmiféle előzetes tapasztalattal nem rendelkezett ezeken a területeken, néhány év alatt több tucat milliárd € forgalommal piaci részesedéseket hódított el a Sony világméretű konszerntől, és éppen ezeken a piacokon, és egy olyan csökkenő piacon, mint a mobilágazat, új rekord- és forgalomnövekedéseket ért el?

A válasz nagyon egyszerű: Bátran megalkotak egy olyan jövőbemutató és egyedülálló terméket, amely megfelelt a következő generáció vásárlói kívánságainak, és elindított egy új forradalmi kezdetet. Az iPhone nem kedvező árú mobiltelefon, és nem is a legjobb a műszaki felszereltsége.

Mégis, már kezdetben is egyesítette magában egy egész vásárlói generáció leghőbb vágyait, azáltal, hogy először kombinálta a legkülönbözőbb funkció trendeket egyetlen készülékben, és a készülék használatát olyannyira leegyszerűsítette, hogy a használata gyerekjáték volt, mindenféle használati utasítás nélkül működött, ráadásul még igazi örömet is okozott.

Nem csak telefonálni lehetett rajta, hanem egyszerre ugyanazon a készüléken lehetett zenét hallgatni, fotókat készíteni és nézni, rendkívül egyszerűen a hálózaton szörfölni és e-mailezni, és az Apple saját internetes áruházán keresztül, az AppShop-ból Java-alkalmazások ezreit mobilon letölteni, amelyek a mobil GPS-szolgáltatástól kezdve, az étterem- és gyógyszertár-keresőkön át, az internetes akciók raktárfigyelőig minden lehetséges és lehetetlen szolgáltatást azonnal és egyszerűen a rendelkezésünkre bocsátanak.

A kevesebb, mint 3 év alatt letöltött milliárdnyi zeneszám és program az iPhone-t a jövő legsikeresebb internetes és zenelejátszó mobiltelefonjává teszi, és mindez egy újonnan érkező (Newcomer) által, és gyakorlatilag know how nélkül történt!

Érdekes, hogy mind zenelejátszók, mind pedig mobiltelefonok kaphatók külön-külön egy iPhone árának a töredékeért, és összességüként mégsem érik el ezeket az eladási számokat!

Tehát, a kedvező ár önmagában még nem döntő jelentőségű, a lényeges az, hogy a termék tud-e valódi innovációt kínálni, és jelentősen kiemelkedik-e a piaci kínálatból!

Ez egy fontos tényező ahhoz, hogy megértsük a Webstar és a WellStar termékek sikerét.

A Green Gold terméksorozat, éppúgy, mint a mi energiatápláló-sorozatunk és az új forradalmi Viewty Beauty System, a fitness-piac forradalmasítását jelentik.

Ezek a termékek nem további Mee-too (átlagos minőségű, utánzó termék) másolatok a wellness piacon, mindegyiknek vannak egyedülálló vonásai, amelyek olyan forradalmiak és újszerűek, hogy a területükön (vitalitás, energia és szépség) bizonyára milliárdos súlyú piacvezetőkké válnak.

Időközben ezek a termékek már több mint 1 milliószor keltek el, és évente hihetetlen, három számjegyű forgalomnövekedést érnek el! Mégis, csak a Webstarral és a vevők számára nyújtott számtalan internetes kiegészítő előnnyel kombinálva juthatnak el a jövőben az abszolút csúcsra.

A cél konkrét: a vitalitási tanácsadással (Vitality Coaching) egyszerűen közvetíteni az egészség értékét, és az oda vezető utat, valamint a megfelelő termékekkel néhány éven belül vezetővé válni az európai wellness piacon!

A Webstar és a WellStar termékek egyedülálló jellege bizonyított az 1. számú növekedési piacon (wellness), tehát neki lehet indulni.

Nagy eredmények tartós eléréséhez azonban, a jövőben döntővé válik az 5. számú növekedési tényező, mert hosszú távon csak azt dicsérik meg a munkájáért, aki megérti és alkalmazza azt:

Az 5E Vision – 5. növekedési tényező: Ethical Work Standards (etikus munkanormák)!

Az etikai normák esetében sok ember olyan magatartási értékekre gondol, amelyek jó, ha vannak („nice to have”), amelyeket honlapokon és brosúrákban tárgyalnak, és nyilvánosan hangoztatnak, majd azután a mindennapok harcaiban gyorsan feledésbe merülnek.

“ A legnagyobb növekedés hosszú távon ebben van. ”

“ A tisztesség, a szavahihetőség és a megbízhatóság nem csupán üres szavak. ”

Úgy vagyunk vele, mint a „politikai korrektséggel” („Political Correctness”), addig követjük őket, amíg figyelnek, és mert éppen „megfelelőnek” tűnik, anélkül, hogy meg lennénk győződve róla.

Az etikai normák ennél sokkal többet jelentenek.

A másokkal szembeni tisztességes viselkedés

az egymás közötti bizalom alapja, és csak

annak van belső és külső békéje, aki

kölcsönösen előnyös helyzetet teremt.

Ahol hiányzik a bizalom, vagy a helyzet nem mindkét fél számára előnyös, ott egyensúlytalanság jön létre, ami stresszt okoz. Az erősebb félnek mindig meg kell győznie, vagy le kell győznie a gyengébb vagy megkárosított felet, mindig kezdeményezni kell, hogy az egyenlőtlen helyzet fenntartható legyen. Ez értékes erőforrásokat emészt fel.

Azok a cégek vagy társaságok, amelyek ezekre az elvekre épültek fel, nem maradhatnak fenn.

Aki közelebbről figyeli az utóbbi hónapok gazdasági alakulását, megerősítheti azt, amire gondolok.

Ahol a mohóság helyettesíti a valódi

teljesítményt, ahol hiányoznak a

kifogástalan értékteremtés alapjai, ott előbb

vagy utóbb bekövetkezik az összeomlás.

Ahol hiányoznak az etikai alapelvek, ahol nem ügyelnek azok betartására, ott bizalmatlanság üti fel a fejét, és a bizalmi válság elkerülhetetlen az összes következményével, szinte az egész munka hiábavaló volt, akármennyit is fáradtunk vele.

A 2009-es válságnak nem csak az lesz a következménye, hogy megszűnnek a nem rentábilis cégek és egész ágazatok, valamint a rövidtávú profitra irányuló, és az állam által szinte egyáltalán nem ellenőrzött bankházak, amelyek ezeket a visszas állapokat évekig finanszírozták.

A válság azonban arra is lehetőséget ad, hogy végre tanuljunk belőle, és hosszú távon vállalkozóként megfontoltan és etikailag kifogástalanul járjunk el.

A tisztesség, a szavahihetőség és a megbízhatóság nem csupán üres szavak, hanem azok az alapok, amelyeken a legfontosabb társadalmi és gazdasági értékünk nyugszik: a bizalom.

Csak az fog hosszú távon fennmaradni, aki megdolgozik ezért a bizalomért, mert a kijelentéseiben becsületes, az ígéreteiben megbízható, és mert mindig a másik fél előnyét helyezi előtérbe.

Az esélye most kivételes, hogy a házát erős

sziklára építhesse.

Soha nem volt nagyobb a vágy az igaz értékek és a biztos jövő után, mint most. Azokra most csodálatos és jövedelmező idők köszöntenek, akik az új üzleti generáció előnyeit összekapcsolják a tisztességes állításokkal és a szorgalmas munkával, akik megbízhatók és nyíltan kommunikálnak.

Ön alkalmas erre?

Ön készen áll arra, hogy szinte a nulláról kezdje, és elég merész egy e-network beindításához? Hajlandó-e Ön ezen az úton járni, és 5 évig tanulni és dolgozni azért, hogy kiaknázza e teljesen új, lehetőségekkel teli iparág teljes potenciálját? Elég erős-e Ön ahhoz, hogy a kételkedők, a realisták és a mindent jobban tudók ellenére kitartson, és mindenkinek megmutassa, hogy milyen lehetőségek rejlenek Önben? Elkötelezett-e arra, hogy mindig tisztességesen és megbízhatóan cselekedjen?

Gondolja meg jól – ez lesz a legizgalmasabb, de a legnagyobb kihívás is az életében!

Az Ön hálózati elnöke (Network President)

CHRISTIAN WIESNER

“ Csak az fog hosszú távon fennmaradni, aki megdolgozik a bizalomért. ”

