



SoftMarketing v DuoLife

Od istého momentu pozorujeme dynamické zmeny v hospodárstve. Obrovský vplyv na jeho aktuálnu podobu má o. i. rýchly technologický a telematický rozvoj, ktorý vo významnej miere uľahčuje nielen prácu, ale i každodenný život. Svet sa stáva čoraz viac unifikovaný – hranice prestali prakticky existovať a spoločné finančné meny, právne predpisy a nariadenia tento proces v značnej miere ešte viac zjednodušujú. Čoraz častejšie sa o svete hovorí ako o globálnom spoločenstve. S ním môžeme spájať pomerne nový pojem Nová Ekonómia. Vo firmách sa zmenšujú organizačné štruktúry a pre zamestnancov je pracovný postup čoraz náročnejší. Odborníci poukazujú na skutočnosť, že ľudia budú meniť prácu každých 4-5 rokov a priemerne každých 7 rokov dokonca aj povolanie. To môžeme označiť za príčinu, kvôli ktorej sa už začal používať pojem McPráca. V podnikaní, manažmente, marketingu a ekonomike dochádza k prudkým zmenám. V roku 2014 Robert D. Hof napísal pre týždenník *Business Week*, že „všetko, čo sme si mysleli, že o podnikaní vieme, je spochybňované“. Z ekonomického hľadiska je táto situácia veľkou šancou, ale na druhej strane taktiež veľkou výzvou – pojem konkurencia získava totiž nový význam. V dôsledku toho hľadajú experti neustále nové, lepšie riešenia, ktoré by umožňovali generovať príjem každej osobe, a zároveň dbali o zachovanie zdravého životného štýlu. Popritom je dôležitou otázkou je nájsť taký spôsob zarábania, ktorý poskytuje dlhodobý pocit bezpečia.

Už dlhé roky poznáme riešenia ako klasické podnikanie, korporáčne podnikanie, franšíza či sieťový (viacúrovňový) marketing. Všetky tieto riešenia majú mnoho kladov, ale i záporov, ktoré sa súčasne zdajú byť ešte naliehavejšie. Z tejto novej situácie sa vynára SoftMarketing – revolúcia v podnikateľskom myslení. Spája on v sebe najlepšie praktické prvky zo všetkých uvedených oblastí a pritom eliminuje ich slabé stránky. SoftMarketing, ktorý je zároveň nazývaný podnikaním 21. storočia či dokonca 22. storočia, je odpoveďou na požiadavky dynamických zmien trhu a je alternatívou pre podnikateľov i zamestnancov pracujúcich na úväzok. Pre podnikateľov je často šancou na rozšírenie ich činnosti v rámci ich základného zamerania. Zároveň môže byť pre jednu i druhú skupinu dodatočným, ale i hlavným zdrojom stabilného príjmu bez toho, aby bolo nutné rezignovať z doterajšej pracovnej náplne, a okrem toho nie je potrebné do nej angažovať dodatočné ľudské zdroje a ani priveľké finančné náklady.



Hlavné východiská SoftMarketingu w DuoLife

1. PODNIKANIE ZALOŽENÉ NA TROCH PILIEROCH, KTORÉ SÚ ZÁROVEŇ NAJVÄČŠÍMI SVETOVÝMI TRENDMI:

I. pilier je úspešné generovanie príjmu – je to systém odmien, ktorý čerpá z modelu systémového marketingu. Umožňuje účastníkom projektu zarábať províziu z obchodovania tovarom, ktoré je generované štruktúrami spolupracovníkov firmy. Pre zvlášť ambiciózne a aktívne osoby je pripravený špeciálny program pracovného postupu a motivačný program, pre ktorý ako vzor slúži model korporáčného podnikania. Medzi jeho najväčšie pozitíva patrí:

- neobmedzená výška zárobkov,
- pasívny spôsob získania príjmu, teda zisk, ktorý získavaš dlhší čas za raz vykonanú prácu, bez nutnosti vkladu ďalšej vlastnej práce, tzv. rentiersky dôchodok,
- úplná sloboda v určovaní harmonogramu a rozsahu práce.

II. pilier tvorí branža, ktorá je jedným z aktuálne najvýznamnejších svetových trendov.

Trendy ukazujú smer, v ktorom sa svet rozvíja. Preto práve tam je potrebné hľadať finančné možnosti. Súčasne sa za jeden z najdynamickejších rozvíjajúcich sa trendov považuje wellness.

Wellness znamená predovšetkým pochopenie, že zdravie, dobrá psychická a telesná kondícia a štíhla postava závisia výlučne od nás samých. Každý chce byť predsa zdravý, chce dobre vyzerat' a byť plný energie každý deň. Preto je tak dôležitá uvedomelá starostlivosť o dobrý stav organizmu.

Súčasne registrujeme čoraz viac rizík ohrozujúcich naše zdravie, ku ktorým o. i. patria: ovocie a zelenina s čoraz nižším obsahom minerálnych zložiek, všadeprítomná chémia, zle stravovacie návyky, neustály stres a sedavý spôsob života. To všetko je príčinou toho, že neustále rastie počet osôb trpiacich na civilizačné ochorenia – už v mladom veku sú ľudia chorľaví a nemajú chuť do života. Odborníci upozorňujú, že ak sa nič nezmení, naše deti budú žiť dokonca o 5 rokov kratšie ako my. V tejto situácii je veľmi dôležité informovať o hrozbách a možných riešeniach, a zároveň inšpirovať k fyzickej aktivite a dodávať výrobky najvyššej kvality, ktoré napomôžu v udržaní či dokonca v zlepšení zdravotného stavu. Vychádzajúc naproti týmto potrebám DuoLife ponúka výrobky, ktoré boli vyvinuté na základe najnovších výskumov v oblasti biológie a medicíny. Tieto výrobky podporujú celkovú psychomotoriku organizmu a sú zároveň odpoveďou na konkrétne ochorenia a problémy.

III. pilier zahŕňa osobný rozvoj – účinný spôsob na formovanie podnikania, ako aj sebauvedomovania. Kľúčovým prvkom je v tomto prípade systém, ktorý stvorili najlepší koučovia, tréneri a psychológovia zoskupení okolo firmy Personal Excellence Network, vývojový program. Podporuje partnerov DuoLife v ich profesijnom i osobnom živote a pomáha čo najrýchlejšie prejsť z bodu „A“ do bodu „B“ a zároveň určovať a dosahovať ďalšie ambiciózne ciele.

Pocit rozvíjania sa je potrebou každého človeka. Avšak dosahovanie finančných, pracovných a osobných úspechov vo veľkej miere závisí od toho, či má daná osoba potrebné pracovné a interpersonálne kompetencie a náležitý spôsob zmýšľania. Žiaľ, veľa osôb má v tejto oblasti mnoho nedostatkov, kvôli ktorým nedosahuje úspechy, alebo ich dosahuje len krátkodobo. Práve z tohto dôvodu je osobný rozvoj veľmi dôležitým prvkom činnosti DuoLife, a zároveň aj koncepcie SoftMarketingu. Dôležité je, v porovnaní s väčšinou firiem, ktoré organizujú jednotlivé školenia, že v DuoLife je prístupný rozsiahly a kompletný program osobného rozvoja.

2. CENTRÁLNYM BODOM JE ČLOVEK

V centre pozornosti sa nachádza človek, jeho ciele, aspirácie, potenciál.

3. INDIVIDUALIZOVANÉ PODNIKATEĽSKÉ PROGRAMY.

Vďaka flexibilnému prístupu sú pre každý obchod vytvárané individuálne riešenia, vďaka ktorým je možné spojiť možnosti, ktoré poskytuje DuoLife, s tým, čo už ponúka prakticky každá fungujúca firma, čím sa zvyšujú jej možnosti a konkurencieschopnosť.

4. POSKYTOVANIE SPOLOČENSKEJ HODNOTY.

Toto základné východisko realizuje DuoLife prostredníctvom spolutvorenia a podporovania akcie „Žijem uvedomele“. Jej cieľom je prebúdzat potrebu lepšieho, uvedomelejšieho života v ľuďoch a inšpirovať ich k činnosti zameranej týmto smerom. „Ži uvedomele“ spája v sebe rôznorodé prostredie, osoby a organizácie, od celopoľských médií, cez samosprávy a vedecké prostredie až po známe a vplyvné osoby. V rámci nej sú organizované konferencie, prednášky i tvorivé dielne.

Podporou fyzického a psychického zdravia – osobného rozvoju, schopnosti dbania o svoje financie, umožňujeme žiť uvedomele a šťastne.

5. KONTAKT S VONKAJŠÍM SVETOM.

Ak chceme dosiahnuť úspech v súčasnej dobe v podnikaní, nestačí mať len dobrý výrobok. Potrebné je poskytovať hodnotu v širšom spektre a pritom o tom aj informovať. Preto DuoLife intenzívne pôsobí v médiách, ktoré propagujú nielen výrobky, ale aj hodnoty, ktoré sa s nimi spájajú.

AKO TO FUNGUJE?

- branža wellness zaznamenáva každoročný nárast o cca 30%
- vďaka tomu, že sa DuoLife v rámci svojej činnosti opiera na SoftMarketingu, rozvíja sa mnohonásobne rýchlejšie a zároveň priťahuje k sebe ľudí z rôznorodého prostredia a v rôznej finančnej situácii. Dôkazom jeho efektívnosti sú mnohé úspechy osôb, ktoré spolupracujú s DuoLife.

ZÍSKAJ POCIT BEZPEČIA
VYUŽI PLNE SVOJE MOŽNOSTI
ZARÁBAJ VIAC