



Erste Kontaktaufnahme

Reliv Stellungnahme

BEZÜGLICH DER ERSTEN KONTAKTAUFNAHME

Grund für diese Stellungnahme ist es, die Richtlinien darzulegen bei denen Reliv Streitigkeiten hinsichtlich der ersten Kontaktaufnahme löst und ein System für Reliv Vertriebspartner zur Verfügung stellt, um den Sachverhalt der ersten Kontaktaufnahme angesichts Reliv Europas Standpunkt zu beurteilen. Das Sponsoring und die Linienintegrität sind entscheidend für den Erfolg von Reliv und seinen Vertriebspartnern. Die Richtlinien und Standpunkte, die in dieser Stellungnahme dargelegt sind, wurden im Verlauf der betrieblichen Reliv Geschichte entwickelt und verfeinert.

I. Erste Kontaktaufnahme

Im allgemeinen, definiert Reliv die erste Kontaktaufnahme als eine zielgerichtete Handlung, welche einen Interessenten dazu bewegt, einen bedeutsamen Schritt vorwärts in der Entwicklung zum Vertriebspartner oder Kunden zu gehen. Dies kann vorkommen, wenn Sie die Geschäftsmöglichkeit oder Produkte einem Interessenten präsentieren, einem Interessenten ein Element des Reliv Systems vorstellen oder wenn Sie eine angemessene Folgebetreuung mit einem bereits bestehenden Vertriebspartner und Kunden anbieten. Reliv lediglich in einer flüchtigen Unterhaltung zu erwähnen oder Reliv zu bewerben, aber keine weiteren Handlungen seitens des Empfängers vorzunehmen, bestimmt nicht die Regel der ersten Kontaktaufnahme.

Reliv ist sich im Klaren darüber, dass es unzählig viele Möglichkeiten gibt, in denen mehr als ein Vertriebspartner in Kontakt mit einem Interessenten kommt, bevor dieser Interessent ein Vertriebspartner oder Kunde wird. In den meisten Fällen sind die Gegebenheiten und Umstände eines potenziellen Konfliktes einmalig.

Obwohl nicht jede Handlung, welche in die erste Kontaktaufnahme fällt, in dieser Stellungnahme beschrieben werden kann, beabsichtigt Reliv, dass die hier dargestellten Richtlinien und Auswertungen eine Grundlage für eine einvernehmliche Lösung im Bereich der Streitschlichtung bietet. Demzufolge, liegt die primäre Verantwortung zur Streitbeilegung bei den Upline Ambassadors der involvierten Vertriebspartner. Nur wenn ein Konflikt nicht zwischen den Parteien geschlichtet werden kann, wird Reliv die Grundsätze dieser Stellungnahme anwenden und eine endgültige und bindende Entscheidung, basierend auf den Gegebenheiten und Umständen die diesen Konflikt mit sich bringt, treffen.

Wenn eine Entscheidung bezüglich der ersten Kontaktaufnahme abgegeben wird, wird Reliv den Aufwand, den verantwortliche Vertriebspartner aufbringen, um ihr Geschäft aufzubauen, schützen und Vertriebspartnern die Möglichkeit bieten, Reliv termin- und fachgerecht gemeinsam zu nutzen. Reliv nimmt zur Kenntnis, dass es einen Prozess gibt, in dem Vertriebspartner interagieren, während sie sich bemühen Interessenten und jene innerhalb deren Einflussbereiches Reliv vorzustellen. Reliv wird den Arbeitsaufwand von verantwortungsvollen Vertriebspartnern, welche termin- und fachgerecht handeln, respektieren. Reliv erfordert ein hohes Niveau an Seriosität und Ethik über den gesamten Sponsoring Prozess hinweg. Sollte ein Vertriebspartner in Erfahrung bringen, dass ein Interessent gemäß der ersten Kontaktaufnahme, durch einen anderen Vertriebspartner beraten wurde, sollte der Interessent an den Vertriebspartner zurückverwiesen werden, der die erste Kontaktaufnahme vorgenommen hat. Kein anderer Vertriebspartner darf dem Interessenten Produkte verkaufen oder mit ihm arbeiten.

II. Richtlinien

Beim Einschätzen eines Konfliktes der ersten Kontaktaufnahme, wird Reliv die folgenden Richtlinien anwenden, um eine Lösung des Konfliktes zu finden:

1. Ein Vertriebspartner, der den ersten Kontakt initiiert, behält die Privilegien der ersten Kontaktaufnahme in Bezug auf diesen Interessenten ungeachtet dessen, wen diese Person kennt oder mit wem diese Person involviert sein möchte.
2. Es ist Interessenten und Vertriebspartnern untersagt, Sponsoren nach Belieben zu wählen.
3. Die Privilegien der ersten Kontaktaufnahme sind nicht unbefristet.
4. Vertriebspartner müssen verantwortungsvoll und professionell handeln, um die Privilegien der ersten Kontaktaufnahme zu erhalten.
5. Bei der Nutzung von passivem internetbasiertem Marketing, müssen Vertriebspartner, die Anfragen bezüglich Reliv erhalten, fragen, wie der Interessent von Reliv gehört hat und ob bereits eine Verbindung zu Reliv besteht. Wenn die aktiven Bemühungen eines anderen Vertriebspartners diese Verbindung hervorgebracht hat, muss dieser Interessent an diesen Vertriebspartner verwiesen werden. Danach muss der Vertriebspartner, der das internetbasierte Marketing nutzt, mindestens vier Wochen warten, bevor er/sie sich mit dem Interessenten in Verbindung setzen kann, um herauszufinden, ob ein Interessent weitere Schritte unternommen hat, um mit Reliv in Verbindung zu treten.

III. ANWENDUNG UND ANALYSE DER RICHTLINIEN

1. Ein Vertriebspartner, der den ersten Kontakt initiiert, behält die Privilegien der ersten Kontaktaufnahme in Bezug auf diesen Interessenten, unabhängig davon, wen dieser potenzielle Kunde kennt oder mit wem er zusammenarbeiten möchte. Wenn ein Interessent dem Erstkontakt unterliegt, ist er/sie mit dem ursprünglichen Vertriebspartner verbunden, solange dieser Vertriebspartner professionell handelt und die Kommunikation aufrechterhält. Dieses Verhältnis bleibt bestehen, dabei spielt es keine Rolle, ob der Interessent zu einem späteren Zeitpunkt es bevorzugt mit einem anderen Vertriebspartner zusammenzuarbeiten.

Beispiel: Ein Interessent nimmt die Einladung eines Vertriebspartners, der nur ein flüchtiger Bekannter ist, an. Der Interessent hatte vor dem Treffen keine Kenntnis von Reliv. Bei dem Treffen sieht der Interessent seinen besten Freund, der Reliv vorher noch nicht erwähnt hatte. Ungeachtet dessen und dem Wunsch des Interessenten, mit seinem besten Freund arbeiten zu wollen, wird der ursprüngliche Vertriebspartner die Erstkontakt Privilegien für diesen Interessenten erhalten. Dies gilt auch dann, wenn der ursprüngliche Vertriebspartner in einer anderen Stadt oder einem anderen Land lebt, wenn die ursprüngliche Verbindung ein Ergebnis der kalten Marktwerbung war oder der Interessent mit einem anderen Vertriebspartner verwandt ist.

2. Interessenten und bestehenden Kunden ist es nicht gestattet, sich die Betreuung eines Vertriebspartners auszusuchen. Linienintegrität ist für den Erfolg von Reliv und seine Vertriebspartner entscheidend wichtig. Linienintegrität sorgt dafür, dass Vertriebspartner

die Vorteile ihrer Bemühungen ernten und den Zusammenhalt und die Zusammenarbeit zwischen den Vertriebspartnern fördert. Reliv bemüht sich, ein offenes System zu schaffen, in dem ein Vertriebspartner die Möglichkeit hat, einen Interessenten auf ein Treffen in einer anderen Stadt zu verweisen, ohne Angst zu haben, diesen Interessenten zu verlieren. Dementsprechend wird Reliv unter keinen Umständen das Abwerben unterstützen oder erlauben.

Beispiel: Ein Interessent nimmt an einem Reliv Meeting teil. Am Ende dieses Meeting möchte der Interessent nichts mit Reliv zu tun haben.

- A. Der Interessent versucht sich umgehend über einen zweiten Vertriebspartner zu involvieren. Reliv wird den Interessenten wieder an den ursprünglichen Vertriebspartner zurückverweisen.
 - B. Der Interessent wartet eine gewisse Zeit ab und nimmt dann Kontakt zu einem zweiten Vertriebspartner auf. Obwohl etwas Zeit verstrichen ist, ist es der Interessent der die Initiative ergriffen hat, um mit einem anderen Vertriebspartner in Verbindung zu treten. Reliv wird die Erstkontakt Privilegien unterstützen, solange der Vertriebspartner den Kontakt und eine professionelle Beziehung aufrechterhält. Relivs Verbot gegen das Abwerben gilt gleichermaßen bei bestehenden Kunden und Vertriebspartnern, sowie für Interessenten.
 - C. Beispiel: Ein neuer Vertriebspartner hat einen Kunden, der kein Interesse an der Reliv Geschäftsmöglichkeit zeigt. Nachdem er eine Verbesserung seiner allgemeinen Wellness verzeichnen kann, erklärt er sich dazu einverstanden, an einem Dienstagabend Treffen teilzunehmen. Bei der Besprechung ist der Kunde von der Präsentation eines erfahrenen Ambassadors beeindruckt und beschließt, dass er lieber ein Geschäftspartner des Ambassador sein möchte, anstatt des neuen Vertriebspartners. Der Kunde darf sich nur unter dem Vertriebspartner anmelden, der ihm die Produkte verkauft hat.
 - D. Das gleiche gilt auch für ehemalige Kunden und Vertriebspartner, abhängig davon wie lange diese nicht aktiv gewesen sind. Entsprechend der Reliv Unternehmensrichtlinien muss ein potenzieller Kunde über einen Zeitraum von mindestens sechs Monaten nicht aktiv gewesen sein bevor er von einem anderen Vertriebspartner gesponsert werden kann. Des Weiteren muss ein ehemaliger Vertriebspartner seine Vertriebspartnerschaft mindestens sechs Monate gekündigt haben, bevor er von einem anderen Vertriebspartner gesponsert werden kann. Ein ehemaliger Vertriebspartner kann das Sponsoring mit seinem ehemaligen Vertriebspartner jederzeit wieder aufnehmen. Vertriebspartner, die mit einem ehemaligen Kunden in Kontakt kommen, müssen alles dafür tun, dass diese wieder unter dem Sponsoring ihres ehemaligen Sponsors laufen.
3. Die Erstkontakt Privilegien sind nicht unbegrenzt. Vertriebspartner müssen ihren Interessenten anhaltendes Engagement und fortlaufende Aufmerksamkeit entgegenbringen, um sich die Erstkontakt Privilegien zu sichern. Reliv ist sich bewusst, dass es einen Prozess gibt, durch den Vertriebspartner versuchen, Interessenten in Kunden oder Vertriebspartner umzuwandeln – Reliv unterstützt und respektiert diesen Prozess. Allerdings handeln verantwortliche Vertriebspartner in einer fristgerechten

Weise und verstehen, dass es ein Gefühl der Dringlichkeit in Bezug auf Interessenten gibt. Aktionen, die zunächst den ersten Kontakt darstellen, im Nachhinein jedoch eine völlige Missachtung aufzeigen und eine mangelnde Folgebetreuung gegenüber dem Interessenten aufzeigen, resultieren nicht mit den Erstkontakt Privileg.

Beispiel: Ein Vertriebspartner vereinbart einen Termin mit einem Interessenten. Obwohl interessiert, lehnt dieser zunächst wegen persönlicher Umstände die Geschäftsbeziehung mit Reliv ab. Der Vertriebspartner kündigt an, dass er in ein paar Wochen Kontakt mit dem Interessenten aufnehmen wird. Der Vertriebspartner ruft nicht an und unternimmt nichts, um mit dem Interessenten in Kontakt zu treten und einen Folgetermin zu vereinbaren. Sechs Monate später wird der Interessent von einem anderen Vertriebspartner zu einem Zeitpunkt kontaktiert, in dem sich seine persönliche Situation geändert hat und er Interesse an einer Vertriebspartnerschaft hat. Der erste Vertriebspartner hat es versäumt, rechtzeitig und verantwortungsbewusst zu handeln, und infolgedessen wird der zweite Vertriebspartner die Möglichkeit erhalten, den Interessenten zu sponsern.

In Situationen wo ein Vertriebspartner den Kontakt zu einem potenziellen Kunden aufgenommen hat, hat er einen Zeitraum von vier Wochen in denen er sich entsprechend um den potenziellen Kunden zu kümmern hat, um die Privilegien des ersten Kontakts zu erhalten.

Beispiel: Ein Vertriebspartner erzählt einem Interessenten von den Reliv Produkten oder der Geschäftsmöglichkeit und fragt, ob dieser gerne mehr über Reliv erfahren möchte. Der Interessent willigt ein und einigt sich darauf, dass der Vertriebspartner ihn telefonisch kontaktiert, um einen Termin zu vereinbaren. Nur wenige Tage später spricht der Interessent mit einem Nachbarn, der ihm ebenfalls von Reliv erzählt und fragt ob er mehr darüber erfahren möchte. Der Interessent sagt, dass er bereits von einem Bekannten davon gehört hat. Der zweite Vertriebspartner sollte den Interessenten nun an den ursprünglichen Vertriebspartner zurückverweisen, da seit der ersten Kontaktaufnahme nur sehr wenig Zeit vergangen ist. Wären mehr als vier Wochen verstrichen und der ursprüngliche Vertriebspartner hätte es versäumt den Interessenten zu kontaktieren, dann hätte der zweite Vertriebspartner ohne Probleme mit dem Interessenten über Reliv sprechen können.

4. Vertriebspartner müssen stets verantwortungsvoll und professionell handeln, um die Erstkontakt Privilegien zu erhalten. Reliv erwartet von seinen Vertriebspartnern, dass diese höflich und respektvoll sind und die Reliv-Gelegenheit professionell präsentieren, und ein positives Licht auf Reliv, die Geschäftsmöglichkeit und die Produkte von Reliv werfen. Wenn ein Vertriebspartner beim Erstkontakt erheblich von diesen Erwartungen abweicht, wird dieser Vertriebspartner keine Erstkontakt Privilegien erhalten, wenn einer seiner Interessenten zu einem späteren Zeitpunkt von einem anderen Vertriebspartner kontaktiert wird, der den Erwartungen und Anforderungen von Reliv gerecht wird.
Beispiel: Ein Interessent sieht eine Werbung in der örtlichen Zeitung und ruft unter der angegebenen Telefonnummer an. Eine Kontaktaufnahme bedarf drei Versuche, um mit dem Vertriebspartner, der die Anzeige geschaltet hat, Kontakt aufzunehmen. Nachdem ein Termin vereinbart wurde, erscheint der Vertriebspartner ungepflegt und mit 15 Minuten Verspätung zum Termin. Die Präsentation des Vertriebspartners ist nicht gut strukturiert und viel zu schnell, der Vertriebspartner ist unfreundlich und hat keine Geduld. Er geht nicht auf die Bedenken des Interessenten ein. Der Interessent

weigert sich mit Reliv zusammenzuarbeiten. Nach einem gewissen Zeitraum, in dem sich der ursprüngliche Vertriebspartner nicht bei dem Interessenten meldet, setzt sich ein zweiter Vertriebspartner mit dem Interessenten in Verbindung. Nach einem zweiten Treffen mit diesem Vertriebspartner, bekommt der Interessent ein ganz anderes Bild von Reliv und entschließt sich dazu mit Reliv geschäftlich zusammenzuarbeiten. Unter diesen Umständen würde sich das Erstkontakt Privileg nicht auf den ursprünglichen Vertriebspartner erstrecken, da sein Verhalten und seine Präsentation unprofessionell und unverantwortlich waren.

5. Bei der Nutzung von passivem Internet- Marketing, müssen Vertriebspartner, die Anfragen in Bezug auf Reliv erhalten, von den Interessenten herausfinden, wie diese mit Reliv in Verbindung stehen. Wenn die aktiven Bemühungen eines anderen Vertriebspartners diese Verbindung hervorgebracht haben, muss der Interessent an diesen Vertriebspartner zurückverwiesen werden. Danach muss der Vertriebspartner, der das Internet-Marketing nutzt, mindestens vier Wochen warten, bevor er mit dem Interessenten wieder in Verbindung treten kann, um herauszufinden, ob der Vertriebspartner weitere Schritte mit Reliv eingeleitet hat. Reliv ist sich bewusst, dass Menschen sich heutzutage über das Internet Ihre Informationen einholen. Reliv fördert die Nutzung des Internets, um Informationen zu teilen, das Reliv Geschäft zu vermarkten und Interessenten zu gewinnen. Eine Webseite, Blog oder Soziale Medien können sich für einen Vertriebspartner als sehr effektiv erweisen, um seine Organisation und Interessenten über aktuelle Ereignisse auf dem Laufenden zu halten und die Reliv Produkte und die Geschäftsmöglichkeit zu fördern.

Internet basiertes Marketing, insbesondere eine Webseite sind überwiegend passiv. Wie bereits erwähnt, erkennt Reliv an, dass es oft einen Prozess gibt, den Vertriebspartner folgen, um ihre Interessenten in Kunden und Vertriebspartner umzuwandeln. Reliv wird diesen Prozess schützen und respektieren, wenn ein Vertriebspartner verantwortungsvoll am Aufbau seines Unternehmens arbeitet. Wenn ein Vertriebspartner Reliv fördert und somit Interesse an Reliv schafft, erlaubt Reliv dem Vertriebspartner eine vierwöchige Frist, in der er diesen Interessenten in einen echten Erstkontakt umwandeln kann, bevor ein webbasierender Kontakt die Priorität erhält.

Beispiel: Die Verantwortung eines Vertragspartners liegt darin, das Reliv Geschäft verantwortungsbewusst zu fördern und aufzubauen. Unter anderem, fragt er z.B. eine Kundin, wie sie vorankommt und bittet sie um Weiterempfehlungen. Er übergibt ihr seine Visitenkarten, mit der Bitte, diese an ihre Freunde weiterzugeben, damit diese Freunde ebenfalls den vollen Nutzen von Reliv genießen können. Die Freundin des Kunden fragt die Kundin, wie sie es geschafft hat so viel abzunehmen – sie hat 5 Kilo abgenommen und sieht großartig aus. Die Kundin erzählt ihrer Bekannten von Reliv und gibt ihr die Visitenkarte oder Telefonnummer des Vertriebspartners. Der Vertriebspartner ruft die Kundin als Teil seiner Folgebetreuung ein paar Tage später an und die Kundin gibt dem Vertriebspartner die Details ihrer Bekannten. Der Vertriebspartner ruft anschließend die Freundin des Kunden an, und erfährt, dass diese online gegangen ist und über das Internet einen neuen Vertriebspartner gefunden hat. In diesem Fall sollte der zweite Vertriebspartner die Interessentin zurück an den ersten Vertriebspartner verweisen, sobald er herausfindet, dass diese bereits betreut wird. Er sollte einen Zeitraum von vier Wochen abwarten, bevor er mit dem Freund wieder Kontakt aufnimmt, um festzustellen,

ob der erste Vertriebspartner den Erstkontakt etabliert hat.

Im obigen Beispiel handelt der ursprüngliche Vertriebspartner professionell und verantwortungsbewusst, indem er die Folgebetreuung durchführt und nach Empfehlungen fragt und somit potenziell umsatzfördernde Aktivitäten generiert. Der Vertriebspartner mit einer Webseite, handelt ebenfalls professionell und verantwortungsbewusst, indem er sein Geschäft über das Internet annonciert. Reliv vertritt den Standpunkt, dass ein Vertriebspartner, der durch die Bemühungen eines örtlichen Vertriebspartners, internetbasierende Anfragen erhält, diese Anfragen an den ursprünglichen Vertriebspartner verweisen muss. Während Reliv erkennt, dass Erstkontakt Privilegien sich in der Regel nicht auf Kunden oder ihre Upline erstrecken, bis der Upline Vertriebspartner Kontakt aufgenommen hat, wird Reliv den örtlichen Vertriebspartnern, die verantwortungsvoll handeln und Interesse an Reliv generieren, eine vierwöchige Frist geben, um den Erstkontakt zu etablieren. Webseiten, die von Reliv Vertriebspartnern geführt werden, sollten aktive Vertriebspartner nicht daran hindern oder stören, Anfragen und Empfehlungen zu schaffen. Sollte ein örtlicher Vertriebspartner die Folgebetreuung von Empfehlungen und Interessenten innerhalb von vier Wochen versäumen, kann der Vertriebspartner, der das Internet nutzt, diese Lücke füllen, um den Erstkontakt zu initiieren.

Es ist erforderlich, dass Vertriebspartner, die Anfragen über das Internet erhalten, immer die Frage stellen, wie der Interessent von ihm/ihr erfahren hat? In vielen Fällen erhält der Interessent die Information von einem örtlichen Vertriebspartner. Am besten geht man mit einer solchen Situation um, indem man die Person fragt, wie sie/er von Reliv erfahren hat und die Webseite gefunden hat. In der Regel sind Interessenten nicht mit Netzwerk-Marketing und den Erstkontakt Richtlinien vertraut. Es ist daher wichtig, herauszufinden, wie ein Interessent von Reliv erfahren hat und es liegt in der Verantwortung des Vertriebspartners dies im Detail herauszufinden. Wenn man die Details hat, kann ein Vertriebspartner die Situation unter Einhaltung dieser Richtlinien ansprechen. Die Antworten können von "Ich habe Ernährung im Internet gesucht und fand Ihre Webseite" bis hin zu "Ich habe von meinem Cousin von Reliv gehört, der diese Produkte nimmt" reichen. Im letzteren Fall kann der Vertriebspartner damit fortfahren den Erstkontakt zu etablieren. Kein verantwortungsvoller Vertriebspartner sollte versuchen, sein Geschäft auf der Grundlage der Bemühungen eines anderen Vertriebspartner zu bauen.

IV. ZUSAMMENFASSUNG

Es gibt keine Begrenzung für die Anzahl der Beispiele, die die Erstkontakt Streitigkeiten veranschaulichen können und keine schwarzen und weißen Regeln, die für jede Situation angewendet werden können. Das Ziel dieser Positionserklärung ist es, das Eskalieren von Sponsor Streitigkeiten zu verhindern, und eine Schlichtung von Reliv erfordern. Im Falle einer Sponsor Streitigkeit und vor der Einreichung bei Reliv, verlangt Reliv, dass die Upline-Ambassadore der jeweils beteiligten Vertriebspartner, über die Situation informiert werden und versuchen, diese direkt zu lösen. Die Reliv Ambassadore haben in der Regel Erfahrungen mit Sponsor-Streitigkeiten und sind daher auch mit dem Standpunkt, den Reliv diesbezüglich vertritt, vertraut.

Falls ein Sponsor Disput nicht direkt geschlichtet werden kann, wird Reliv alle Anstrengungen unternehmen, die Tatsachen und Umstände vollständig zu untersuchen und ein fundiertes

Urteil zu treffen, das auf der Reihenfolge der Ereignisse und der Anwendung der in dieser Stellungnahme dargelegten Richtlinien beruht. Reliv behält sich das alleinige und absolute Recht vor, eine endgültige und bindende Entscheidung über die beteiligten Parteien zu treffen. Falls ein Vertriebspartner wiederholt Sponsor-Streitigkeiten schafft, muss dieser Vertriebspartner mit disziplinarischen Maßnahmen, einschließlich Aussetzung oder Kündigung, im alleinigen und absoluten Ermessen von Reliv, rechnen.