



First Contact

RELIV'S POSITIE VERKLARING

BETREFFEND HET EERSTE CONTACT

Het doel van deze Positie Verklaring is om de richtlijnen aan te geven die Reliv hanteert in het geval van geschillen over wat betreft het Eerste Contact en om Reliv Distributeurs een raamwerk te bieden om Eerste Contact momenten te evalueren in het kader van Reliv's standpunt over het Eerste Contact. Sponsoring en lijnintegriteit zijn fundamenteel voor het succes van Reliv en haar Distributeurs en de richtlijnen en posities die in deze Verklaring uit een worden gezet, zijn gedurende de operationele geschiedenis van Reliv ontwikkeld en aangepast.

I. EERSTE CONTACT

Over het algemeen omschrijft Reliv het Eerste Contact als een doelgerichte actie die een prospect er toe doet bewegen om een serieuze stap te zetten richting het worden van een klant of Distributeur. Dit kan zijn middels een presentatie van de ondernemingsmogelijkheden of de producten aan een prospect, door een prospect aan één van de elementen van het Reliv systeem te introduceren of door de juiste follow-up te bieden aan een bestaande Distributeur of klant. Het enkel noemen van Reliv in een voorbijkomend gesprek zonder daarbij enige actie te verwachten van de tegenpartij, geldt niet als een Eerste Contact moment.

Reliv begrijpt dat er tientallen mogelijkheden bestaan waarop meerdere Distributeurs in contact kunnen komen met één en dezelfde prospect, vóórdat deze Distributeur of klant wordt. In de meeste gevallen zijn de feiten en omstandigheden, van een potentieel dispuut, uniek.

Derhalve, wetende dat niet iedere actie die in een Eerste Contact moment resulteert in deze Positie Verklaring kan worden omschreven, is het Reliv's bedoeling dat de richtlijnen en ontleding die hierin uit een worden gezet, in het geval van een dispuut, de basis bieden voor een minnelijke schikking. Dienovereenkomstig, ligt de primaire verantwoordelijkheid voor het oplossen van een dergelijk dispuut bij de upline Ambassadeurs van de Distributeurs die hier bij betrokken zijn. Alleen als een dispuut niet in het veld opgelost kan worden, zal Reliv de leerstellingen van deze Positie Verklaring toepassen en een definitieve en bindende beslissing leveren gebaseerd op de feiten en omstandigheden van desbetreffend dispuut.

Tijdens het weergeven van een Eerste Contact beslissing, zal Reliv de moeite die verantwoordelijke Distributeurs doen om hun bedrijf te laten groeien beschermen en ze de kans bieden om Reliv tijdig en op een professionele manier te delen. Reliv erkent dat iedere Distributeur zijn eigen proces heeft in de omgang met en introductie van nieuwe prospects. Reliv zal de inspanningen van Distributeurs die op een verantwoordelijke manier te werk gaan, respecteren en handhaven. Reliv vereist gedurende het sponsorproces een hoog niveau van integriteit en ethiek en wanneer een Distributeur er achter komt dat een prospect al eerder door een andere Distributeur is benaderd, dient hij deze prospect terug te verwijzen naar de Distributeur die het Eerste Contact moment heeft geïnitieerd en geen enkele andere Distributeur mag met deze prospect samen werken of producten aan hem verkopen.

II. RICHTLIJNEN

Tijdens de evaluatie van een Eerste Contact dispuut, zal Reliv de volgende richtlijnen toepassen om tot een oplossing te komen:

1. Een Distributeur die het Eerste Contact heeft gelegd behoudt de Eerste Contact privileges ten aanzien van die prospect, ongeacht wie die prospect kent en met wie de prospect zou willen samenwerken.
2. Het shoppen naar een Sponsor door een prospect of klant is niet toegestaan.
3. Eerste Contact privileges zijn niet onbeperkt geldig.
4. Distributeurs dienen op een verantwoordelijke en professionele manier te werk gaan om Eerste Contact privileges te bemachtigen.
5. Indien Distributeurs via passieve marketingkanalen zoals het internet een aanvraag van een prospect binnen krijgen, dienen zij af te leiden hoe deze prospect bij Reliv terecht is gekomen. Zijn de actieve inspanningen van een andere Distributeur hiervoor verantwoordelijk, dan dient de prospect in de richting van deze Distributeur verwezen te worden. De Distributeur die gebruikt maakt van internetmarketing dient vervolgens minimaal 4 weken te wachten, alvorens hij/zij weer contact opneemt met de prospect om te kijken of er verdere actie is ondernomen.

III. TOEPASSING EN ANALYSE VAN DE RICHTLIJNEN

1. Een Distributeur die het Eerste Contact legt, zal de Eerste Contact privileges behouden ten aanzien van die prospect, ongeacht van wie de prospect kent en ongeacht met wie hij wil samenwerken. Wanneer een prospect aan een Eerste Contact is onderheven, zal die prospect verbonden blijven met de initiërende Distributeur zolang als de initiërende Distributeur op een professionele manier handelt en in contact blijft met de prospect. Dit houdt stand ongeacht of er andere mensen zijn bij wie de prospect zich liever aansluit.

Voorbeeld: Een prospect bezoekt een Reliv vergadering op uitnodiging van een kennis. De prospect is voordien niet bekend met Reliv. Tijdens de vergadering komt de prospect haar beste vriendin tegen, deze had Reliv echter nog niet met haar had gedeeld. Ongeacht de prospect's wensen om met haar vriendin samen te werken, behoudt de initiërende Distributeur de Eerste Contact privileges met betrekking tot die prospect. Dezelfde analyse is van toepassing ook al woont de initiërende Distributeur in een andere plaats, is de connectie ontstaan door een cold call of is de prospect verwant is aan een andere Distributeur.

2. Sponsor shoppen (of lijnshoppen) door een prospect of bestaande klant of Distributeurs is ten strengste verboden. Lijnintegriteit is van vitaal belang voor het succes van Reliv en haar Distributeurs. Lijnintegriteit zorgt ervoor dat de Distributeurs de vruchten plukken van hun inzet en bevordert binding en samenwerking tussen Distributeurs. Reliv is toegewijd aan het leveren van een open systeem, waarbij een Distributeur vrij moet kunnen zijn om een prospect naar een vergadering in een andere stad te sturen, zonder zich zorgen te hoeven maken over het eventuele verlies van die prospect. Zodoende zal Reliv, onder geen omstandigheden, lijnshoppen toestaan.

Voorbeeld: Een prospect bezoekt een Reliv afspraak of vergadering. Na de Reliv presentatie besluit de prospect om niet met Reliv in zee te gaan.

- A. De prospect probeert onmiddellijk in contact te komen met een tweede Reliv Distributeur. Reliv zal het sponsorschap weer verwijzen naar de initiërende Distributeur, daar dit gelijk staat aan het shoppen voor een sponsor.
- B. De prospect wacht een tijdje af, maar zoekt daarna contact met een tweede Distributeur. Ondanks dat er enige tijd is verstreken, is het de prospect die contact zoekt met een Distributeur. Reliv zal de Eerste Contact privileges hanteren, zolang de initiërende Distributeur contact heeft gehouden en er sprake is van een professionele relatie.

Reliv's verbod op lijnshoppen geldt net zo goed voor bestaande klanten en Distributeurs, als voor prospects.

- C. Voorbeeld: Een nieuwe Distributeur heeft een klant die niets wil weten over de ondernemingsmogelijkheden van Reliv. Nadat ze goede gezondheidsresultaten behaald, stemt de klant eindelijk in en bezoekt een dinsdagavond bijeenkomst. Tijdens de bijeenkomst is de klant zeer onder de indruk van de presentatie van een Ambassadeur en besluit liever zaken te willen doen met de Ambassadeur, dan de Distributeur. De klant zal zich alleen aan kunnen melden onder de Distributeur van wie zij haar producten koopt.
 - D. Dezelfde regels gelden voor voormalige klanten of Distributeurs, afhankelijk van de periode van inactiviteit. Volgens het Reliv beleid dient een klant voor een periode van minimaal 6 maanden inactief te zijn, voordat hij/zij zich als klant of Distributeur bij een andere Distributeur voegt. Daarnaast moet een voormalig Distributeur zijn Distributeurschap voor een periode van minimaal 3 jaar hebben opgezegd, voordat hij/zij zich mag aansluiten bij een andere sponsor. Een voormalige klant of Distributeur mag zijn relatie met dezelfde sponsor te allen tijde weer hernieuwen. Distributeurs die tijdens deze periode in contact komen met een voormalige klant of Distributeur, dienen er alles aan te doen om er voor te zorgen dat zij contact opnemen met hun voormalige Distributeur.
3. Eerste Contact privileges zijn niet eeuwig geldig. Eerste Contact privileges vereisen een aanhoudend niveau van betrokkenheid en aandacht naar een prospect, teneinde deze te verzekeren. Reliv is zich ervan bewust dat Distributeurs een eigen manier hebben om prospects naar zich toe te trekken en over te halen en Reliv zal dit proces steunen en respecteren. Echter handelen verantwoordelijke Distributeurs prompt en ze begrijpen dat er een zekere mate van urgentie geboden is wat betreft de omgang met prospects. Acties die in eerste instantie gezien kunnen worden als het Eerste Contact, maar daarna opgevolgd worden met een totale onverschilligheid en gebrek aan follow up, zullen niet resulteren in de toekenning van de Eerste Contact privileges.

Voorbeeld: Een Distributeur maakt een afspraak met een prospect. Alhoewel geïnteresseerd, weigert de prospect in eerste instantie enige samenwerking met Reliv, omdat zijn / haar persoonlijke situatie dat op dit moment niet toelaat. De Distributeur geeft aan dat hij in de komende weken contact op zal nemen met de prospect om te kijken hoe het er voor staat. De Distributeur belt niet en doet geen persoonlijke moeite om deze prospect na te volgen. 6 maanden later neemt een andere Distributeur contact

op met dezelfde prospect en haar persoonlijke situatie is opgeklaard. Ze wil graag een Distributeurschap aangaan. De eerste Distributeur heeft niet op een prompte en verantwoordelijke manier gehandeld, met als gevolg dat de tweede Distributeur als sponsor voor de prospect wordt aangewezen.

In de situaties waarbij de Distributeur een zogeheten 'soft contact' moment met een prospect heeft gehad, hetzij via een online forum of tijdens een ongedwongen gesprek, heeft de Distributeur 4 weken de kans om de juiste follow up te geven en actie te ondernemen, wat kan resulteren in het Eerste Contact.

Voorbeeld: Een Distributeur vertelt een prospect tijdens een ontmoeting in de kerk, vluchtig over de Reliv producten en de ondernemingskansen en vraagt of de prospect er meer over wil weten. De prospect is geïnteresseerd en stemt in met een telefoontje om een afspraak in te plannen. Een paar dagen later laat de buurman van de prospect tijdens een gesprek vallen dat hij een Reliv Distributeur is en haar hier meer over wilt vertellen. De prospect merkt op dat ze de afgelopen week al van een andere vriendin over Reliv heeft gehoord. De tweede Distributeur dient de prospect terug te verwijzen naar de initiërende Distributeur, daar er nog niet veel tijd verstreken is sinds het laatste 'soft contact' moment. Indien er al meer dan vier weken waren verstreken en eerste de Distributeur de prospect niet had gebeld om een vervolgspraak te maken, dan is de tweede Distributeur vrij om Reliv met de prospect te delen.

4. Distributeurs dienen op een verantwoordelijke en professionele manier te werken om de Eerste Contact privileges te bemachtigen. Reliv verwacht dat Distributeurs beleefd en respectvol overkomen en de Reliv ondernemingskansen op een professionele manier presenteren. Wanneer een Distributeur, tijdens het initiëren van het Eerste Contact, van deze verwachtingen afwijkt, zal de Distributeur de Eerste Contact privileges niet mogen behouden als de prospect vervolgens wordt benaderd door een Distributeur die wel volgens de verwachtingen van Reliv te werk gaat.

Voorbeeld: Een prospect leest in de locale krant een advertentie voor Reliv en belt het nummer in de advertentie. Pas bij de derde poging lukt het de prospect om contact te leggen met de adverterende Distributeur. Nadat de afspraak is gemaakt, arriveert de Distributeur 15 minuten te laat en is slordig gekleed. De Distributeur is ongeorganiseerd en gehaast en is niet bereid naar de bedenkingen van de prospect te luisteren. De prospect weigert deel te nemen aan Reliv. Na enige tijd, waarin de adverterende Distributeur geen enkele poging doet om contact op te nemen met de prospect, wordt de prospect door een betrouwbare tweede Distributeur benaderd. Na een afspraak met de tweede Distributeur te hebben bijgewoond, heeft de prospect een compleet andere mening over Reliv en wil graag aan de slag. Onder deze omstandigheden zullen de Eerste Contact privileges niet overhandigd worden aan de aanvankelijke Distributeur, daar zijn gedrag en presentatie onprofessioneel en onverantwoordelijk waren.

5. Wanneer een Distributeur passieve marketingkanalen gebruikt zoals het internet, dienen zij bij ontvangst van een verzoek te achterhalen hoe de prospect bij Reliv terecht is gekomen. Indien de actieve inspanningen van een andere Distributeur daarvoor hebben gezorgd, dient de prospect naar deze Distributeur verwezen te worden. De Distributeur die het verzoek via internet heeft ontvangen mag vervolgens pas na 4 weken weer contact opnemen met de prospect om te kijken of deze inmiddels verdere stappen met

Reliv heeft ondernomen.

Reliv erkent dat vandaag de dag voor vele mensen die iets over een onderwerp te weten willen komen, de natuurlijke reactie is om het via internet op te zoeken. Reliv moedigt het gebruik van het internet aan als het gaat om informatie delen, promotie van je Reliv onderneming en het ontwikkelen van je netwerk. Een website, blog of social media account kan een effectieve manier zijn om het netwerk van een Distributeur te informeren over aanstaande evenementen, ideeën te delen of informatie uit te wisselen.

Internetgebaseerde marketing, waarvan een website in het bijzonder, is overwegend passief. Zoals hierboven genoemd erkent Reliv dat Distributeurs vaak een bepaald proces doorlopen om prospects om te zetten in klanten en Distributeurs. Reliv zal dat proces honoreren en beschermen, zolang een Distributeur op een verantwoordelijke manier te werk gaat in het uitbreiden van zijn/haar onderneming. Wanneer een Distributeur Reliv op een actieve manier promoot en zo interesse genereert, geeft Reliv deze Distributeur 4 weken de kans om deze interesse om te zetten in een daadwerkelijke Eerste Contact, voordat er voorrang wordt gegeven aan een internetgebaseerd contact.

Voorbeeld: Een Distributeur is op een verantwoordelijke manier zijn Reliv onderneming aan het opbouwen. Hij heeft onder andere een klant die hij regelmatig opbelt om te vragen hoe het gaat, hij vraagt haar naar doorverwijzingen en geeft haar een paar visitekaartjes zodat zij die aan haar vrienden en familie kan geven, en hun ook van de Reliv voordelen kunnen genieten. Een vriendin van de klant vraagt haar wat ze aan het doen is, want ze is 10 kilo afgevallen en ziet er geweldig uit. De klant vertelt haar vriendin over Reliv en geeft haar het visitekaartje van de Distributeur. De Distributeur belt de klant een paar dagen later als onderdeel van zijn werkroutine en de klant geeft hem de gegevens van haar vriendin. De Distributeur belt de vriendin en ontdekt dat ze via internet een andere Distributeur heeft gevonden. De tweede Distributeur had in dit geval de vriendin door moeten verwijzen naar de eerste Distributeur en had na een periode van 4 weken contact kunnen opnemen om te verifiëren of het Eerste Contact was vastgesteld.

In bovenstaand voorbeeld gaat de initiërende Distributeur op een professionele en verantwoordelijke manier te werk, door afspraken na te komen, klanten terug te bellen en naar doorverwijzingen te vragen. De Distributeur met een website gaat ook op een professionele manier te werk door zijn onderneming via internet te adverteren. Het standpunt van Reliv is echter dat een Distributeur die via internet, dankzij de inspanningen van een andere Distributeur, een lead ontvangt, deze weer naar de initiërende Distributeur doorverwijst. Websites die beheerd worden door Reliv Distributeurs zouden het normale proces van actieve Distributeurs, wat betreft het genereren van leads en doorverwijzingen, niet mogen hinderen of belemmeren. In het geval dat een lokale Distributeur verzuimt om leads of doorverwijzingen binnen 4 weken op te volgen, staat de internetgebaseerde Distributeur vrij om het Eerste Contact te initiëren.

Het is essentieel dat Distributeurs die internet gebaseerde leads generen, navragen hoe de prospects bij hen terecht zijn gekomen. In vele gevallen zoekt een prospect informatie op internet, nadat zij – via de acties van een lokale Distributeur – over Reliv hebben gehoord. De beste manier om met een dergelijke situatie om te gaan is om aan de prospect te vragen: “Hoe ben je bij mij terecht gekomen en waar heb je voor het eerst

over Reliv gehoord.” Prospect zijn vaak niet bekend met netwerk marketing en de eerste contact richtlijnen. Het is dus belangrijk om te achterhalen hoe een prospect over Reliv heeft gehoord. Het is de verantwoordelijkheid van elke Distributeur om het hele verhaal omtrent hoe de prospect bij Reliv terecht is gekomen, te onthullen. Met deze gegevens kan de Distributeur handelen volgens de aangegeven richtlijnen. Een antwoord zoals “Ik heb op voeding gegoogled en kwam zo bij jouw website terecht” is heel anders dan “Mijn neef gebruikt de producten en zodoende weet ik van Reliv.” In het eerste geval is de Distributeur vrij om met de prospect verder te gaan. In het laatste geval dient de prospect naar de Distributeur van zijn/haar neef te worden verwezen. Dit proces dient nageleefd te worden. Geen enkele Distributeur zou zijn/haar onderneming uit moeten willen breiden, met behulp van de inspanningen van een ander.

IV. SAMENVATTING

Er zijn oneindig veel voorbeelden die gebruikt kunnen worden om het Eerste Contact te illustreren en geen stel zwart op wit regels die voor elke situatie gelden. Het doel van deze Positie Verklaring is om escalatie van disputen omtrent sponsorschap te voorkomen. In het geval van een sponsorschap dispuut en voordat het ter afhandeling wordt ingediend bij Reliv, vereist Reliv dat de upline Ambassadeurs van beide Distributeurs worden ingelicht en dat zij eerst tot een oplossing proberen te komen. Reliv Ambassadeurs hebben hier vaak al ervaring in en zijn bekend met het standpunt en de positie van Reliv wat betreft zulke disputen.

In het geval dat een dispuut niet op deze manier opgelost kan worden, zal Reliv er alles aan doen om, met behulp van de richtlijnen die in deze Positie Verklaring genoemd zijn, precies uit te zoeken hoe de vork in de steel zit en tot een weloverwogen beslissing te komen. De beslissing van Reliv is bindend voor alle betrokken partijen. In het geval dat een Distributeur regelmatig sponsorschap problemen creëert, kunnen er disciplinaire maatregelen tegen deze Distributeur getroffen worden. Hieronder kunnen o.a. een schorsing of ontbinding vallen. De beslissing die Reliv hierover neemt is onherroepelijk en bindend.