

Herbalife 直销商之荣誉准则

社团文化最好建立在个人每日自愿执行的个人道德规范的强大基础之上。

这些指导原则是以公司及其全球直销商在过去 28 年里累积的经验为依据汇编而成，旨在保证与客户及直销商彼此之间的商业往来始终秉承诚信和崇高的道德标准。指导原则也概述了您与您的上线、下线及其他人以团队形式一起向着共同的目标努力的重要性，并为所有地区、国家及国际的 Herbalife 独立直销商树立了规范和行为准则。

维护在全球范围内的产品、公司及直销商的信誉和形象

- 直销商有责任通过他们的行为和活动来维护公司的声望、形象和商誉，为客户和直销商提供最佳的服务以及改善其健康和财务状况的机会。
- 要维护公司的形象和信誉，最重要是所有直销商都完全遵守公司所发布的行为条例，包括有关允许及禁止的收入和产品声明的规定，以及禁止在未开放国家经营业务及把产品从一个国家出口到另一个国家的禁律。
- 未来的直销商应接受其推荐人所给予的适当训练和支持。在某个特定的城市或国家开展业务时，必须留心了解文化差异。
- 任何违反营销计划下规章制度的行为，都将受到严肃的处理，并及时向公司通报。所有直销商都应积极推广并遵守这些规章制度。

向潜在的直销商提供资讯 - 推荐人的责任

- 在引荐潜在的直销商时，推荐人必须提供关于产品及直销系统的准确信息，以便维护公司的信誉。
- 应当鼓励每位新直销商积极使用并销售产品，借此引导他们走向成功的未来。
- 尽管扩大组织规模是我们的重要策略，但留住直销商也至关重要。应当鼓励直销商建立一个广泛且长期的顾客基础，以确保在事业上取得长期的成功。（例如：引荐 20 位 - 留住 20 位）
- 您应当，在当地法律许可的范围内，尽可能多地获取有关您的新直销商的顾客的详细信息。
- 一名新加入的直销商可能缺乏提供最佳后续服务的经验。通过分享最佳业务解决方案，可说明各组织之间如何能够共同努力将业务提升到较高的水平。

直销商与顾客之间的关系

向潜在顾客提供的信息

- 直销商应当以顾客的利益为导向，时刻表现出礼貌和体贴的行为态度。直销商有责任解说产品标签上所注明的使用方法和注意事项（若有）。
- 有关产品效果以及达成效果所需的时间，应当从务实的角度提供详细的信息，以免引发顾客的不满，因为这会给业务带来负面的影响。满意的顾客能产生正面的作用，也是新顾客和新直销商的潜在来源。
- 若顾客不满意产品或服务，或者要求满意保证，直销商必须快速且礼貌地作出回应。

与另一名直销商的顾客互动

- 另一名直销商的顾客是指，一位目前正在使用从另一名直销商处购买的产品的人 - 或者新近完成体重控制计划并且仍与其直销商保持联系的人。
- 与这些顾客会面时，您可以表明自己对他们的成功感兴趣。然而，因为他们并非您的顾客，您应当尽量不要讨论体重控制计划的改善或商机。您可以直接和他们的直销商分享您的任何想法。
- 若一名直销商再也无法为顾客服务，该直销商应当将其引荐给他们的活跃上线引荐人。
- 若您接触到一名您认为已在过去 60 天内接受过有关产品（或商机）推介的潜在顾客，您应当鼓励该客户再与最初向他推介的直销商联系。若推介至今已超过 60 天，您则可以自在地亲自向这名潜在顾客进行推介，以便开始将他们作为您自己的客户对待。

如何适当地结束与一名顾客之间的关系

若您的顾客停止使用产品，您可以尝试劝说他们重新使用或尝试公司的其它产品。若您的顾客要求根据公司的退款政策索取退款，您应当尊重顾客的决定并且以最礼貌的态度来处理这件事，以便维护公司的正面形象以及您在组织中的声誉。

直销商之间的关系

直销商/组织中的关系是您在所属地区开创成功的 Herbalife 事业的钥匙

- 若要在一个城市、国家或地区开创成功的 Herbalife 事业，直销商们，不论是上线还是下线，都应寻求团结协作，这包括按需要进行业务及联合活动规划、演讲者交流与支持。有效的合作将提升您的业务，并帮助您的事业兴旺发达。您应把握一切机会来证明，我们身为 Herbalife 家族的一份子，始终团结一致，为共同的目标而努力。

直销商之间的争论

- 当直销商之间产生争论或冲突时，直销商应时刻保持专业素养，并尽量避免讨论任何传言，因为这可能对另一名直销商的名誉或组织之间的健康环境产生负面的影响。

在 HOM 商机会议、STS 成功培训会、营养俱乐部或销售中心与另一名直销商的宾客互动

- 若在 HOM 商机会议 STS 或成功培训会上遇到另一名直销商的宾客，您应当鼓励他们作出有利于其引荐人的决定。不可采取任何行动使另一名直销商的宾客向并没有（在会议之前、期间或之后）邀请他们的推荐人登记报名。
- 这些情况不应侵害直销商之间的关系。直销商之间应本着互相尊重的原则及专业的素养开展讨论。
- 若您接触到一名您认为已在过去 60 天内接受过有关商机（或产品）的推介或者参加过 HOM 商机会议或其它类型的引荐会议的潜在直销商，您应当鼓励该直销商再与最初向他推介的直销商联系。
- 若最初的推介至今已超过 60 天，您则可以自在地亲自向这位潜在直销商进行推介，以便开始将他们作为您自己的下线对待。
- 若您接触的一名潜在直销商有一名近亲家庭成员（父母或兄弟姐妹）目前是一名活跃的 Herbalife 直销商，您应当鼓励该直销商向那名家庭成员登记报名。Herbalife 是一门家族生意，因此我们鼓励家庭价值观，并认可家庭成员属于同一直销商组织可产生的正面意义。
- 直销商不应故意或有计划地在某些环境（例如 HOM 商机会议、STS 成功培训会、营养俱乐部、销售中心）中锁定已知是其他直销商邀请来的潜在下线或客户。

双重直销权

- 直销商必须了解并尊重公司有关双重直销权的规定，应当维护而非逃避它们。这些规定对于保护由推荐人身份所带来的期望值尤其重要。

越线销售与购货

- 公司的行为条例禁止越线销售及购买产品。根据这些条例，无论数量或理由，您都不可向另一名直销商的下线售卖产品。

直销商道德训练

- 直销商应当示范并促进 - 以一种亲切、合作的态度 - 良好的道德行为。
- 道德训练将创造独特的对话机会，以便清楚地现实中应用道德规范，有助于在市场中营造一种健康的氛围和公平竞争的场地。
- 公司敬重那些在领导和业务实践方面达到最高道德标准的人，并经常邀请他们担任公司所赞助的活动中的演讲者，或颁发奖项给他们以予肯定。而那些持续达不到这些标准的人则不会得到任何荣誉。

遵守公司的规章制度并维护营销计划的完整性

- 遵循公司的规章制度和营销计划是公司未来发展与成功的关键。Herbalife 凭借其独特的规章制度、营销计划和最高的道德标准，成为直销行业中的巨人。我们受到创始人马克·休斯的感召，加入这间公司，而我们的主要使命便是，在主席兼首席执行官迈克尔·奥·约翰逊的领导下，继承马克·休斯的衣钵，续写辉煌。
- 每一名直销商都有责任遵守公司的规章制度，以便让未来的直销商可在 21 世纪还能够继续享受由 Herbalife 所提供的独特产品和财务机会。
- Herbalife 业务的三大基本组成部分是零售（Retailing）、引荐（Recruiting）和保留（Retention）。全球营销计划则旨在为独立直销商提供最佳的机会，以便就此“三 R”原则的各个方面都能取得长期、正面的效果。要创造个人、组织和企业的成功，最佳方式就是全方位实践该营销计划。除此之外，这还包括，通过了解和尊重您身为直销人员的角色，建立一个稳定且长期性的零售客户基础。这意味着时刻提供个人服务，并确保所提供服务的品质和一致性是您参与竞争的主要手段。

身为一名 Herbalife 的领袖，我遵循上述目标，致力于发展我们的事业。