

GODINA STVARANJA PROMJENA



Na jednoj ranoj Amwayevoj konvenciji, Amwayev suosnivač Jay Van Andel je opisao Amwayev posao kao "jednostavan za početi, jednostavan za prodavati i jednostavan za rast posla."

Deset malih riječi koje još i danas odzvanjaju – pedest godina kasnije.

Današnji nezavisni Amwayev posao je još uvijek lako započeti – otvoren je za sve koji su zainteresirani za rad koji će im donijeti bolji život.

KROZ JEDINSTVENU POSLOVNU MOGUĆNOST

Briga vodi do uspjeha

Amwayev posao daje nadu i priliku za svakoga, bilo gdje u svijetu. Amwayevi distributeri obično postižu "najviše od sebe" kada pomažu drugima da dobro obavljaju svoj posao. To je zbog toga što im drugi distributeri nisu konkurencija. Oni su vitalni za vaš posao, kao što ste i vi za njihov.

Rich DeVos to najbolje predočuje kada kaže, "Kada pomažete drugima da uspiju, vi uspijevate."

Kao i Amwayev suosnivač Rich DeVos je jednom rekao, "Svatko u svijetu ima šansu postati distributer."

"Posao za generacije" kako ga opisuje Amwayev President Doug DeVos.

"Možete stvoriti posao za sebe, svoju djecu i za nove generacije." Jedan od razloga za našu dugogodišnju uspješnost je činjenica da se Amwayevi proizvodi lako prodaju.

Na kraju, naše ekskluzivne, konkurene marke zadovoljavaju provjerene potrebe stranaka u cijelom svijetu.

- Prodaja NUTRILITE™ proizvoda je dosegla 3,1 milijardu američkih dolara u 2008. NUTRILITE™ je vodeća svjetska marka vitamina, minerala i dodataka prehrani*.
- ARTISTRY™ marka je među pet svjetskih, najprodavanijih, prestižnih marki proizvoda za njegu lica i dekorativnu kozmetiku.**

"Amwayeva mogućnost je vrlo prihvaćena u svim kulturama, zemljama i vjervanjima," Amway Chairman Steve Van Andel kaže. "Ljudi pronalaze nešto vrlo atraktivno u kontroliranju svoje sudbine." Nije čudo da je Amway izrastao iz kompanije od dva čovjeka u garaži u Adi, Michigan, u globalni posao s preko tri milijuna distributera koji vode nezavisan Amwayev posao u više od 80 zemalja i teritorija u cijelom svijetu.

*Na temelju prodaje iz 2008., prema istraživanju agencije Euromonitor International.

**Na temelju studije Euromonitora o globalnoj maloprodaji u 2007.

Druge marke u toj istaknutoj skupini su Clinique™, Estée Lauder™, Lancôme™ i Shiseido™.

1959

1969

1979

1989

1999

2009

