

DF NEWS

APRIL 2012

EN TIDNING FÖR DIG SOM ÄLSKAR DIREKTHANDEL



- ACN
- Alpnaering
- Amway
- Avera
- Bertmarks Förlag
- Brankli
- Davida
- Forever Living Products
- GNLD International
- Golden Security
- Herbalife
- Kyäni
- Lesley Cosmetics , Mary Kay
- Life Plus
- Lingon & Blåbär
- Living and Room
- LR Health & Beauty Systems
- Lux
- Madame Chic Kosmetika
- Natural Solutions Europe
- N'care
- Nikken
- Nu Skin Scandinavia
- Oriflame Cosmetics
- PartyLite
- Perfect Home
- PM Sweden
- Private X Collection
- Skandinaviska Brandskyddsbolaget
- Tahitian Noni International
- The Broccoli Company
- Tiens
- Tvättex Direktservice
- Zelected by Houze
- Zinzino

”Direkthandel – en affärsmöjlighet i tiden”

Så är namnet på boken om direkthandel, skriven av Evert Gummesson och Eva-Karin Ohlsson. Den har betytt mycket för utvecklingen av direkthandeln i Sverige. Etablerade företag har haft stor glädje av alla de erfarenheter som är samlade här och många entreprenörer har sett att direktförsäljning är en distributionsform som kanske skulle kunna passa deras ambitiösa planer.

Personligen har jag sysslat med direktförsäljning under mer än 25 år. Jag är djupt imponerad av det engagemang som säljarna har. De flesta av landets 100 000 direktsäljare har sin verksamhet som en hobby eller bisyssla. Många ägnar sig åt direkthandel för att de tycker om produkterna och uppskattar den sociala gemenskap som följer i kontakten med andra direktsäljare och kunder av alla slag. En djup samhörighet har ofta sitt ursprung i den affärsrelation som är frukten av en köp-säljsituation.

Direkthandel erbjuder en affärsmöjlighet där direktsäljaren kan välja graden av engagemang. Vissa har det bara som en hobby medan andra lägger in en växel till. För en del blir affärsmöjligheten en heltidssysselsättning med en tjänst som ligger långt över vad andra tjänar på sitt arbete.

I föreningen är vi nu inne på ett år som är fyllt av nya spännande utmaningar och jag vill särskilt nämna några:

- Vi kommer successivt att etablera oss på Facebook. Det är inte lika vanligt för föreningar, men vi känner att vi vill ligga i framkant när det gäller sociala media.

- I mitten av april månad anordnar Föreningen en temadag där vi samlar ledande personer ur våra medlemsföretag för att diskutera angelägna områden i vår verksamhet.

- I slutet av april månad kommer vi tillsammans med PR-byrån Prime ha ett riksdagsseminarium under ledning av den moderata riksdagsledamoten Jenny Petersson. Syftet är att bland riksdagsmän sprida information om direkthandelns villkor och framför allt diskutera den affärsmöjlighet som direkthandel erbjuder för arbetssökande.

- I månadsskiftet maj – juni samlas vi i Strömstad för ett seminarium tillsammans med våra vänner från Direkthandelns Föreningar i Norge och Danmark.

- I november firar vi 10-årsjubileum på Grand Hotel med vår uppskattade gala där vi delar ut priser om 50 000 kr till en kvinnlig entreprenör, till den eller de studenter som skrivit den bästa uppsatsen om direkthandel och även till den entreprenör som röstas fram för att ha gjort en enastående insats under den gångna 10-årsperioden. Vi delar även ut den s k DF Award till de av företagen nominerade entreprenörer.

Avslutningsvis önskar jag alla medlemsföretag med alla duktiga säljare, ledare och entreprenörer ett framgångsrikt direktförsäljningsår!



Ordförande Direkthandelns Förening



Vårens mest spännande event

Föreningen ordnar riksdagsseminarium

I april anordnar vi ett riksdagsseminarium där vi vill öka kunskapen avseende direkthandel och lyfta frågan om villkoren för vår bransch och säljarnas arbetsituation.

Förväntningarna är höga inför att vi tillsammans med PR-företaget Prime slår upp portarna för ett riksdagsseminarium i april. Som en inledning kommer vi att få höra moderaten **Jenny Petersson** – politisk sekreterare och suppleant i Arbetsmarknadsutskottet. Vad passar bättre en sådan dag då vi vill visa hur direkthandeln kan



hjälpa människor tillbaka efter lång tids utanförskap. Vår förhoppning och ambition är att ge de medverkande riksdagsledamöterna ökad kunskap om direkthandeln och om den speciella roll som säljarna har. Särskild tyngd vill vi lägga på frågor som berör hur vi får långtidssjukskrivna och långtidsarbetslösa tillbaka ut i arbetslivet. Andra viktiga frågor är hur man kan fastställa arbetad tid för att ge underlag för rätt nivå i a-kassa och sjukpenning.

Världsberömd föreläsare

En av våra intressanta föreläsare under dagen är **Evert Gummesson**,

professor i företagsekonomi vid Stockholms universitet och Sveriges internationellt mest etablerade marknadsforskare. Han föreläser över hela världen och dagen till ära ska han presentera nätverksorganisationer ur ett akademiskt perspektiv. Gummesson har skrivit flera framgångsrika böcker och är en av författarna till *"Direkthandel - en affärsmöjlighet i tiden"*. En bok vi ser som extra viktig i vår bransch.

Olika perspektiv på direkthandel

Bland föreläsarna under riksdagsseminariet märks också **Robert af Jochnick**, grundare och styrelseordförande i Oriflame. 2003 valdes han tillsammans med sin bror till "Årets svensk i världen" och 2011 promoverades han till "medicine hedersdoktor" vid Karolinska Institutet. Han kommer att berätta om sina 45 år med det numera börsnoterade företaget. Vi får också en presentation av direkthandeln i Sverige och världen i stort av **Anders Berglund**. Han kommer också att prata om etiska regler, som är så viktigt för vår bransch och som vi värnar om i föreningen.

Eva-Lena Wisberg Gustafsson, fram-

gångsrik ledare i Partylite, och **Maria Åkerblom** från Lingon&Blåbär, berättar om sitt arbete som direktsäljare.

Föreläsare med kaliber

I en intervju underströk Evert Gummesson att han bland annat är förespråkare av Toyotas främsta kvalitetsprincip som idag blivit världsstandard: *kontinuerliga förbättringar*. Den japanska termen *"kaizen"*, som just betyder "förbättring", blev Toyotas nyckel till framgång genom ständiga förbättringar och innovationer.

En förhoppning är att detta också skulle kunna genomsyra vårt riksdagsseminarium och såklart hela vår förening. Vårt mål är ju att ständigt leta efter förbättringar för att underlätta direktsäljarnas arbete och utveckla vårt tänkande kring direkthandeln möjligheter.

Som ni förstår blir det ett digert program när vi möter våra riksdagsledamöter denna dag och vår förhoppning är att vi ska kunna påverka utvecklingen i vår bransch. Självklart är representanter för direkthandeln välkomna dit. För er som inte kan, planerar vi att sända seminariet direkt på hemsidan. ♦

Nu införs föreningens kvinnliga entreprenörpris

Redan i förra DF News berättade vi om att föreningen planerade att instifta ett pris på 50 000 kronor för att uppmuntra framgångsrika kvinnliga entreprenörer. Nu blir det äntligen verklighet.

Priset vänder sig till alla kategorier av kvinnliga entreprenörer och alltså inte bara till dem inom vår egen bransch. Under våren har vi etablerat oss på Facebook och har på så sätt spridit informationen till allmänheten. Ett speciellt formulär för nominering kan laddas ner från hemsidan och vara inskickat senast den 25 september. På den kommande DF-galan kommer vi att dela ut priset.

För att kunna kvalificera sig, bör den nominerade entreprenören:

- gynna annat kvinnligt företagande
- under minst tre år framgångsrikt och under lönsamhet ha drivit egen verksamhet
- vara präglad av socialt ansvarstagande med hög etik och moral
- vara ett föredöme för sin verksamhet och
- ha en hög social kompetens.

Vi förväntar oss ett stort gensvar och ser fram emot att kora den lyckliga vinnaren. ♦



Temadagen – direktförsäljning under lupp

Den 12 april anordnar vi för tredje året i rad, en temadag med syftet att informera och skapa reflektioner för våra medlemsföretag.

Under årets temadag kommer **Ann-Kristin Lindberg**, adjunkt och företagsekonom vid Uppsala Universitet, inleda med en diskussion om hur kundperspektivet tas tillvara inom branschens olika företag. Hon har nu slutfört sin licentiatavhandling "En studie av konsumenters deltagande och köp i direkt-handelssituationer" och arbetar fortsättningsvis med en vetenskaplig artikel baserad på avhandlingen, med namnet "Transforming Social Relations into Business". Vi kommer att fokusera på två intressanta områden från hennes forskningsstudie:

- En av hempartys mest centrala figurer – den inbjudande värdinnan/värden
- Återköpsproblematiken – hur bygger man kundrelationer och därmed lojalitet?

Några av medlemsföretagens svåraste och känsligaste frågor är när ledare vill byta plats i nätverket och när man vill

ta bort en ledare. Tillsammans med deltagarna kommer advokat **Mats Jansson** och **Anders Berglund** att utveckla dessa frågor och även diskutera en del nyheter.

Under dagen blir vi också uppdaterade kring föreningsmedverkan på Facebook, försäljningsstatistik från 2011 och förutsättningar och regler kring våra priser – 50 000 kronor till Årets kvinnliga entreprenör, 50 000 kronor med det Jochnickska priset och DF Award med tillhörande gala och prisutdelare. Vi får också veta mer om vårt riksdagsseminarium med moderaten Jenny Pettersson som värd som ni kan läsa lite mer om här i tidningen.

Avslutningsvis får vi höra **Magnus Ahlén, The Broccoli Company** och en av grundarna till direkthandelskometen **Naturés** kåsera kring hur man kan åka berg- och dalbana i direktförsäljning. Det lär bli en rolig lärdom från "en entusiasts garderob". ♦

Norge anordnar årets DF-dagar med spa

I år är det Direkthandels Förening i Norge som står för arrangemanget kring DF-dagarna den 29-30 maj. Det blir verkligen något att se fram emot.

Alldeles invid vattnet med utsikt över de rundslipade klipporna och den blommande ljungen som hör bohusslänska fiskelägen till, ligger ett Spahotell med sin djärva och utmanade arkitektur – **Quality Spa Hotel i Strömstad**. Det är där som vi

ska avnjuta årets DF-dagar. Förutom att det finns ett smakrikt kök och avkopplande spa, ska vi så klart också få lite spännande kunskap till livs.

Bland annat kommer organisationsutvecklare **Benedicte B. Finnema** att prata om sociala medier, vilka kanaler vi ska välja och varför. Vi blir också presenterade för en ny medlem och får höra om **Herbalifes** framgångshistoria och hur de kunde växa sig så stora under 2010, då de också med rätta vann "Årets vekstbedrift i Norge". Vi passar också på att kora årets vinnare.

När vi nu för en gång skull har både Sverige, Danmark och Norge på plats, får vi också möjlighet att diskutera samarbete mellan länderna, titta

på omsättningssiffror och prata om planerna för 2012. Däremellan ska vi ju självfallet uppleva den vackra platsen vi befinner oss på och bland annat avnjuta en god lunch på Koster, spela golf och slappna av i hotellets underbara spa.

Vi ser verkligen fram emot den "**Skandinaviska DF dagen 2012**" och vi hoppas få en härlig uppslutning. ♦

"Med skandinaviskt samarbete och sociala medier i fokus"

prata om planerna för 2012. Däremellan ska vi ju självfallet uppleva den vackra

platsen vi befinner oss på

och bland annat avnjuta en god lunch på Koster, spela golf och slappna av i hotellets underbara spa.

Vi ser verkligen fram emot den "**Skandinaviska DF dagen 2012**" och vi hoppas få en härlig uppslutning. ♦

Anna och Elina skrev den bästa uppsatsen

Vann Academic Award 2011



Academic Award 2011 tilldelades Anna Berntsson och Elina Helmer Engblom från Göteborgs Universitet, för magisteruppsatsen "Tryckt media och kundlojalitet – en granskning av Clas Ohlsons katalog som marknadskommunikation".

DF Academic Award – en check på 50 000 kronor – delades i år ut av Amelia Adamo i samband med föreningens årsmöte och den årliga DF-galan.

– Forskningen inom marknadsföring är väldigt fokuserad mot digitala medier. Företag byter ut den traditionella katalogen utan att först ha undersökt vad den faktiskt ger för effekt. Vi valde att utifrån Clas Ohlsons långsiktiga mål se på katalogen ur ett lojalitetsperspektiv, berättar Elina.

Lojala kunder leder till ökad lönsamhet, inte minst inom direkthandeln. Studien visar att en verksamhets katalog är viktig för att bibehålla kundernas lojalitet, men att det också behövs en personlig kommunikation som komplement. Katalogens roll är främst att stärka varumärkesbudskapet, ge inspiration och hjälpa till att identifiera behov. Andra kanaler, så som digitala medier, kan kompensera för katalogens brist på interaktivitet och ge möjlighet till kontinuerlig uppdatering.

Redan innan uppsatsen skickades in bestämde tjejerna vad de skulle göra om de vann. En resa stod högst upp på önskelistan.

– Vi åker först till New York. Där ska vi äta god mat och shoppa. Sedan reser vi vidare till Costa Rica.

Planen är att surfa, bada i vattenfall och kolla på häftiga djur.

Elina jobbar idag som marknadsföringsspecialist på ASUS Nordic, en av världens ledande tillverkare av elektronikprodukter. Anna arbetar också med marknadsföring men på kanadensiska Bombardier Transportation som producerar och säljer tåg-, tunnelbane- och signaltekniska lösningar till hela världen.

– Även om det inte är en helt tydlig koppling till vare sig Clas Ohlsons sätt att marknadsföra sig eller direkthandel så har jag fått med mig många viktiga verktyg från uppsattiden. Såsom att det är viktigt att se på kommunikation som en helhet av alla de kanaler som kunden tar del av och att synergier där emellan är extremt värdefulla, menar Anna. ♦

Juryns arbete

Juryn som utser vinnaren av DF Academic Award har 2011 bestått av professor Magnus Klofsten från Linköpings Universitet, Ann-Kristin Lindberg från Uppsala Universitet, vilka båda bedömt uppsatserna ur ett akademiskt perspektiv, samt Eva-Karin Ohlsson, tidigare DFs kommunikatör, och som ordförande Anders Berglund, föreningens vice ordförande. De två sistnämnda har bedömt uppsatsernas relevans för direkthandeln.

Akademikerna bedömde uppsatserna utifrån tre kriterier; problemformulering, litteraturgenomgång samt analys och slutsatser. En uppsats måste ha minst en fyra (av fem möjliga) i samtliga och ligga mellan fyra och fem i slutomdöme för att kunna komma ifråga för priset. En uppsats med högt akademiskt värde som saknar relevans för direkthandeln kan naturligtvis inte tilldelas priset. En uppsats med hög relevans för direkthandeln men med lågt akademiskt värde håller inte heller måttet. Detta är förutsättningarna.

Uppsatstävlingen har funnits sedan 2007 och vi har kunnat se en ökning av antalet inskickade uppsatser för varje år. Vi kunde för 2011 notera att det var en större andel uppsatser som saknade relevans för direkthandeln än tidigare. Vi har också kunnat notera att begreppet "relevans för direkthandeln" är ett ganska vitt begrepp. Det första Academic Award som delades ut gick till en uppsats om gränsdragningen mellan multilevel marketing och pyramidspel och belyste problematiken kring avsaknad av lagstiftning. Den hade både högt akademiskt värde och stor relevans för direkthandeln. De tre följande vinnande uppsatserna behandlade i första hand detaljhandeln men juryn ansåg att alla tre hade relevans för direkthandeln och gav mycket värdefulla rekommendationer även för direkthandeln. Att skapa relationer via sociala media (2009) visar sig alltmer viktigt för alla branscher, inklusive direkthandel. Vikten av att rätt behandla kundklagomål (2010) är ytterst viktigt för direkthandeln liksom för annan handel.

Det blev därför inte så svårt att 2011 välja en uppsats som handlade om Clas Ohlsons katalog och de problem som kan uppstå om en katalog lämnas "ensam". Uppsatsen hade ett mycket högt akademiskt värde, faktiskt det högsta av deltagande uppsatser, och en klar relevans för direkthandeln.

Juryns motivering:

"Författarna visar hur katalogen, som marknadskommunikation, inspirerar kunden till att identifiera nya behov och till köpbeslut samt hur den skapar kundlojalitet". Academic Award är en uppsatstävling som instiftades av DF för fyra år sedan i syfte att öka kunskapen om direkthandel. Den är öppen för alla studenter, lärare och forskare. Uppsatsens ämne skall ha anknytning till direkthandel."



Amelia Adamo lyfte DF-GALAN

Direkthandelns Förenings årliga gala gick av stapeln i en fullsatt Spegelsal på Grand Hotell i Stockholm. Som vanligt blandades festligheterna med glada vinnare av DF Award, Academic Award och högklassig underhållning.

Förra årets DF-gala i november blev om möjligt ännu festligare än någonsin. 150 personer från 16 företag hade piffat sig och glittrade i sin prakt. Det är nionde året vi såg dessa förväntansfulla ögon göra entré och med 2012 års gala firar vi 10-årsjubileum. Trots att 150 personer kan tyckas fylla Vinterträdgården på Grand Hotell i Stockholm, var det många vi saknade. På 10-årsjubileet skulle vi vilja slå rekord, verkligen fira



Amelia Adamo – vår fantastiska konferensier 2011.

med er allihop och slå 200-strecket. Skriv redan nu in den 17 november i era kalendrar. Det är inte en gala ni vill missa – det lovar vi.

Stjärnor på scen

Under 2011 års gala fick vi njuta av att ha självaste **Amelia Adamo** som vår prisutdelare. Hon är verkligen en pärla och gjorde vår gala till något riktigt speciellt. Vad vi förstod på hennes blogg efteråt, njöt hon själv i fulla drag.

Förutom Amelia, gästades galan av idel kändisar. Bland annat fick vi höra



Linda Pritchard – en av stjärnorna på förra årets DF Gala.

den skönsjungande **Fredrik Willstrand** och färgstarka **Linda Pritchard**, som passade på att förenas i en duett som fick taket att lyfta. Det gällde också **Nordic Tenors**, som det svängde ordentligt om.

DF Award

Sedan hade vi ju så klart våra egna duktiga stjärnor, nämligen alla vinnare av DF Awards – vårt pris till särskilt förtjänta säljare och distributörer bland medlemsföretagen. Dessutom

delades som vanligt Academic Award ut för bästa uppsats, som ni har kunnat läsa om tidigare i tidningen. Ja priserna haglade och som om det inte skulle räcka, berättade Oriflames grundare Robert af Jochnick om ett entreprenörpris på 50 000 kronor som han precis har instiftat. Det kommer att delas ut på kommande gala 2012, vilket verkligen kommer att förgylla vårt 10-årsjubileum.

Men det är verkligen inte det enda som kommer att bli speciellt på vår

jubileumsgala. När årets program sakta börjar ta form, kan vi redan nu avslöja att ni kommer få se några av Sveriges mest heta stjärnor just nu. På scenen kommer vi bland annat ha härliga **Petra Mede**, vald till 2009 års kvinnliga komiker på Svenska Stand up-galan tillika programledare för Melodifestivalen och nyligen Guldbaggegalan för andra året i rad. Andra artister kommer att vara **Fredrik Swahn**, bland annat känd efter sin medverkan i

Melodifestivalen och **Andreas Weise**, en numera het artist efter sin medverkan i "Idol" och "Så ska det låta". Det här är bara början så ni förstår att det blir en gala ni inte får missa. ♦



Petra Mede – en av många stjärnor på vår kommande jubileumsgala.

Fotograf: Peter Knutson

"Stjärnspäckat 10-årsjubileum – en gala ni inte får missa"

Företagens motivering för

DF Award



Maja & Dag Ridderstedt
Nu Skin

"Maja och Dag är fantastiska entreprenörer, goda förebilder för sina downlines, visar prov på starkt ledarskap och är dessutom mycket professionella i allt de tar sig an."



Peter Dahl
Herbalife

"Peter arbetar målinriktat för att nå nästa nivå i vår marknadsplan. Han har stor tillväxt i sitt team och har en av de största förtjänsterna på sin nivå i hela Europa. Han är dessutom glad, positiv, generös och delar med sig till alla."



Birgitta Glans
PartyLite

"Birgitta har i mer än tre decennier inspirerat och utbildat 1000-tals kvinnor och män att nå sina drömmar. Hon är en genuint empatisk person med enastående förmåga att se individen och behärskar till fullo konsten att skapa direkthandelsmagi!"



Ann-Christine Rundqvist
A'vera

"Ann-Christine är en elegant och ambitiös ledare med glimten i ögat som arbetar strukturerat, noggrant och motiverande. Hennes grupp har en unik teamkänsla och glädje med en ökande försäljning. Hon är glad, humoristisk och har nära till ett smittsamt skratt och hon är dessutom duktig på dansgolvet."



Ann Larsson
Mary Kay

"Ann har en underbart positiv och möjlighetsorienterad attityd och i kombination med härlig entusiasm vet denna kvinnas Go-Give@spirit inga gränser. Med stor arbetsmoral och hög integritet tillsammans med ett stort och varmt hjärta grundat på den gyllene regeln är vår vinnare en sällsynt värdig vinnare av årets DF Award."

"Anneli har i år tagit steget fullt ut och blivit en de mest framgångsrika återförsäljarna i Europa. Med en beslutsamhet, vilja och ihärdighet som få är vår vinnare en av våra viktiga gäster kuggar för en stark tillväxt de närmaste åren."

Anneli Jansson
Tahitian Noni



"Hege är en lika självklar som naturlig ledare. Med kompetens, lojalitet, långsiktighet, målmedvetenhet och teamkänsla blandat med ett stort hjärta leder hon oss till stora framgångar."

Hege Bläcker
PM Sweden



"Yvonne arbetar hårt och metodiskt och har med sin region haft den största tillväxten i Sverige. Hon är öppen för nyheter och nya arbetssätt och är alltid tillgänglig för sina säljare. Hon är entusiastisk och lojal och en mycket god ambassadör för oss."

Yvonne Hallgren
Oriflame



"Magnus stöttar både sitt team och andra återförsäljare med stor närvaro, mycket engagemang och uppriktigt intresse. Vår vinnare är en inspirationskälla med glimten i ögat."

Magnus Adlercreutz
Forever



"Katarina är väldigt mån om sin organisation genom att delta på alla event i Sverige och utomlands! Vår vinnare uppskattas mycket för sin hjärtlighet, kunskap, skinn på näsan och fötterna på jorden. Vår vinnare är en inspirerande, entusiasmerande, kunnig och kreativ glädjespridare. Det är svårt att inte le när vår vinnare är i närheten."

Katarina Södergren
ZinZino



"Stig har i snart 30 år skapat goda relationer med både kunder och inte minst kollegor i företaget. Med en omsättning överstigande 50 miljoner kr på egen försäljning, är han en av Företagets mest lysande stjärnor. Vi är oerhört stolta över vår medarbetare."

Stig Lindén
Bertmarks Förlag



FACEBOOK

FÖRENINGEN TAR VÄGEN IN I FRAMTIDEN

Ett av de hetaste trenderna just nu som alla talar om, är sociala medier och i synnerhet Facebook. Förmodligen är Facebook Sveriges största webbsajt, då medlemmarna snart uppgår till 50% av befolkningen. Tittar man tillbaka ett par år, var det väl knappt någon som trodde att detta skulle vara möjligt. Men bara det senaste året har Facebook fått 800 000 nya medlemmar i Sverige.

Över 4 miljoner kan inte ha fel

Från 2009 till 2010 ökade Facebook med 54,7% och under 2010 och 2011 ökade det med 24,5%. Under de senaste två åren är det 2 miljoner svenskar som gått med i Facebook. Till en början var detta ett media för ungdomar som ville meddela sig med varann, men så är det inte längre. Medelåldern har ökat från år till år. Det har också gjort att företagen har blivit mer och mer intresserade av att synas och marknadsföra sig där och det blir allt vanligare att man ser både "business"-sidor och föreningsidor.

Föreningen på Facebook

Vi i föreningen ser ju såklart också möjligheten att nå ut för att skapa intresse för både vår bransch och

föreningen genom Facebook. Därför har vi skapat en egen föreningsida där vi hoppas kunna sprida information om vad vi gör, vad vi står för och om branschen i allmänhet.

Det nya mediat ställer dock lite nya krav på hanteringen och kontinuerlig kommunikation. Många tror att det kan ersätta en hemsida eller fungera bara som en anslags-tavla. Men Facebook-användarna är kräsna och har sina speciella krav. Deras beteende på Facebook är annorlunda än vi är vana vid när vi kommunicerar med våra målgrupper i vanliga fall. Man kan förlora läsare



lika snabbt som man kan få dem. Mediat är snabbt, lojaliteten hos läsarna inte så stor och intresset måste kontinuerligt matas med nya information och öppna för dialog om vi ska få behålla dem. Ständig uppdatering och nya inlägg är nödvändigt och språket måste hållas lätt samt och direkt. Vi är verkligen förvåntansfulla för att se vad vårt öppnande av föreningsidan kan ge och att med hjälp av den kanske också få mer trafik till hemsidan.

Gå gärna in och gilla vår sida på <https://www.facebook.com/pages/Direkthandeln-Forening/313058918753639> ◆

NYA
PROVMEDELMMAR



Kyäni

Kyäni är ett direktförsäljningsföretag som säljer hälsoprodukter baserat på alaskablåbär, sockeyelax och de näringsämnen och mineraler som saknas i vår kost. De grundar sig på en forskning kring tlingit-stammens hälsa i Alaska och noteringar kring att de inte hade några ord för hjärtsjukdomar, cancer, diabetes och andra vanliga sjukdomar i sitt ordförråd. Stammen åt regelbundet vilda alaskablåbär och sockeyelax som tillhör de mest näringsrika som finns. *Kyäni* betyder "stark medicin" på "native Alaskan" och är idag en hälso- och wellnesslivsstil för människor runt om i världen.



NSE

Natural Solutions Europe

2009 startades **NSE** av en grupp nordiska entreprenörer som drömde om att skapa det företag som de alltid hade velat jobba på. Idag är företaget verksamt i 30 olika länder. Företaget har två affärsområden: moderna IP telefonlösningar och kosttillskott.

I sitt arbete med IP telefoni samarbetar NSE med Telio Telecom AS – en av de största företagen i Europa inom området. Förutom telefoni erbjuder tekniken mycket hög kvalitet vad det gäller både ljud och bild.

Kosttillskottprodukterna bygger på att neutralisera "fria radikaler" (något som är skadligt för våra celler och anledning till att kroppen bland annat åldras) genom att tillföra antioxidanter.