

15/11/2013

BáoMoi.com

Hành trình tạo nên lịch sử của Nu Skin

VnExpress - Kinh doanh - 15/11/2013 10:00

 Zini Tweet 8+1 0

Trong ngành chăm sóc sức khỏe và làm đẹp, Nu Skin đã khẳng định vị thế của mình là một thương hiệu chống lão hóa cao cấp và kinh doanh bán hàng trực tiếp tin cậy đối với khách hàng Việt Nam.

2013 là một năm có nhiều sự kiện của công ty, đánh dấu bằng sự kiện khai trương tại Việt Nam và mở rộng hoạt động tại Hà Nội trong cùng một năm. Công nhận Việt Nam như một phần của gia đình toàn cầu, mới đây, Nu Skin chào đón các nhà kinh doanh lãnh đạo thành công Việt Nam tại Hội nghị Kinh doanh Toàn cầu, tổ chức tại bang Utah (Mỹ).



Hội nghị Kinh doanh Toàn cầu của Nu Skin năm nay ghi nhận lượng người tham dự lớn nhất, trên 15.000 người đến từ hơn 50 quốc gia. Đây là sự kiện lịch sử mà công ty đã chúc mừng những cột mốc quan trọng và thiết lập tầm nhìn để trở thành công ty bán hàng trực tiếp lớn trên thế giới.

Là công ty tiên phong trong công nghệ chống lão hóa, Nu Skin đã đặt ra nhiệm vụ cải thiện cuộc sống của mọi người thông qua sản phẩm chất lượng, cơ hội kinh doanh hấp dẫn và một nền văn hóa tiên tiến. Nu Skin là một công ty bán hàng trực tiếp và thấy rằng việc đảm bảo cơ hội kinh doanh công bằng, trung thực cho các nhà phân phối là cơ sở để bảo vệ và nuôi dưỡng truyền thống doanh nhân.

Đây là một trong những công ty có chính sách trả thưởng cao trong ngành với 43% lợi nhuận được trả cho hoa hồng từ việc bán hàng. Năm 2012, công ty đã trả cho các Nhà phân phối 970 triệu USD. Ngày nay, công ty có hơn một triệu khách hàng, có mặt tại 53 thị trường và khoảng 17.000 Nhà phân phối lãnh đạo trên toàn thế giới. Tháng 8 vừa qua, Nu Skin tiếp tục được Tạp chí Utah Business vinh danh là một trong những công ty phát triển nhanh nhất bang Utah trong suốt 4 năm liền. Thương hiệu thành công về chống lão hóa, ageLOC, đã đạt được doanh số 3 tỷ USD kể từ khi được tung ra thị trường vào năm 2009.

Điều này được nhấn mạnh bởi nền văn hóa tiên tiến của công ty luôn mang đến những giá trị tốt đẹp cho cộng đồng. Hội nghị đã tổ chức đêm gây quỹ cho Force For Good. Các thành viên trong gia đình Nu Skin đã đóng góp hơn 2,2 triệu USD cho quỹ từ thiện này. Công ty cũng chúc mừng sự kiện quyên góp được 300 triệu bữa ăn Vitameal cho Tổ chức Nuôi dưỡng Trẻ em như một nỗ lực trong việc chống suy dinh dưỡng ở trẻ em.

Với mức tăng trưởng ấn tượng tại thị trường Việt Nam trong vòng một năm sau khi đi vào hoạt động, nhiều Nhà phân phối thành công Việt Nam đã được tỏa sáng tại hội nghị này.



Những Nhà phân phối Blue Diamond thành công sẽ được mời tham dự chuyến thưởng trong 7 ngày, được diễn ra mỗi 2 năm. Đây là một sự công nhận uy tín dành cho các Nhà phân phối thành công của công ty.

Trong đó có 3 Nhà phân phối đến từ Việt Nam là bà Nguyễn Thị Minh Nguyệt, ông Hoàng Nguyễn Hóa, và ông Cao Minh Xuân Phước Lành.

Ngay khi đặt chân đến trụ sở chính của Nu Skin, họ đã nhận được sự chào đón từ những nhà sáng lập, các giám đốc điều hành khu vực và toàn cầu. Họ đã chứng kiến trung tâm nghiên cứu hiện đại đã tạo sức mạnh cho danh mục sản phẩm đột phá của Nu Skin.

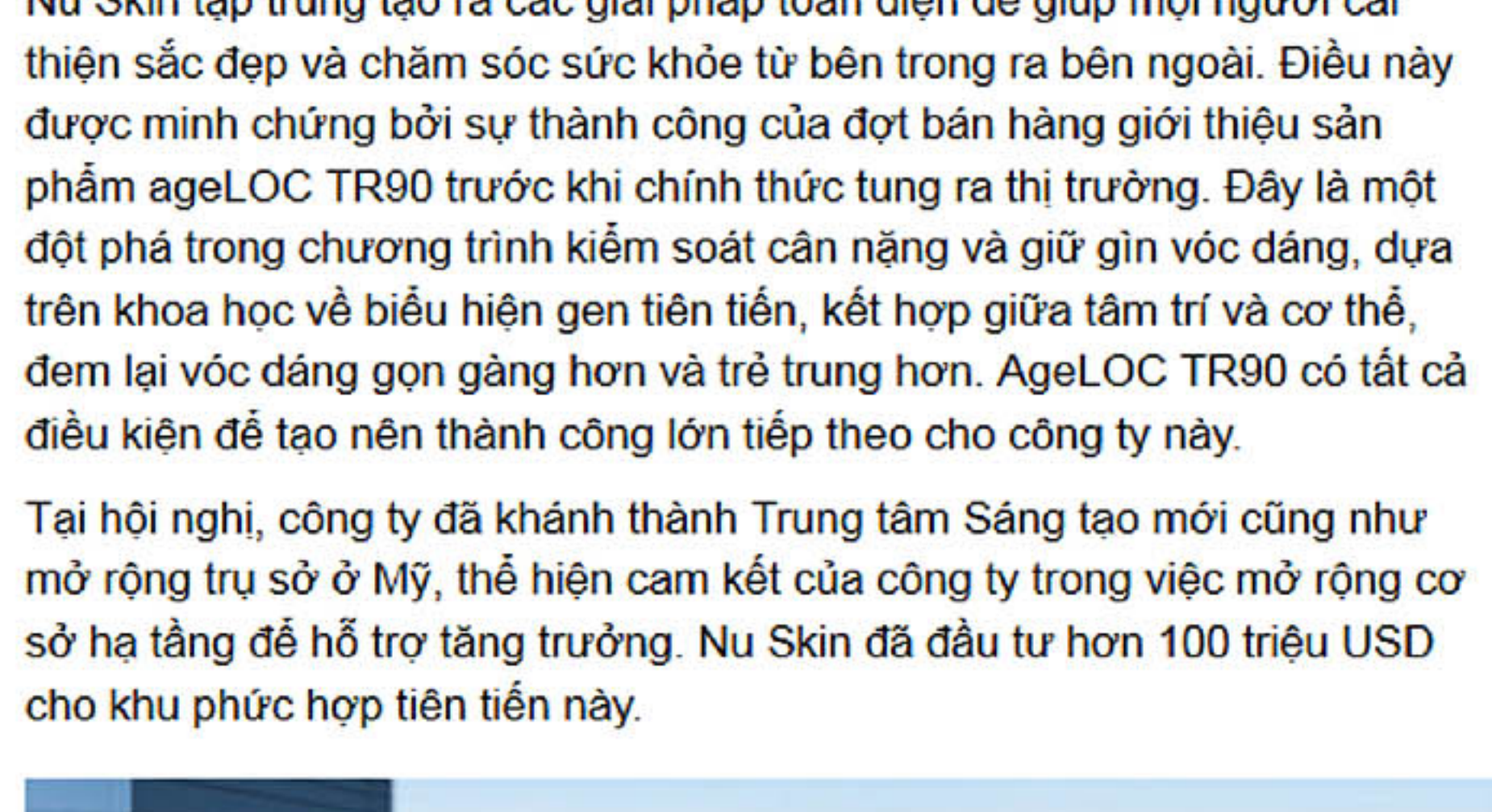
"Tôi thật sự cảm kích về sự đón tiếp của Nu Skin trong suốt chuyến đi, từ việc được đón bằng xe Limousine ngay khi hạ cánh tại Mỹ, tới việc chào đón trên thảm đỏ của các giám đốc điều hành và nhân viên tại trụ sở của công ty, phòng nghỉ, ăn uống và giải trí tại Las Vegas với tiêu chuẩn 5 sao. Tôi không thể nào quên chuyến đi này khi lần đầu tiên được gặp gỡ các Nhà phân phối thành công của Nu Skin", bà Minh Nguyệt, nhà phân phối Blue Diamond cho biết.

Các Nhà phân phối Blue Diamond đã được vinh danh trước sự chứng kiến của hơn 15.000 Nhà phân phối đến từ khắp nơi trên thế giới, được đặc quyền ngồi ở những vị trí hàng đầu và cơ hội học hỏi từ các diễn giả khắp nơi trên thế giới.

Nói đến sự thành công của công ty, không thể không nhắc đến công nghệ chủ đạo ageLOC đã tạo sức mạnh cho sự thành công này. AgeLOC là phát minh mang tính đột phá sẽ giúp khách hàng đạt được chất lượng cuộc sống tốt.

Nu Skin tập trung tạo ra các giải pháp toàn diện để giúp mọi người cải thiện sắc đẹp và chăm sóc sức khỏe từ bên trong ra bên ngoài. Điều này được minh chứng bởi sự thành công của đợt bán hàng giới thiệu sản phẩm ageLOC TR90 trước khi chính thức tung ra thị trường. Đây là một đột phá trong chương trình kiểm soát cân nặng và giữ gìn vóc dáng, dựa trên khoa học về biểu hiện gen tiên tiến, kết hợp giữa tâm trí và cơ thể, đem lại vóc dáng gọn gàng hơn và trẻ trung hơn. AgeLOC TR90 có tất cả điều kiện để tạo nên thành công lớn tiếp theo cho công ty này.

Tại hội nghị, công ty đã khánh thành Trung tâm Sáng tạo mới cũng như mở rộng trụ sở ở Mỹ, thể hiện cam kết của công ty trong việc mở rộng cơ sở hạ tầng để hỗ trợ tăng trưởng. Nu Skin đã đầu tư hơn 100 triệu USD cho khu phức hợp tiên tiến này.



Một cột mốc khác mà công ty đạt được nhân dịp này là việc giới thiệu chiến lược Nu Skin 3.0. Đây là một tầm nhìn mới giúp công ty đạt 10 tỷ USD doanh thu và 4 tỷ USD dành cho việc chi trả hoa hồng vào năm 2020.

Tất cả đều bắt đầu từ sự đam mê. Nu Skin luôn cung cấp các cơ hội công bằng cho bất cứ ai muốn trở thành doanh nhân thành đạt và muốn giúp cho cuộc sống của họ và của những người xung quanh trở nên tốt đẹp hơn. Bên cạnh việc tiếp tục cho ra mắt những sản phẩm tiên tiến, công ty sẽ tiếp tục nỗ lực để giúp người Việt Nam có một cuộc sống khỏe mạnh hơn và đem đến cơ hội giúp cho ước mơ của họ trở thành hiện thực.