



А. Мантиков

Стимул работать и зарабатывать!

II-я конференция Центрального региона

Торжественно открыл конференцию – А.Мантиков, генеральный директор MIRRA, и зал просто взорвался аплодисментами. Тепло приветствовал дистрибьюторов исполнительный директор компании Г.Аллахвердиев, затем на сцену вышел С. Волынец, начальник отдела IT, и со свойственным ему обаянием, подробно рассказал о перспективах работы с MIRRA. «Он весьма доступно говорил о тонкостях маркетинг-плана компании, – делился впечатлениями Платиновый мастер MIRRA Григорий Павловский, – такая информация незаменима для тех, кто только начинает свою деятельность на нашем поприще».

В этом году компания открыла для себя популярного бизнес-тренера Максима Сергеева. Вместе с руководством компании он посетил со своим «шоу» (он

еще и актер!) уже несколько регионов и неизменно имел оглушительный успех. Его откровения удивительно точно и глубоко проникают в душу, заставляют задуматься, переоценить свою деятельность, по другому взглянуть на себя и окружающих.

Прослушав многочасовой семинар «Эффективные продажи в MLM-бизнесе», дистрибьюторы не стали скрывать своих восторгов. «Если бы я стала участником такого семинара раньше, то многих ошибок мне удалось бы избежать, – рассказывает нам Л. Симкина, – теперь я понимаю, что можно «набивать меньше шишек» в ходе работы, пользуясь опытом знающих людей». «Бизнес-тренинг – это настоящая помощь в конкретной рабочей ситуации, это реальные примеры, одним словом – это супер!» – с энтузиазмом

рассказывает нам С. Осипова. «Тренинг – это реальные продажи, всякая конференция MIRRA – это движущая сила, стимул работать и зарабатывать! Тренер очень харизматичен, а главное – дает правильные вещи новичкам и напоминает о главном акулам бизнеса!» – комментирует происходящее Н. Арбузова. «Тренер не только учит искать правильный подход к людям, с ним интересно, он зажигает!» – с улыбкой сообщает нам С. Ольхова.

На конференции царила замечательная атмосфера. «Мне очень уютно и легко среди этих людей, обстановка рабочая, мне некогда скучать!» – поделилась дистрибьютор С. Зайцева.

По многочисленным отзывам дистрибьюторов – конференция прошла чрезвычайно успешно и привнесла в их жизнь перспективу и вдохновение!

10 апреля в Сокольниках в отеле «Holiday Inn» собрались более 400 дистрибьюторов Центрального региона России. Настроенные на активную работу, на получение новых знаний и практического опыта, дистрибьюторы работали целый день, позволяя себе лишь небольшие перерывы.

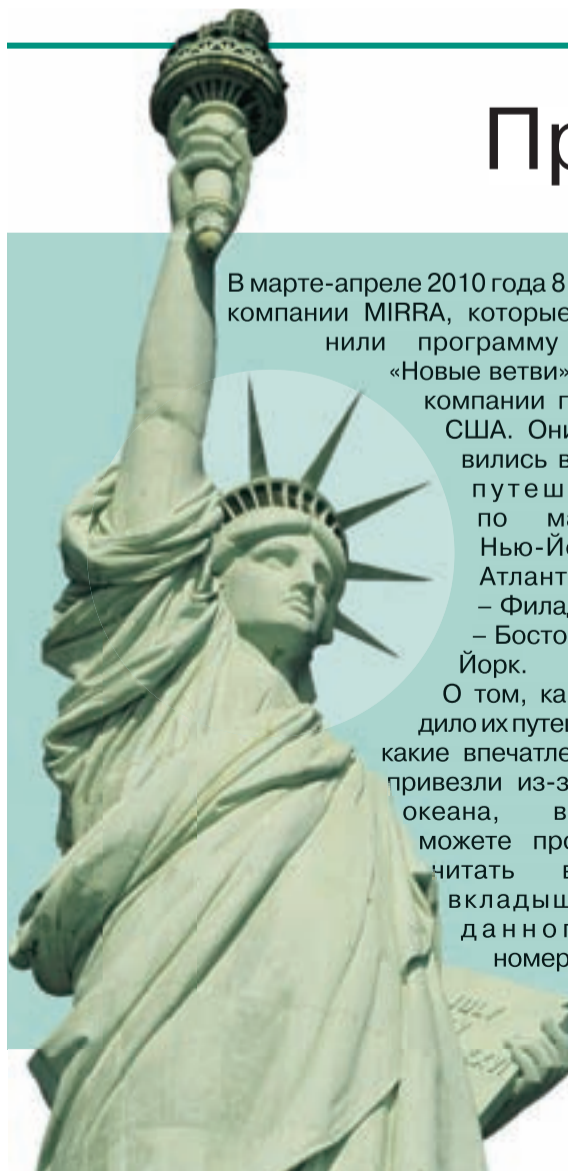


Привет, Америка!

Промо «Новые ветви»

В марте-апреле 2010 года 8 лидеров компании MIRRA, которые выполнили программу Промо «Новые ветви», за счет компании посетили США. Они отправились в MIRRA-путешествие по маршруту Нью-Йорк – Атлантик-Сити – Филадельфия – Бостон – Нью-Йорк.

О том, как прошло их путешествие, какие впечатления они привезли из-за океана, вы можете прочитать во вкладыше данного номера.



Спонсирование – ключ к успеху!

Занимаясь поиском и привлечением клиента или партнера, мы применяем одинаковые методы, выполняя схожие алгоритмы действий. А вот дальнейшая работа с клиентом и работа с дистрибьютором имеют свои особенности и отличия. В первой части этой статьи (информ. бюл. MIRRA №3/2010) мы говорили о спонсировании постоянного клиента. Теперь поговорим о спонсировании партнера-дистрибьютора.

Спонсирование: работа с новичком

Как и клиента, партнера надо привлечь. А для этого надо понять (выявить) его потребности (финансы, свобода, общение и т.д.), предложить путь решения (бизнес MIRRA) и сделать первую продажу (подписание Соглашения). Такой комплекс задач-действий в МЛМ называют «Рекрутирование». Как видим, рекрутирование является начальным этапом спонсирования, и этот этап заканчивается, как только задача рекрутирования будет выполнена: – Вы подписываете Соглашение о сотрудничестве со своим новым партнером-дистрибьютором. С этого момента Вы становитесь Спонсором и между Вами и Новичком возникают «Спонсорские отношения». В отличие от Ваших отношений с постоянным клиентом, Спонсорские отношения с Вашим партнером-дистрибьютором документально закрепляются в Соглашении о сотрудничестве.

Давайте вспомним, что лежит в основе Спонсорских отношений? Взаимный Интерес! А какие интересы связывают Спонсора и Новичка?

- Интерес Спонсора к Новичку как потребителю продукции. Как только Новичок начнет выполнять свой Личный Объем, Спонсор начнет получать с этого объема свое комиссионное вознаграждение от компании (15% БВ). За что Вам в данном случае платит компания? За то, что Вы Новичка спонсируете: нашли – привлекли – работаете с ним: мотивируете, обучаете, информируете, промоншируете. В результате Ваших постоянных правильных спонсорских действий он ежемесячно создает для компании свой личный объем товарооборота продукции. Его основная мотивация на создание этого товарооборота может быть разной:

- только личное потребление по выгодной цене (дистрибьютор-потребитель);

- возможность иметь дополнительный доход от прямых продаж + вознаграждение от компании (дистрибьютор-продавец);

Спонсор должен эту мотивацию Новичка знать и постоянно ее поддерживать, ведь зачастую своей собственной мотивации у дистрибьютора не хватает.

- Интерес Спонсора к Новичку как к потенциальному сетевому, т.е. такому дистрибьютору, который будет не только потреблять (продавать), а будет строить свою дистрибьюторскую организацию, т.е. будет спонсировать новых дистрибьюторов: искать – привлекать – работать с ними. С ростом товарооборота организации Вашего дистрибьютора растет и Ваш доход от работы дистрибьюторской сети.

Разумеется, и дистрибьютор-потребитель и дистрибьютор-продавец тоже могут иметь небольшую организацию, даже если они не ставят себе такую цель и не занимаются «сознательным рекрутированием». Как правило, такие небольшие организации возникают естественным образом, когда «тоже покупать со скидкой» хочет родственник, подруга или знакомый. Чтобы в таких организациях постоянно создавался объем, надо с дистрибьюторами-потребителями и дистрибьюторами-продавцами, имеющими такие организации, – правильно работать, воспитывая в них Спонсоров, учить «Спонсировать».

- Интерес Новичка к Спонсору как к Наставнику, Учителю. С этим интересом надо разобраться подробнее. Здесь не все так просто.

Далеко не все Новички хорошо знают особенности и разбираются в нюансах сетевого бизнеса. Если спонсорские отношения свелись лишь к подписанию Соглашения, Новичок практически сразу перестает быть участником товарооборота, так и не узнав о том, «что же такое Спонсор» и «для чего он Новичку нужен». И очень скоро (6 мес. ЛО=0) такой дистрибьютор выбывает из компании.

Чтобы у Новичка был интерес к Спонсору и чтобы этот интерес был правильным (Спонсор – это Наставник, Учитель), – именно Спонсор должен рассказать о своей роли в их отношениях: на какую помощь и поддержку Новичок может рассчитывать, как они могут и будут взаимодействовать, чем такие отношения выгодны Новичку, но что при этом Спонсор ждет от Новичка (выполнение поставленных задач, активность, действие и т.д.). Новичок должен сразу понять, что его интерес к Спонсору не может быть потребительским – «дай, должен, ты с меня получаешь!» Это может быть только интерес прилежного Ученика к своему Учителю, Наставнику, от которого он хочет получать знания и навыки. При этом Ученик готов следовать наставлениям Учителя, выполнять все его рекомендации, действовать согласно выработанным договоренностям и планам.



Правильно выстраивая Спонсорские отношения с самого начала, Спонсор закладывает основу для долгосрочных взаимовыгодных отношений и успешного развития бизнеса Новичка, а значит и своего собственного бизнеса.

Работа с дистрибьютором Не простые вопросы

Сколько надо дистрибьюторов в первой линии?

Чем больше в первой линии будет хорошо обученных, активных, самостоятельно строящих свой бизнес дистрибьюторов, тем успешней будет Ваш собственный МЛМ бизнес MIRRA.

Для этого потенциальных дистрибьюторов надо найти, привлечь, обучить и «довести» до такого уровня развития, когда Ваше участие как Учителя и Наставника будет для них уже не так актуально, как вначале. Когда они будут действовать **самостоятельно** и уже **сами будут спонсировать своих дистрибьюторов**. Поэтому вопрос «сколько надо дистрибьюторов» формулируем по-другому: «сколько дистрибьюторов можно качественно спонсировать одновременно»? Практика показывает, что немного, не более 2-3 одновременно. Здесь надо руководствоваться здравым смыслом и временем, которое Вы готовы на это тратить. Подписывать много людей, на которых «Вас не будет хватать», – не продуктивно.

Что делать, если дистрибьютор не хочет работать?

В любой линейной фирме на такой вопрос есть готовый ответ – уволить! Но это когда есть трудовые отношения между работодателем и наемным работником. Между Спонсором и его партнером – дистрибьютором первой линии нет таких отношений. Нет «начальника и подчиненного» и уволить никого нельзя, даже если «не хочет работать». Имеет право. И что понимать под «работать»? Вспомним, что интерес Спонсора к дистрибьютору – в объеме, который тот производит. И не важно, что дистрибьютором при этом движет: желание потреблять или деньги зарабатывать. Если объема нет, то, в первую очередь, Спонсор должен анализировать свои действия (или бездействие), «как он спонсирует данного дистрибьютора?». Понимает ли он мотивы дистрибьютора, достаточно ли часто с ним общается, и т.д. И, конечно, надо свои ошибки исправлять.

Что делать, если Спонсор не помогает?

Не важно, по каким причинам не происходит «Спонсирование» и почему Ваш непосредственный Спонсор Вам не помогает. Главное – помнить, что в МЛМ

мы приходим, следуя своим собственным интересам, но при этом в МЛМ мы никогда не остаемся одни. И если человек, рассказавший Вам о компании MIRRA, Ваш Спонсор, по каким-то причинам не контактирует с Вами, у Вас есть возможность получить спонсорскую поддержку от вышестоящего Спонсора, ведь Ваш бизнес является частью и его бизнеса, и он, безусловно, заинтересован в Вашем успехе. Каждый дистрибьютор MIRRA может получить контактную информацию о своих вышестоящих Спонсорах, заказав отчет «Цепочка спонсоров».

Должен ли Спонсор помогать материально?

Такой вопрос возникает от шаблонного восприятия слова «спонсор», часто звучащее в СМИ, – «спонсор передачи, программы, соревнования, команды и т.п.». Такой спонсор дает именно деньги, тем самым делая себе рекламу. В МЛМ же Спонсор дает не деньги. Спонсирование – это всегда передача информации о том, «где деньги лежат» и что надо сделать, чтобы «постоянно оттуда брать», что гораздо ценнее. Именно поэтому в МЛМ говорят – «информационный Спонсор», и это справедливо. А слово «должен» в Спонсорских отношениях вообще не уместно. Никто, никому, ничего не должен. Всеми действиями управляет только взаимный Интерес, о котором говорилось выше. Не спонсирующий Спонсор и не активный дистрибьютор вредят только самим себе.

Надо ли уходить от «плохого Спонсора»?

Каждый информационный Спонсор, т.е. тот человек, который является для каждого дистрибьютора MIRRA непосредственным Спонсором, – уже **сделал Главное**: он открыл дистрибьютору бизнес-возможности MIRRA, а затем сделал бизнес-предложение, которое и было дистрибьютором принято. Уже этого одного достаточно, чтобы быть ему **благодарным**, ведь не каждый день мы получаем такие выгодные предложения! Но Спонсор, каким бы он ни был «хорошим Спонсором», не сделает за дистрибьютора его работу: не будет за него составлять Список знакомых, не будет за него проводить встречи, не будет за него обслуживать клиентов, т.е. не будет за него **спонсировать**.

Дистрибьютор хочет уйти к другому Спонсору...

Спонсорские отношения – это отношения между людьми. Они окрашены эмоционально, на них влияют многие факторы, они всегда оцениваются сторонами субъективно. Даже изначально развиваясь правильно, Спонсорские отношения могут «испортиться» из-за своей «человеческой природы». Желание уйти к другому Спонсору может быть вызвано неверными представлениями о Спонсорстве (*Спонсор должен, он на мне зарабатывает*) либо неэтичным поведением другого Спонсора, «переманивающего» дистрибьютора, особенно Новичка, разными посулами и обещаниями «золотых гор». И если пойти навстречу таким «желаниям» и дать процессу смены Спонсора «зеленый свет», от любой МЛМ-структуры ничего не останется. Сегодня Спонсор плохой, завтра уйду к хорошему, а послезавтра и этот не хорош, буду искать другого. Чтобы такого не случилось, в МЛМ компаниях либо полностью запрещена смена Спонсора, либо она жестко регламентирована. В компании MIRRA смена спонсора регламентируется статьей 16 Маркетинг-плана:

«На основании письменного заявления дистрибьютора и при письменном согласии всех его вышестоящих спонсоров, включая компанию, дистрибьютор со всем своим деревом может быть передан другому спонсору в порядке, установленном компанией».

СОВЕТ: Каждому дистрибьютору в своей деятельности надо руководствоваться простым правилом: «Не делай того, что не хотел бы получить по отношению к себе». Это надо помнить и желающим «сменить Спонсора» и тем, кому захочется стать для чужого дистрибьютора «хорошим» Спонсором.

Окончание следует...

Анонс: в следующем номере поговорим о дублировании и о «дубликации Успеха»; о спонсорских информационных каналах и о том, что по ним можно и нужно «транслировать»; о мотивации сверху и обратной связи; об «автопромоушн» и «как не надо выполнять ПРОМО».

MIRRAприятие в Архангельске

В приветственном слове лидер архангельской структуры компании MIRRA Светлана Воеводина сказала, что здоровье, красота и успех имеют особую ценность в жизни каждого человека, и женщин в особенности, а компания MIRRA помогает своим дистрибьюторам и клиентам сохранить их. Светлана рассказала о том, каких успехов достигла архангельская структура за время своей работы и как расширила территорию MIRRA в области.

Компания MIRRA сделала Архангельску замечательный подарок, отправив на конференцию специалистов высокого уровня – это начальник IT отдела Сергей Волюнец и начальник отдела развития Елена Аксенова.

Сергей Волюнец открыл конференцию докладом о перспективах построения бизнеса и как добиться успеха. Какие преимущества и возможности дает компания.

– Мне очень понравилось выступление Сергея Евгеньевича о маркетинге и, особенно, о работе в малых городах, – говорит мастер MIRRA Валентина Воеводина. – Сергей Евгеньевич на примерах убедил, что успешно работающие структуры в малых городах – реальность.

– Меня в выступлениях С. Волюнца впечатлил акцент на комплексную работу, именно не на продажу одной баночки, а на то, что все должно применяться в комплексе, на увеличение товарооборота от продажи системами, – рассказывает менеджер компании MIRRA Любовь Карачева. – Мне важно было четкое разделение понятий работы с клиентской базой и с сетью. Сергей Евгеньевич показал перспективы бизнеса, расширил горизонты, помог разобраться с ошибками в построении карьеры сетевого. У меня словно глаза раскрылись: действительно, вокруг столько людей, и для всех для них актуально быть красивыми, здоровыми и успешными.

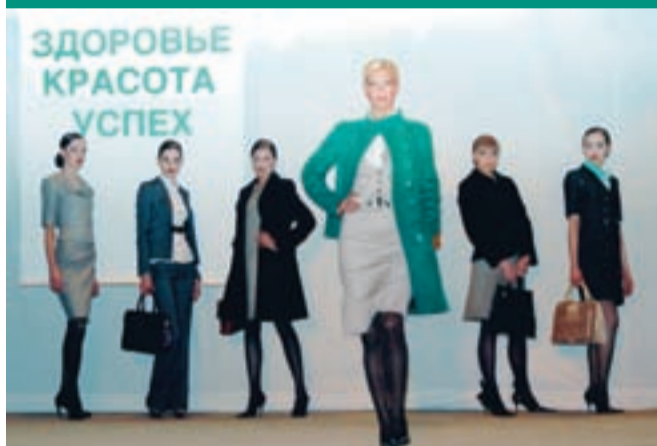
Елена Аксенова рассказала участникам конференции о технологиях компании MIRRA, а также об особенностях ухода за кожей. Всех порадовала информация о программах омоложения, предлагаемых компанией, и их эффективности, о новинках.

– Я бы слушал Елену Игоревну еще несколько часов, – делится впечатлениями консультант MIRRA Александр Зелянин (г. Северодвинск). – Очень высокий уровень. То, как она совмещает научные знания с простотой пояснений – просто сказка.

– Много полезного я узнала из выступления Е. Аксеновой о том, чем отличается косметика MIRRA от косметики конкурентов, структурно и доступно рассказала, как применяются нанотехнологии в создании косметики компании, – поясняет Валентина Воеводина. – Инте-



28 марта в архангельском Доме Офицеров прошла I-я областная конференция компании MIRRA, которую посетили не только дистрибьюторы и гости из Архангельска, но и представители городов Архангельской области – Северодвинска, Новодвинска, Котласа и Коржмы. Всего на мероприятие собрались почти 180 человек.



ресной была информация о комплексном подходе, при котором уход за кожей совмещается с приемом БАД.

– Мне очень понравился доклад Елены Игоревны об инновационных технологиях MIRRA, – говорит Серебряный мастер MIRRA Ирина Рассохина. – Мне это особенно интересно как специалисту, врачу дерматовенерологу. Впечатлили продемонстрированные результаты по программе омоложения, я отметила для себя важность комплексного подхода и использование БАД.

В ходе мероприятия была показана презентация о декоративной косметике MIRRA и просто об истории

декоративной косметики, об изменении тенденций в области визажа от времен Клеопатры и до наших дней. Были продемонстрированы приемы, с помощью которых можно скрыть свои недостатки лица и подчеркнуть достоинства.

Заключительный блок был посвящен теме имиджа дистрибьютора, ведь дистрибьютор – визитная карточка компании MIRRA. Этот доклад сделала Элеонора Зайкова, преподаватель кафедры СГМУ. Это выступление сопровождалось показом от модельного агентства, в котором была представлена одежда, подобранная в фирменных цветах компании MIRRA. Элеонора Андреевна рассказала о том, как сочетать цвета в одежде. В заключительном выходе модели использовали фирменные аксессуары MIRRA – шейные платки с логотипом и галстуки.

– Одежда в фирменных цветах компании смотрится эффектно, – говорит консультант MIRRA Ольга Яковлева. – Мы очень хотели бы, чтобы занятия по созданию имиджа успешного дистрибьютора продолжились в нашем региональном центре MIRRA.

Затем состоялось торжественное вручение памятных знаков и грамот самым успешным дистрибьюторам структуры Архангельской области. Помимо благодарностей за успешную работу и активное продвижение продукции MIRRA в регионе, были вручены знаки и сертификаты «Мастер», а также подарки Елене Крафт и Сергею Трофимову. Поздравили Надежду Киевскую – победителя промо «Путь мастера» и победитель промо «Мои дорогие клиенты-3» Надежду Суханову и Марию Киевскую. Также были отмечены грамотами и подарками лучшие дистрибьюторы в Архангельской области. За продвижение продукции MIRRA в Поморье: Ольга Зражевская, Светлана Забелина, Светлана Олькина, Евгения Бурдаева, Марина Худоешко, Наталья Алябышева, Александр Зелянин и Наталья Демина. За построение и развитие структуры: Любовь Карачева и Марина Симарева. С эффективным стартом поздравили Надежду Киевскую и Надежду Суханову.

Под занавес мероприятия прошел розыгрыш призов, главными из которых стали наборы косметики «Золотая линия» и цифровой фотоаппарат, который выиграла Надежда Останина (г. Северодвинск).

– Мне очень понравился уютный зал, комфорт, в котором мы провели весь день; очень логично и интересно выстроена программа докладов, – говорит Ольга Яковлева. – Фуршет после конференции стал яркой точкой, а живая музыка создала удивительную праздничную атмосферу.

Светлана Воеводина



MIRRA на Камчатке

Уже второй год подряд мы принимаем участие в выставке «Медицина. Здоровье. Красота», на которой знакомим камчадалов с продукцией MIRRA, даем консультации по использованию нашей продукции, заключаем договоры. В этой выставке участвовали дистрибьюторы: Е. Пантохина, Т. Кузив, С. Решетова, Е. Курнопялова, А. Игошена.

По нашим наблюдениям такие выставки способствуют увеличению популярности нашей продукции и положительно влияют на продажи.

Т. Парнова

Мы чтим своих учителей...

2010 год в России объявлен годом учителя. Хорошо, что на людей этой благородной и трудной профессии наконец-то обратили внимание, решили отдать дань их нелегкому и нужному обществу труду.

В нашем городе Ноябрьске традиционно, уже в 14 раз, прошел творческий конкурс «Учитель года 2010». В этом году данному мероприятию было уделено повышенное внимание, и в финал допустили расширенное количество участников (14 человек). В мероприятии участвовали как молодые специалисты, так и заслуженные учителя.

Спонсором этого конкурса выступили ноябрьские дистрибьюторы под руководством Галины Ковальчук, которая сама в недалеком прошлом была школьным учителем.

Все участники конкурса получили подарки от MIRRA – каталоги, сувениры, несколько единиц продукции и пригласительные на косметический класс.

Приятно, что победителем городского конкурса стала Людмила Бушуева – учитель физики и дистрибьютор компании MIRRA.

Галина Ковальчук

Письма дистрибьюторов

Поздравляем!



Почетные знаки присвоены следующим дистрибьюторам компании MIRRA:

Мастер

Чаймаа Монгуш (г. Кызыл)
Валерия Бачурина (г. Балаково)
Светлана Кандинская (г. Б. Камень)
Анна Бубнова (г. Екатеринбург)
Елена Каменская (г. Астрахань)
Вера Романова (г. Астрахань)

Серебряный мастер

Андрей Чернов (г. Владимир)

Платиновый мастер

Таисия Антонова (г. Сыктывкар)

Февраль 2010

Средства MIRRA с красной и черной икрой

Полноценный уход за кожей, эффективная коррекция ее возрастных изменений – наиболее востребованные направления современной косметологии. И хотя anti-age программы разработано достаточно много, антивозрастные программы с использованием косметики «с икрой» всегда пользуются повышенным спросом. Интерес к таким средствам логичен: икра – дорогой деликатес, имеющий высокую питательную ценность. Насколько же эффективна икра в косметических средствах?

Все anti-age программы направлены на предотвращение возрастных изменений, на замедление скорости старения кожи. Для достижения этой цели нужно решить много задач: восстановление липидного барьера эпидермиса, улучшение микроциркуляции, укрепление сосудов, стимулирование регенерации, активизация обновления дермального матрикса, повышение эффективности антиоксидантной системы защиты кожи. А для этого, в свою очередь, нужно обеспечить кожу (да и весь организм) «коктейлем» биологически активных веществ. Это аминокислоты, макро- и микроэлементы, ω -3 и ω -6 – полиненасыщенные жирные кислоты, витамины, ростовые факторы, разнообразные антиоксиданты и т.д.

Икра в этом отношении является идеальной субстанцией: все вышеперечисленное содержится в ней в идеальных пропорциях.

Косметические средства MIRRA состоят из натуральных ингредиентов – морепродуктов, эфирных масел, экстрактов целебных растений, витаминов, минеральных веществ. При создании средств с цельной (нативной) икрой была разработана уникальная технология (патент № 2232587), позволяющая сохранить и донести до клеток кожи ценное содержание каждой икринки. При построении эксклюзивных формул «икорных» средств и в технологиях производства использован известный с античных времен принцип «золотого сечения», позволивший многократно усилить действие средств этой косметики. Той же цели способствуют и синергетические композиции запатентованных «функциональных комплексов» (антиоксидантный, капилляропротекторный и др.), которые входят в состав каждого средства.

Эффективность кремов и гелей, содержащих черную и красную икру, подтверждена клиническими исследованиями, проводившимися в независимых учреждениях.

Так, в Институте Красоты (Москва) изучено действие крема УМА-БАЛЬЗАМ, содержащего гомогенат черной икры. У испытуемых (в возрасте от 36 до 49 лет) как однократное, так и курсовое применение крема обеспечивало высокий и стойкий увлажняющий эффект, выраженное увеличение эластичности кожи.

Другая серия исследований была выполнена в Медицинском центре косметологической коррекции «ЭКЛАН». Косметическое

средство для интенсивного питания – Крем-маска с икрой лососевых рыб было испытано на женщинах 38-66 лет с выраженными возрастными изменениями, преимущественно обусловленными недостаточной трофикой тканей кожи. Изначально у пробантов было отмечено снижение тонуса и эластичности, морщины разной степени выраженности, сероватый цвет кожи. Крем-маску наносили на чистую кожу два раза в день в течение 4 недель. В результате курсового применения средства наблюдалось значительное увеличение влажности и эластичности кожи, поверхность становилась более гладкой и ровной, сглаживались морщины, кожа приобрела молодой здоровый вид. Объективные методы исследования показали увеличение эластичности в среднем на 41%, улучшение капиллярного кровотока – на 28%, выравнивание рельефа кожи – на 28%. Эти данные свидетельствуют о значительном улучшении трофики кожи. В клиническом заключении по результатам испытаний Крем-маска с икрой лососевых рыб рекомендуется в качестве эффективного омолаживающего средства при возрастных изменениях кожи лица.

В следующем исследовании, выполненном в МЦКК «ЭКЛАН», использовались косметические средства «Золотая линия» MIRRA – Очищающее молочко, Лосьон тонирующий, Крем флюид дневной, Гель для век, ИНТЕНСИВ-БАЛЬЗАМ. Особенностью этих средств является наличие в их составе гомогенатов и специальных фракций как красной, так и черной икры.

Эффект косметических средств оценивали с помощью современных неинвазивных методов (кутометрия, корнеометрия, мексаметрия, УФ-сканирование с SELS-анализом, лазерная доплеровская флоуметрия). Основную массу испытуемых составляли женщины в возрасте 55-65 лет. Для этой возрастной категории характерно значительное снижение эластичности кожи, наличие глубоких, давно сформировавшихся морщин, катастрофическое повышение сухости кожи. Репаративные свойства кожи при этом значительно снижены. Длительность наблюдения составила 5 недель. Средства применялись в комплексе, что является наиболее правильным при воздействии на кожу женщин любой возрастной категории.

Были получены превосходные результаты: влажность кожи увеличивалась в 2-3 раза, капиллярный кровоток – на 20-30%, эластичность – на 25-40%; глубина морщин уменьшилась на 13-20%, пигментация снижалась на 5-15%. Все испытуемые отмечали выраженный лифтинговый эффект и значительное улучшение состояния кожи («кожа стала выглядеть ухоженной, лицо – посвежевшим и отдохнувшим»).

Итак, косметические средства MIRRA с красной и черной икрой оказывают мощное питательное, увлажняющее и восстанавливающее действие на возрастную кожу и рекомендуются для интенсивных реабилитационных и anti-age программ.

Колонка главного технолога

1. В марте на производство поступила новая партия купажа классических афродизиаков (это комплекс эфирных масел, концентратов и растительных экстрактов) для популярного продукта Гель для душа с афродизиаками и лилией водной. Предприятие-изготовитель теперь производит этот комплекс специально по нашей прописи и под нашим контролем.



По сравнению с предыдущей партией, в новом ингредиенте изменился запах: стали более характерными «сладкие» «восточные» ноты имбиря и корицы, появился чуть различимый оттенок цитруса. Запах композиции теперь более сбалансирован, в нем отсутствуют резкие ноты, более гармоничным стал шлейфовый аромат. Кроме этого, специально для этого геля мы разработали новую форму β -каротина, и теперь оттенок цвета геля стал более «солнечный». Гель для душа с афродизиаками и лилией водной с новым купажом афродизиаков появится в продаже в ближайшее время.



2. С целью улучшения потребительских качеств Детской зубной пасты с кальцием и солодкой и в связи с предложениями дистрибьюторов на форуме MIRRA были введены корректировки в технологический процесс, чтобы изменить физико-химические свойства получаемой пасты: вязкость, пластичность и адгезию. А если все это выразить простыми словами, – мы сделали зубную пасту более густой и липкой.

3. В начале апреля наша Компания успешно прошла процедуру ежегодного инспекционного аудита менеджмента качества Системы сертификации Республики Казахстан. Хочу через газету выразить огромную благодарность сотрудникам Оболенского производства Надежде Ушаковой, Михаилу Нарыжных, Евгении Ивахиной, Петру Кулясову и Алексею Незимко за помощь в подготовке технологической документации к процедуре аудита.

4. Уважаемые дистрибьюторы, работающие с продукцией линии ELEGANCE by PIERRE CARDIN. Заверяю вас, что снятие с производства средств этой линии – только необоснованные слухи. Выпуск продукции будет возобновлен – но только не ранее мая текущего года, когда на производство поступит заказанная за рубежом упаковка.



Письма из Севастополя

Мы радуемся жизни!

Огромное спасибо разработчикам за то, что я, мои дети и внуки живем и радуемся жизни.

БАДы я регулярно принимаю уже десять лет и чувствую себя лучше, чем в молодости, несмотря на то, что уже трижды бабушка, что скоро отмечу свой 60-летний юбилей.

Мы использовали программы MIRRA: «Уход за беременными», «Уход за детьми». Эту добрую традицию мы продолжим и с моей внученькой, которая недавно родилась.

Прекрасно, что есть Детский шампунь, который мы применяем с младенческого возраста, а также замечательные детские зубные пасты.

За 12 лет у нас в Крымской структуре накопилось много статистических данных о рождении здоровых, умных деток, которым не страшны ни вирусы, ни инфекции.

Спасибо разработчикам от всех наших мам, пап, бабушек и дедушек!

Л. Шекунова

Произведение искусства!

Здравствуй, уважаемые MIRRA-волшебники!

Написать статью о нашей продукции не так-то просто. Я сравниваю это с отзывом о художественной выставке. Как каждая картина – произведение искусства, так и каждая баночка, созданная Вами – это шедевр!

Я – косметолог и активно использую в своей работе линию MIRRA PROF, и хочу поблагодарить Вас за это великолепное произведение. Косметика результативна, эффективна, с ней приятно работать. После первой процедуры, когда клиент погружается в мир волшебных ароматов и ощущений, он обязательно возвращается ко мне снова, начинает интересоваться домашним уходом!

Говорят, что в жизни нельзя сильно ни к чему привязываться, но без MIRRA я себя не представляю! И конечно у меня есть своя любимая продукция: Пенка для умывания, Зеленый шум, Бальзам для ресниц, Лубрикант эмульсионный, Бальзам РЕВЕНТОН, Шампунь для тонких и окрашенных волос, Кондиционер для увеличения объема прически.

А благодаря БАДам за 10 лет моя семья ни разу не была в аптеке или больнице!

Спасибо огромное, что Вы есть! Спасибо за Ваши светлые головы! Спасибо за Ваши золотые руки!

Ольга Андреева

А. Голубков, к.х.н.