

愛身健儷 直銷健康美

養生液! 幫助身體排毒 打造結實線條 奶昔! 含有酵素礦物質 幫助提高免疫力

記者陳怡君 / 台北報導

愛身健儷共同創辦人Jim Coover及Kathy Coover只花十天,就確定要離開舒適的退休生活,重返職場,創立直銷公司。

當為全球超過600家公司創造2,300多種營養與體重管理產品的營養補充品配方大師John Anderson找上他時,Jim及Kathy夫妻倆都試喝他調配出的營養補充品。「只花了短短的十天,我就知道可以做了。」他說。Kathy更在一旁興奮地說:「試了就感覺很神奇。」Jim說,自己短短十天就減了3吋的腰圍,重塑身材,而且精神也變得更好。

Kathy則說,自己本來就很瘦,可是卻變得更有精神、更開心,而且睡得更好。

他們立刻找來500名受試者,測試產品。十天後,這些受試者不僅自己用,還迫不及待地和其他人分享。

Kathy笑說,這幾年下來,持續飲用的結果,讓她在體重不變的情況下,反而還長了10磅的肌肉,她還不忘甩動雙臂,展示結實的線條,笑說手臂的部位一點都不會「鬆垮垮的」。

夫妻倆表示,現代人活在一個充滿毒素的環境,要有策略去支撐身體,也就是說,排出毒物是非常重要的。「我常說,很多人都曉得替自己家的吸塵器或空氣清淨機買濾網,卻沒想到要替自己的身體買個濾網。」Jim Coover笑說。

愛身健儷的主產品,除了用

來淨化身體的養生液外,另一項就是奶昔。「奶昔是最好的食物,因為奶昔中的營養成分可提供身體所需的營養,喝了它,就不會想亂吃其他的甜點,降低想亂吃東西的慾望。」Kathy說。

她補充說,愛身健儷的奶昔都使用從紐西蘭來的蛋白質,而紐西蘭的蛋白質是全世界最好的蛋白質。此外,因奶昔的成分中含有酵素,可以幫助身體消化蛋白質。且奶昔中還添加礦物質,就像是「身體的火花」,可提高身體免疫力。

夫妻倆更不斷強調自己對直銷產業的熱愛。Kathy說,直銷這一行可以讓直銷商從很小額的金錢開始投入,但經營到最後,卻可創造可觀的財富,使人財務自由,可說是「最完美的商業模式」。

另外,Kathy還笑說:「而且直銷最吸引我的一點是,就是這是一個和人相關的事業,可以幫助人獲得健康及財富。」直銷商可以做自己的老闆,每個人都像是公司的執行長。

直銷商只要買自己要吃的東西,然後再分享給別人知道,就可以開始生意。而且,不論社會階級、不論有沒有上過大學,都有機會在直銷產業獲得成功。

愛身健儷小檔案

成立時間	2002年
創辦人	Jim Coover
成立七年累積營業額	10億美元(年營收成長率逾30%)
今年營收目標	3億美元
市場	美國、加拿大、波多黎各、澳洲、紐西蘭、香港、台灣
主力產品	養生液、奶昔

資料來源:愛身健儷

陳怡君/製表

愛身健儷創辦人兼總裁Jim Coover(右)夫婦日前特別來台參加品牌上市記者會。 記者陳立凱/攝影



在美業績寫傳奇

七年創造45位千萬富翁

【記者陳怡君/台北報導】台灣的直銷法規制度建構完善,且民衆接受度高,吸引許多直銷公司來台搶灘。美國直銷新銳品牌—愛身健儷,就把台灣視為進軍亞太市場的門戶,今年將積極在台投資,複製北美的成功經驗。愛身健儷在美國寫下直銷業的傳奇,2002年成立,短短七年就創造出45位百萬美元的富翁,營業額是美國成長最快的直銷公司。

愛身健儷二位共同創辦人Jim Coover和Kathy Coover夫妻表示,愛身健儷在美國市場的營業額更已超過如新、優莎納、賀寶芙等知名的直銷公司。

Jim Coover指出,創立開始,每年營業額都在成長。七年間累積營業額達10億美元,過去四年內更成長300%。今年營收上看3億美元,目標就是讓亞洲也能產生百萬美元的富翁,進而能支付家庭所需的金錢。

Jim Coover自信地說:「基於我們在北美成功的經驗,有自信把它轉換到台灣。」「我們有很好的獎金制度、有效的產品是成功的關鍵,當人們覺得產品有效時,就會止不住地想和其他人分享。」他說。

Kathy Coover補充說,愛身健儷的企業文化是家庭取向的、正直有誠信的、同時是熱情的。因此,公司把直銷商當成家人,出發點是大家是團隊合作,承諾支持直銷商個人有成長,並且提供直銷商如何建立事業組織的系統與個人成長的系統。

還有一點是「貢獻」的理念,其中很重要的方向之一就是孩童。他說,愛身健儷成立以來,已捐200萬美元給孩童的相關機構,海地大地震發生後,也捐助120萬分奶昔,讓海地的兒童能獲均衡的營養。他也強調,公司的願景就是要影響世界,讓世人變得更健康,盡量幫助更多人的身體、經濟不再有痛苦,這也會為民衆提高生活的品質。

他認為,結合好的產品、企業文化及慷慨的獎金制度,是愛身健儷成功的關鍵。

她的工作表現也深獲肯定,中英文採訪都難不了她,但她卻總感覺戶頭裡存不了什麼錢。

對媒體工作很有興趣的她,除了當記者外,還在紐約辦過社區報,跨足媒體管理,結果結束後背20多萬美元的債。之後,決定去念企業管理,取得全美前十大、長春藤名校達特茅斯學院的MBA。

從小到大她都覺得自己很幸運,也得到很多,就算因為曾經辦報而負債,她也視為是比MBA還值得的「學費」。

楊斯亞 出身如

亞太區總裁

【記者陳怡君/台北報導】愛身健儷亞太區總裁楊斯亞待過三家直銷公司,包含現任公司及雅芳、玫琳凱,也做過其他的消費品公司,成為商場女強人前,她還當過外交記者、辦過報,是位熱血的媒體人呢。

政大新聞系畢業,又赴美取得密蘇里新聞學院的碩士學位,在台灣跑過外交,也在美國的世界日報當過記者。

她的工作表現也深獲肯定,中英文採訪都難不了她,但她卻總感覺戶頭裡存不了什麼錢。

對媒體工作很有興趣的她,除了當記者外,還在紐約辦過社區報,跨足媒體管理,結果結束後背20多萬美元的債。之後,決定去念企業管理,取得全美前十大、長春藤名校達特茅斯學院的MBA。

從小到大她都覺得自己很幸運,也得到很多,就算因為曾經辦報而負債,她也視為是比MBA還值得的「學費」。

她的人生秉持著不斷學習及分享的精神,有感於直銷業可以幫助很多沒有太多資

源的人獲得健康、得到財富,投入了這個。她說,如國大陸的錢琳凱開了中後她都這因為這份工幫助很多厘清楚的女性經濟獨立的因為想理銷產業是往幫助其他及財富。

心想要就,她又有精

品直銷公司健儷前,如

區品牌行銷去年獵入

坦言,一開的名字ISA

正確的首不去談一定了解公司,因為愛身

一是研發出食品的配話。楊斯亞和,能再次識的路人變而讓這群。

醫藥保健

【台北訊】健康意