

ALAVIDA



MY ACTION PLAN

LEITFADEN

LIFEWAVE®



Verwenden Sie diesen einfachen Leitfaden,
um Ihre Ziele im My Action Plan (M.A.P.), Roadmap zum Erfolg zu erreichen.
Bitte denken Sie auch daran, die Verzichtserklärung auf Seite 8 zu unterschreiben,
wenn Sie Ihre Vorher-Nachher-Fotos und Erfahrungsberichte einreichen.

SOCIAL-MEDIA-LEITFADEN

Die sozialen Medien sind ein wichtiges Marketinginstrument in der heutigen Welt.
Wir möchten Ihnen dabei helfen, das Potenzial der sozialen Medien zu nutzen,
um für Alavida effektiv zu werben und Ihr LifeWave-Geschäft auszubauen.
Wir haben Ihnen mehrere Bilder in Ihrem Back Office zur Verfügung gestellt,
die Sie verwenden können.

**VERGEWISSERN SIE SICH ZU BEGINN, DASS SIE LIFEWAVE
AUF ALLEN UNSEREN SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN FOLGEN:**



LifeWave Corporate



lifewavecorporate

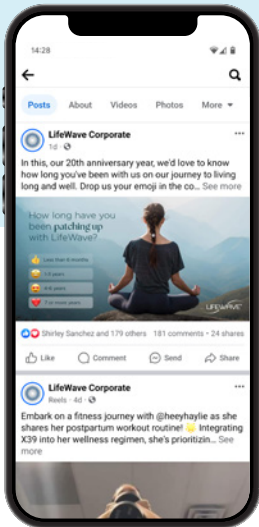


LifeWave, Inc.



LifeWave Health

LADEN SIE NUN DIE ALAVIDA-BILDER AUS IHREM BACK-OFFICE HERUNTER.
FOLGEN SIE DANACH EINFACH DEN ANWEISUNGEN AUF DEN NÄCHSTEN SEITEN,
UM DIE SOZIALEN MEDIEN OPTIMAL ZU NUTZEN.



Facebook ist eine leistungsstarke Plattform, um mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten und Ihr Geschäft mit dem Alavida-System aufzubauen. Hier sind einige der wichtigsten Tipps und Ratschläge, die Ihnen helfen, das volle Potenzial von Facebook auszuschöpfen:

ANSPRECHENDE INHALTE:

Präsentieren Sie die Vorteile des Alavida-Systems, indem Sie qualitativ hochwertige, visuell ansprechende Inhalte veröffentlichen. Verwenden Sie Bilder, Videos und Erfahrungsberichte von Kunden, um eine überzeugende Geschichte rund um die Produkte zu erstellen.

REGELMÄSSIGE VERÖFFENTLICHUNG VON BEITRÄGEN:

Erstellen Sie einen Zeitplan zur regelmäßigen Veröffentlichung von Beiträgen, um Ihre Sichtbarkeit und das Engagement aufrechtzuerhalten. Konsistenz ist der Schlüssel, um Vertrauen aufzubauen und Ihr Publikum über die neuesten Alavida-Produkte, Promotions und Updates zu informieren.

NUTZEN SIE FACEBOOK-GRUPPEN:

Treten Sie relevanten Facebook-Gruppen bei, die sich mit Schönheits-, Hautpflege- und Kosmetikprodukten befassen, und suchen Sie den aktiven Austausch. Bringen Sie sich in die Community ein, indem Sie wertvolle Einblicke geben, Fragen beantworten und Alavida als Lösung vorstellen.

TRETEN SIE MIT IHREM PUBLIKUM IN INTERAKTION:

Reagieren Sie umgehend auf Kommentare, Nachrichten und Anfragen. Der Aufbau einer persönlichen Beziehung zu Ihrer Community fördert das Vertrauen und die Loyalität, die für das Wachstum Ihres Unternehmens mit Alavida entscheidend sind.

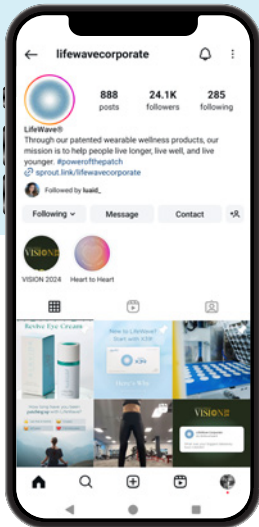
HOSTEN SIE FACEBOOK LIVE-SESSIONS:

Nutzen Sie die Vorteile von Live-Videos, um Produkte vorzustellen, Pflegetipps zu geben und Fragen in Echtzeit zu beantworten. Facebook Live schafft ein Gefühl der Unmittelbarkeit und Authentizität und stärkt so Ihre Verbindung zu potenziellen Kunden.

VERMEIDEN SIE ÜBERTRIEBENE WERBUNG:

Wenn Sie die Produkte von Alavida bewerben, sollten Sie Ihre Inhalte stets ausgewogen halten, indem Sie relevante Branchennachrichten, Schönheitstipps und nutzergenerierte Inhalte teilen. Vermeiden Sie es, übertrieben zu wirken, und versuchen Sie stattdessen, eine echte Verbindung zu Ihrem Publikum aufzubauen.

Denken Sie daran, dass Facebook nicht nur eine Verkaufsplattform ist, sondern auch eine Plattform für den Aufbau von Beziehungen und Vertrauen.



Instagram ist eine visuell ausgerichtete Plattform, die verschiedene Tools bietet, um Ihr Alavida-Geschäft zu fördern. Hier finden Sie eine Übersicht über die wichtigsten Funktionen von Instagram und hilfreiche Tipps, wie Sie diese optimal nutzen können:

INSTAGRAM STORIES:

Nutzen Sie Stories, um Ihren Followern Einblicke hinter die Kulissen zu geben, und sie über Produkthighlights und zeitlich begrenzte Promotions zu informieren. Nutzen Sie Funktionen wie Umfragen, Quizze und Countdowns, um die Einbindung von Plattformbesuchern zu steigern und ein Gefühl der Dringlichkeit zu erzeugen.

INSTAGRAM FEED:

Ihr Instagram-Feed ist Ihr visuelles Portfolio. Achten Sie dabei darauf, dass die Ästhetik mit der Marke Alavida übereinstimmt. Verwenden Sie hochwertige Bilder und durchdachte Bildunterschriften, um eine überzeugende Geschichte über die Produkte und ihre Vorteile zu erzählen.

INSTAGRAM REELS:

Nutzen Sie die Vorteile von Kurzvideos mit Instagram Reels. Zeigen Sie kurze Tutorials, Produktdemonstrationen oder unterhaltsame Inhalte rund um Alavida. Nutzen Sie trendige Musik und Effekte, um die Sichtbarkeit zu erhöhen.

INSTAGRAM LIVE:

Verbinden Sie sich über Instagram Live in Echtzeit mit Ihrem Publikum. Veranstalten Sie Frage- und Antwortrunden, Produktvorstellungen oder Live-Tutorials, um das Interesse Ihrer Follower zu binden. Ermutigen Sie die Zuschauer, Fragen zu stellen und ihre Erfahrungen mit Alavida zu teilen.

VERWENDEN SIE STRATEGISCHE HASHTAGS:

Recherchieren Sie relevante Hashtags und integrieren Sie diese, um die Sichtbarkeit Ihrer Beiträge zu erhöhen.

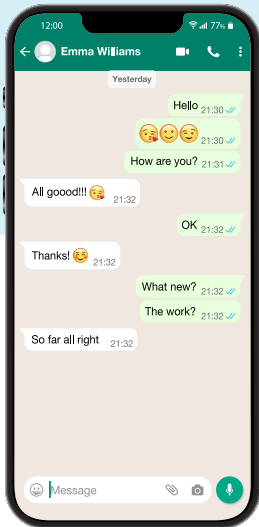
TRETEN SIE MIT IHREM PUBLIKUM IN INTERAKTION:

Reagieren Sie aktiv auf Kommentare und Direktnachrichten und setzen Sie sich mit den Inhalten Ihrer Follower auseinander. Der Aufbau einer Community auf Instagram ist entscheidend für Markentreue und langfristigen Erfolg.

ANALYTISCHE EINBLICKE:

Überprüfen Sie regelmäßig Instagram Insights, um die Wirkung Ihrer Inhalte zu verstehen. Ermitteln Sie Trends, beliebte Beiträge und die Demografie Ihrer Zielgruppe, um Ihre Strategie zu verfeinern und zukünftige Inhalte zu optimieren.

Wenn Sie diese Instagram-Tools beherrschen, schaffen Sie eine dynamische Online-Präsenz für Alavida, die einen engagierten Kundenstamm anzieht und bindet.



In der heutigen digitalen Landschaft ist die Nutzung von WhatsApp für Unternehmen von entscheidender Bedeutung, um die Kommunikation zu verbessern und Beziehungen zu Kunden zu pflegen.

Befolgen Sie diese einfachen Schritte, um Ihr Konto schnell einzurichten:

1. Laden Sie WhatsApp Business aus Ihrem App Store herunter (Google Play Store für Android oder Apple App Store für iOS).
2. Installieren und öffnen Sie die App.
3. Verifizieren Sie Ihre geschäftliche Rufnummer.
4. Richten Sie Ihr Profil mit Ihrem Firmennamen, Ihrem Profilbild und wichtigen Angaben ein.
5. Fügen Sie optional Kategorien und Bezeichnungen hinzu, um die Sichtbarkeit zu verbessern, damit Kunden Sie leichter finden können.
6. Nutzen Sie Business-Tools wie automatische Nachrichten, z. B. automatische Begrüßungen, Schnellantworten und Abwesenheitsnachrichten. Diese Instrumente können Ihnen helfen, die Kommunikation mit Ihren Kunden zu verbessern.
7. Fügen Sie Kontakte hinzu und kommunizieren Sie mit Ihren Kunden, geben Sie Produktinformationen weiter und bieten Sie Kundensupport an.

Nutzen Sie die Statusfunktion, um Aktualisierungen, Promotions oder Ankündigungen zu teilen.

TIPPS ZUM AUFNEHMEN VON WIRKUNGSVOLLEN VORHER-NACHHER-FOTOS



Nichts erzählt eine überzeugendere Geschichte als Bilder, weshalb Vorher-Nachher-Fotos hervorragend geeignet sind, um eine Reduzierung von feinen Linien und Falten durch die Anwendung von Alavida zu belegen. Bitten Sie Ihr Team daher, Vorher-Nachher-Fotos zu machen, die Sie zur Unterstützung Ihrer Marketingstrategie verwenden können. Auch wir würden uns freuen, Ihre Fotos zu teilen! Befolgen Sie einfach die nachstehenden Anweisungen und fügen Sie die unterzeichnete Verzichtserklärung auf Seite 8 bei.

WICHTIG: Alle Fotos müssen echte Ergebnisse zeigen. Verzichten Sie daher auf die Verwendung von Bildbearbeitungsprogrammen oder Filtern jeglicher Art.



VORHER



NACH 6 WOCHEN

Befolgen Sie diese einfachen Schritte, um beste Ergebnisse zu erzielen:

1. Entfernen Sie jegliches Make-up und waschen Sie Ihr Gesicht gründlich, bevor Sie beginnen.
2. Vermeiden Sie Selfies. Lassen Sie Ihr Foto nach Möglichkeit von einer anderen Person machen.
3. Wählen Sie einen Ort mit kontrollierter Beleuchtung, z. B. ein Badezimmer.
4. Machen Sie Fotos immer zur gleichen Tageszeit.
5. Machen Sie die Fotos immer am gleichen Ort.
6. Wählen Sie eine einfarbige Wand (vorzugsweise weiß) als Hintergrund.
7. Halten Sie die Kamera immer im gleichen Abstand zu Ihrem Gesicht.
8. Verwenden Sie nach Möglichkeit keinen Blitz.
9. Achten Sie darauf, dass Ihr Gesichtsausdruck und Ihr Gesichtswinkel jedes Mal gleich ist.
10. Füllen Sie die Verzichtserklärung auf Seite 8 aus und unterschreiben Sie sie.
11. Schicken Sie Ihre Fotos an product@lifewave.com und geben Sie an, wann das jeweilige Foto aufgenommen wurde (zum Beispiel: Vorher, 1. Tag, 2. Woche, 3. Woche).
12. Veröffentlichen Sie Ihre eigenen Vorher-Nachher-Fotos in den sozialen Medien. Vergewissern Sie sich, dass Sie [@lifewavecorporate](https://www.instagram.com/lifewavecorporate) markieren, damit wir Ihre Bilder sehen können.

ERFAHRUNGSBERICHTE

Mit der Verbreitung von sozialen Medien und einer zunehmenden Anzahl von Nutzergruppen verlassen sich Menschen bei ihren Kaufentscheidungen immer mehr auf Erfahrungsberichte von Gleichgesinnten. Wirksam eingesetzt können Erfahrungsberichte ihre Verkaufszahlen deutlich verbessern.

Bitten Sie Ihre Kunden, Ihnen ihre persönlichen Erfahrungsberichte per E-Mail zu schicken oder auf Ihren Social-Media-Seiten zu posten. Für mehr Abwechslung können Sie sie auch bitten, ein kurzes Video mit ihrem Smartphone oder Tablet aufzunehmen.

Hier finden sie einige Fragen, die sie stellen können, um die Chance auf eine gute Bewertung zu erhöhen:

- Wie hat Ihnen das Gefühl von Alavida auf Ihrer Haut gefallen?
- Wie würden Sie die Verbesserung der Feuchtigkeitsversorgung Ihrer Haut beschreiben?
- Wie würden Sie die Verbesserung Ihres Hautbildes beschreiben?
- Was macht Alavida einzigartig im Vergleich zu anderen Hautpflegeprodukten?
- Welchen Eindruck haben Sie vom Alavida-Pflaster?

Im folgenden finden sie einige Erfahrungsberichte für Alavida von prominenten Führungskräften von Lifewave.

“

Ich habe die neuen Hautpflegeprodukte jetzt zwei Wochen lang getestet und bin begeistert. Ich liebe besonders den Geruch der Nachtcreme und die Textur ist einfach ein Traum. Sie lässt sich leicht einmassieren, zieht innerhalb weniger Minuten ein und macht meine Haut weich und geschmeidig.

Maj W.

“

Es ist ein absolutes Vergnügen, das Produkt zu verwenden. Als Mann hatte ich bisher nicht viel Erfahrung mit Kosmetika, aber meine Erfahrung mit Alavida war unglaublich. Meine Haut hat sich definitiv zum Positiven verändert und ich bin sehr froh, das Produkt zu verwenden.

Gerhard W.

“

Die Wirkung von Alavida ist unglaublich. Meine Haut ist weicher, ist immer mit ausreichend Feuchtigkeit versorgt und fühlt sich lebendiger an. Ich kann es kaum erwarten, dieses einzigartige Produkt mit anderen zu teilen. Ich würde mich freuen, wenn es für den Rest des Körpers auch etwas entsprechendes gäbe – ist da schon was in der Pipeline?

Pernille K.

“

Bereits am dritten Tag der Anwendung von Alavida, hat meine Tochter (29 Jahre) zu mir gesagt: ‚Ich weiß nicht, was es ist, aber du siehst anders aus.‘ Nach drei Wochen ist meine Haut straffer, gut mit Feuchtigkeit versorgt und fühlt sich gesünder an. Die Falten sind flacher geworden, mein Hautton hat sich aufgehellt und ich sehe jünger und frischer aus. Vielen Dank, LifeWave!

Halina P.

Sie können sich auch Video-Testimonials auf unserem YouTube-Kanal ansehen

VERZICHTSERKLÄRUNG FÜR FOTOS UND ERFAHRUNGSBERICHTE

Per E-Mail an product@lifewave.com

Produktname (Erforderlich): _____ Eingereicht am: ____ / ____ / _____

Wie lange haben Sie das Produkt verwendet? _____ Tage/Wochen/Monate

Ich gewähre LifeWave Inc., seinen Stellvertretern und seinen Mitarbeitenden das Recht, meinen Namen und mein Foto in Verbindung mit dem oben genannten Produkt zu verwenden. Ich ermächtige LifeWave Inc., seine Bevollmächtigten und Rechtsnachfolger, meinen Namen und mein Foto zu Werbezwecken zu verwenden und zu veröffentlichen. Ich habe verstanden und stimme zu, dass ich auf jegliche Beteiligung oder jede andere Art der Entschädigung verzichte, die sich aus der Verwendung des Fotos ergeben oder damit zusammenhängen.

Der von mir eingereichte Erfahrungsbericht ist eine wahrheitsgetreue Beschreibung der Wirkung, die ich bei Anwendung des oben angegebenen Produkts von LifeWave erlebt habe. Ich bestätige, dass der Erfahrungsbericht aus freien Stücken erstellt wurde und ich erteile LifeWave hiermit die Erlaubnis, diesen zu Werbezwecken zu verwenden.

Ich habe diese Verzichtserklärung vor Unterzeichnung gelesen und verstehe den Inhalt, die Bedeutung und die Auswirkungen dieser Verzichtserklärung vollständig. Wenn ich aus irgendeinem Grund nicht mehr möchte, dass mein Erfahrungsbericht, mein Name oder mein Foto weiter verwendet werden, muss ich den LifeWave-Kundendienst telefonisch kontaktieren und einen entsprechenden Antrag stellen. Der Fall gilt als abgeschlossen, sobald LifeWave bestätigt, dass der Erfahrungsbericht entfernt wurde.

LifeWave kann sich direkt mit Ihnen in Verbindung zu setzen, um eventuelle Fragen zu Ihrem Erfahrungsbericht zu klären, und wird Sie möglicherweise kontaktieren, um Ihre Zufriedenheit mit den LifeWave-Produkten zu erfragen.

* Unterschrift

* Name in Druckbuchstaben

Firma (sofern zutreffend))

* E-Mail-Adresse

* Rufnummer

* Postanschrift

Stadt

Bundesland/Provinz

Postleitzahl

Land

* Pflichtfeld

