

## O QUE É?

Conteúdo que deve servir como **parâmetro estratégico** para o desenvolvimento e a **multiplicação sustentável** do MDO no Brasil.



# GUIA ESTRATÉGICO

ESPAÇO  
**vidasaudável**  
Herbalife



# Índice



**1.**

**Herbalife - Mercado de Atuação e Fortalezas**

**2.**

**Métodos de Operação Diária e o EVS**

**3.**

**1º Pilar do Anfitrião de Sucesso**  
Ferramentas de Negócio

**4.**

**2º Pilar do Anfitrião de Sucesso**  
Estratégia de Acessos e Receitas

**5.**

**3º Pilar do Anfitrião de Sucesso**  
Controle dos Números



# Índice

1.

**Herbalife - Mercado de Atuação e Fortalezas**

2.

Força da Herbalife no Mercado

3.

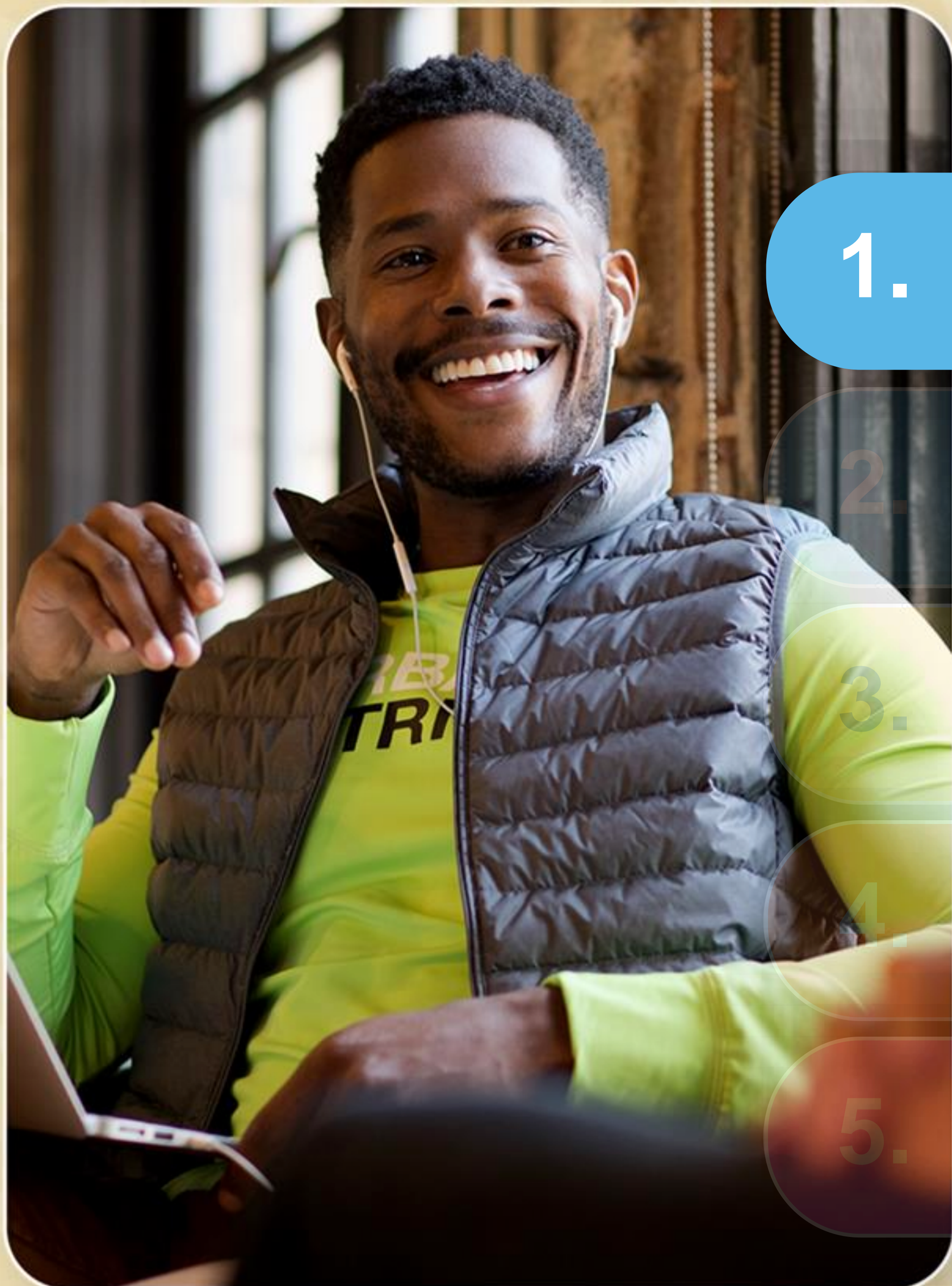
Esteira de Negócios e Métodos de Operação

4.

O EVS como Método de Operação

5.

Pilares Estratégicos do Anfitrião de Sucesso





# A ATUAÇÃO DA HERBALIFE PODE SER DIVIDIDA EM 2 FRENTES

## 1. Categoria de Produto | Clientes



Nutrição e  
Bem-estar



Gerenciamento de Peso



Alimentos  
Saudáveis



Substituto de Refeição

## 2. Modelo de Vendas | Negócio



Venda direta



Marketing Multinível



Empreendedorismo



# CATEGORIA DE PRODUTO | CLIENTES



**R\$ 923bi**  
Mercado de Alimentos



**R\$ 100bi**  
Mercado de Alimentos Saudáveis



**R\$ 1.8bi**  
Mercado de Controle de Peso e Bem-Estar



**R\$ 0.5bi**  
Mercado de Substitutos de Refeição



**Alta penetração no mercado R\$**



**Forte tendência de crescimento**



**Sólida liderança HBL**  
80% mkt-share



## MODELO DE VENDAS | NEGÓCIO

### Venda Direta e o Marketing Multinível



Mercado consolidado de **R\$ 50 bilhões** de faturamento anual\*



Oportunidade de Empreendedorismo **6 em cada 10** brasileiros sonham em empreender\*\*



Comodidade, trabalhar de casa, **pode ser feito como Renda Extra**



**Autonomia, baixo investimento e baixo risco!**



## MODELO HERBALIFE

**Marketing Multinível = Ganhos Escaláveis!**

- | Lucro direto – venda dos produtos!
- | Lucro indireto – ganhos sobre a venda da sua rede!



## Força da Herbalife no Mercado

# A HERBALIFE



**Marca número 1 em nutrição ativa e estilo de vida**

Fonte: Euromonitor



Por 5 anos consecutivos é a **melhor marca do mundo em controle de peso**, substitutos de refeição e suplementos de proteína combinados.

Fonte: Euromonitor



**3º player global do mercado de vendas diretas**

Fonte: Euromonitor



Presença massiva no mundo **+65mil EVS em +95 países**, quase 3X o número de Starbucks



Força de marca – **patrocínio de Cristiano Ronaldo e mais de 200 atletas em 40 países.**



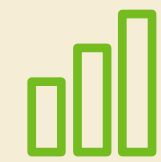
**37,6 milhões de copos de shake vendidos no Brasil anualmente**







Faturamento  
global de **US\$**  
**5.8bi**



Crescimento médio  
dos últimos 3 anos no  
mundo de  
**+18%**



**Ações negociadas  
publicamente** na bolsa de  
Nova York (NYSE)

Empresa de capital aberta – auditorias  
periódicas para garantir a segurança  
do investidor





Força da Herbalife no Mercado



## INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA



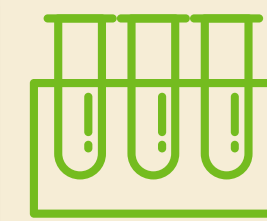
**US\$ 300 milhões**  
de investimento em  
nutrição Programa  
da Semente ao  
Alimento



**Corpo técnico  
altamente  
qualificado**  
+300 cientistas  
e 50 PhDs



**Instalações  
de fabricação de  
última geração**  
Good Manufacturing  
Practices (cGMPs)



**Laboratórios  
de controle  
de qualidade**  
Good Laboratory  
Practices (GLPs)  
e ISO 17025



**≈ US\$ 400 milhões de investimento em transformação digital – Nova Plataforma Herbalife One**



Força da Herbalife no Mercado

# RESPONSABILIDADE SOCIAL

## ESG | Meio ambiente, Sustentabilidade e Governança



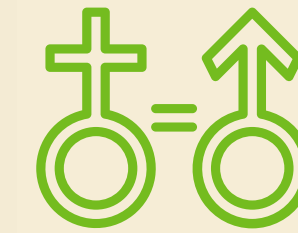
**+1.8 milhões de toneladas de plástico** removidas do meio ambiente desde 2018



**+220.000 beneficiados** pela Fundação Herbalife Nutrition – HNF



**US\$ 9.6 milhões doados** para instituições de caridade ao redor do mundo



**Promoção da igualdade de gênero**, +10mil funcionários, dos quais **51% são mulheres**



**980 árvores preservadas** ao ano no Brasil com o uso de papelão 100% reciclado





# Índice

**2.**

**Métodos de Operação Diária e o EVS**





## Métodos de Operação Diária (MDOs)

# MDOs OFICIAIS HERBALIFE



### Tradicional

Consiste na filosofia **USE, VISTA e FALE** em todas as ocasiões que tiver oportunidade, como forma de desenvolver o negócio Herbalife e atingir o sucesso.

- | **USE** os produtos -> **conquiste resultados.**
- | **VISTA** a marca -> **atraia as pessoas.**
- | **FALE** com as pessoas -> **sobre os produtos, a empresa e a Oportunidade de Negócio.**



### Espaço Vida Saudável

O **Espaço Vida Saudável** é um local com o propósito de:

- | Aumentar a **experimentação dos produtos.**
- | Criar oportunidades de **consumo diário.**
- | **Atrair mais clientes** e potencializar o recrutamento de Distribuidores.
- | Criar **socialização** entre os participantes.
- | Ser uma **plataforma** para desenvolvimento de diversas ferramentas de negócio.



### Desafios de Transformação Corporal

- | Este método apoia os participantes a alcançar uma melhor versão de si mesmos através de um **estilo de vida saudável e ativo**, fazendo **uso dos produtos Herbalife.**
- | Pode incluir temas como: **incentivo à atividade física, autoestima, receitas saudáveis, apoio em grupo, hidratação, descanso, administração do estresse, desenvolvimento pessoal**, entre outros.



### Dica dos Top Anfitriões

**Você pode combinar mais de um método de operação!**





## MÉTODOS DE OPERAÇÃO DIÁRIA (MDO)

A principal forma pela qual **captamos clientes, vendemos produtos** ou **recrutamos Distribuidores** – ligado à nossa oferta de valor.



## FERRAMENTAS

Diversas técnicas que apoiam o método de operação escolhido, criando oportunidades de interação com clientes e prospectos. São exemplos de ferramentas: *Café da Manhã Saudável, Autoavaliação do Bem-Estar, Pesquisa, entre outras.*



## ESTEIRA DE NEGÓCIOS

Ordem de passos replicáveis de todo o processo de captação de clientes, venda de produtos e recrutamento. Inclui os **Métodos de Operação** utilizados, os eventos e sistemas de suporte/treinamento necessários.



## Métodos de Operação Diária (MDOs)

# FERRAMENTAS

As **FERRAMENTAS DE NEGÓCIO** têm o propósito de apoiar o **MÉTODO DE OPERAÇÃO** escolhido, criando oportunidades de diálogo e interação com clientes e prospectos.



Festa Shake



Inauguração de Negócios



Corrida das Estrelas



Café da Manhã Saudável



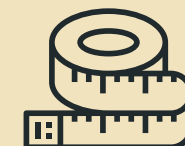
Autoavaliação do Bem-Estar



Catálogo | Online



Tarde da Beleza



Fit Camp



Mídias Sociais



Jantar de Negócios



Pesquisa



Convites



Pasta de Apresentação



Botons, Adesivos, Camisetas



Road Show



### Dica dos Top Anfitriões

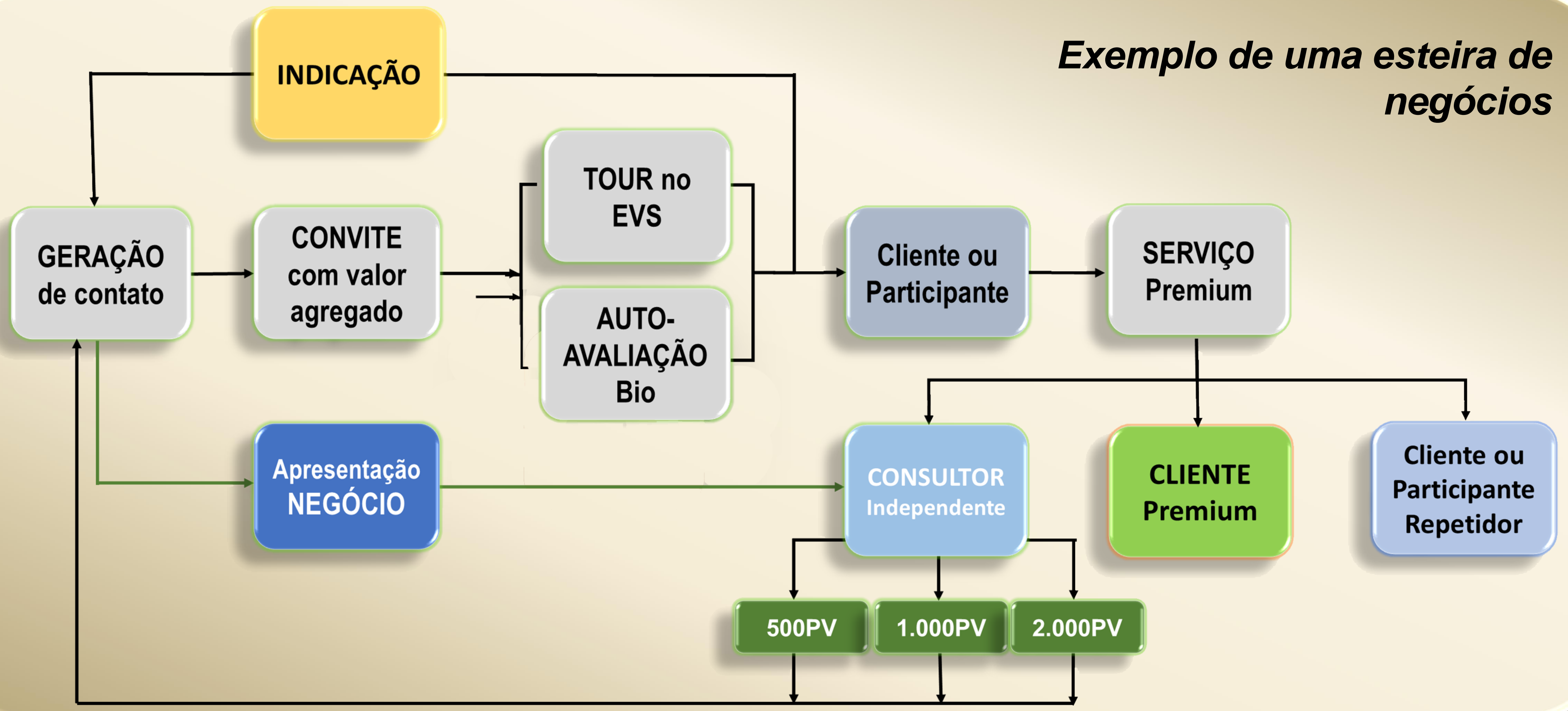
Conheça o maior número de ferramentas e as combine em diferentes momentos para potencializar os seus resultados!



# Métodos de Operação Diária (MDOs)

# ESTEIRA DE NEGÓCIOS

*Exemplo de uma esteira de negócios*





## O EVS como método de operação

# EVS | A OPORTUNIDADE



### Vida Moderna

#### Excesso

- | Má alimentação
- | Estresse
- | Sedentarismo

#### Falta

- | Nutrição saudável
- | Bem-estar
- | Qualidade de vida



### Praticidade, Sabor e Nutrição

Busca por alimentos **gostosos** e também saudáveis.

Imitam comidas e sabores **conhecidos**, visualmente atrativos.



### Preços Acessíveis

#### Preço Médio – Brasil\*

Refeição Completa  
R\$ 40,64

Comercial  
R\$ 30,59

Self-service  
R\$ 35,91

Executivo  
R\$ 50,23

À la carte  
R\$ 64,83

Acesso Básico  
R\$ 22,00\*\*



### Consumo Diário

#### Para o cliente

- | Melhor acompanhamento
- | Mais variedade na nutrição
- | Melhores resultados

#### Para o Anfitrião

- | Melhor relacionamento com cliente
- | Maior mix de vendas
- | Renda diária



### Empreendedorismo

#### Desejo

**6 em cada 10** brasileiros sonham em **empreender\*\*\***

#### Necessidade

“Trabalhar por conta própria é a saída para quase **25 milhões de pessoas**” – Folha de S. Paulo



## O EVS como método de operação

# EVS | A EVOLUÇÃO

### Estrutura | Local | Serviço

Melhor estrutura = mais profissionalismo



- | Liberado EVS em estabelecimentos de serviços
- | EVS no segundo andar de galerias comerciais



- | CNPJ para regularização do EVS



- | Lista com diferentes acessos



- | EVS liberado em térreo de galeria
- | Divulgação mídias sociais



- | Check-in e divulgação endereço no perfil próprio



- | Oficial divulgação EVS redes sociais e internet
- | EVS térreo em área varejista



- | Funcionários



- | Deliveries e Retiradas
- | Sinalização Externa

2012

2014

2015

2016

2017

2019

2021

2022



- | Consumo de barras e sopas liberado



- | Nutri Soup, Fiber Concentrate, Strength, Shake Flan



- | Uso de canela em pó



- | Uso de ervas finas e pimenta do reino



- | Shakes Gourmet, Kits diários e Muffins



- | Waffle e bebidas, frutas e outros ingredientes



- | Liberação de Receitas

### Produtos | Acessos

Maior variedade = mais clientes!



## O EVS como método de operação

# EVS | A EVOLUÇÃO

2023

## LIBERAÇÕES PARA O EVS

Preparamos um Guia especial com as novidades para o Espaço Vida Saudável, visando aumentar as vendas, o fluxo de clientes e a rentabilidade do EVS!



| Permitido materiais para sinalização externa!

| *Banners, cavaletes, mesas e cadeiras do lado de fora, placas externas, inclusive do outro lado da rua!*

| Permitido divulgação de endereço nas redes sociais!

| Permitido locar uma sala dentro do seu EVS para um estabelecimento de serviço!



## O EVS como método de operação

# TIPOS DE EVS E SUAS VANTAGENS



## Residencial

- | Baixo investimento
- | Baixo custo operacional
- | Sem aluguel
- | Deslocamento / comodidade
- | Operação simples
- | Tendência no interior e capital (áreas residenciais)
- | Flexibilidade de horário / dedicação parcial



## Comercial

- | Maior potencial de captação e retenção de clientes
- | Sinalização Externa
- | Sonho do negócio próprio
- | Menor investimento, burocracia e complexidade vs franquias
- | Vitrine para duplicação
- | Plataforma para outros métodos Herbalife
- | Ideal para treinamento de Distribuidores / Anfitriões
- | Disciplina de trabalho



## Comercial Térreo

- Todas do “Comercial”, mais:
- | Maior visibilidade
  - | Mais fácil acesso ao local
  - | Horário estendido (se quiser)
  - | Maior poder de atração para investidores / duplicação

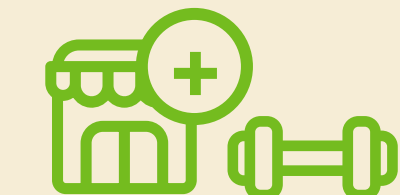


## Comercial em parceria com serviços

- Todas do “Comercial”, mais:
- | Diluição de custos fixos
  - | Potencialização da divulgação
  - | Aproveitamento de pontos comerciais já estabelecidos

### Exemplos

- | Clínica estética
- | Spa / massagem
- | Salão de beleza
- | Estúdio de pilates
- | Clubes e associações esportivas
- | Universidades



## Comercial em parceria com Academia

- Todas do “Comercial em parceria com serviços”, mais:
- | Proximidade com público de interesse comum – vida saudável, bem-estar, nutrição, etc



## O EVS como método de operação

# TIPOS DE EVS E SUAS VANTAGENS



## Residencial

- | Baixo investimento
- | Baixo custo operacional
- | Sem aluguel
- | Deslocamento / comodidade
- | Operação simples
- | Tendência no interior e capital (áreas residenciais)
- | Flexibilidade de horário / dedicação parcial





## O EVS como método de operação

# TIPOS DE EVS E SUAS VANTAGENS



### Comercial

- | Maior potencial de captação e retenção de clientes
- | Sinalização Externa
- | Sonho do negócio próprio
- | Menor investimento, burocracia e complexidade vs franquias
- | Vitrine para duplicação
- | Plataforma para outros métodos Herbalife
- | Ideal para treinamento de Distribuidores / Anfitriões
- | Disciplina de trabalho





## O EVS como método de operação

# TIPOS DE EVS E SUAS VANTAGENS



### Comercial Térreo

Todas do  
“Comercial”, mais:

- | Maior visibilidade
- | Mais fácil acesso ao local
- | Horário estendido (se quiser)
- | Maior poder de atração para investidores / duplicação





## O EVS como método de operação

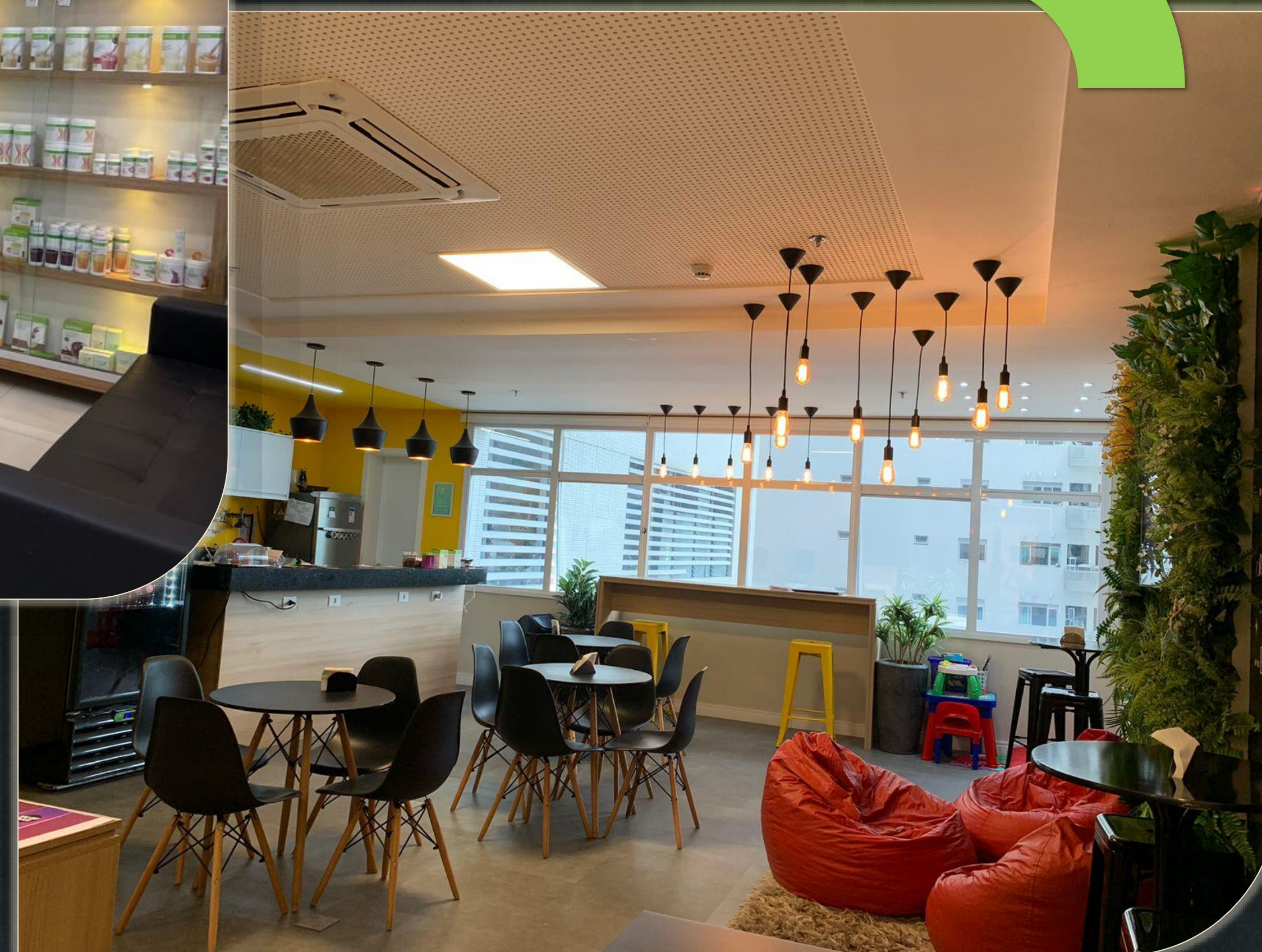
# TIPOS DE EVS E SUAS VANTAGENS



### Comercial em parceria com serviços

Todas do “Comercial”, mais:

- | Diluição de custos fixos
- | Potencialização da divulgação
- | Aproveitamento de pontos comerciais já estabelecidos





## O EVS como método de operação

# TIPOS DE EVS E SUAS VANTAGENS



### Comercial em parceria com Academia

Todas do “Comercial em parceria com serviços”, mais:

- | Proximidade com público de interesse comum – vida saudável, bem-estar, nutrição, etc





## O EVS como método de operação

**Conectar pessoas**

em uma

**comunidade de bem-estar,**

com o objetivo de

**transformar vidas**

através dos  
benefícios da

**melhor nutrição**

e da

**melhor oportunidade**

**de negócio.**



## MISSÃO E PAPEL DO ANFITRIÃO



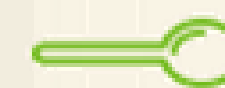
**Conectar pessoas** criando redes de convívio, socialização e propósitos comuns.



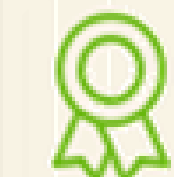
Entender e atender as necessidades, dores e **objetivos dos clientes**.



**Acompanhar e fidelizar o cliente**, apoiando na conquista de seus resultados.



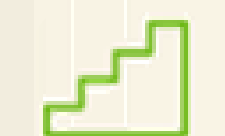
**Incentivar a experimentação** das diferentes soluções nutricionais da Herbalife.



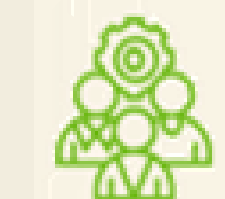
**Representar a marca Herbalife**, usando adequadamente seus produtos e zelando pelos padrões de operação e qualidade.



**Apresentar a oportunidade de negócio** da Herbalife para cada prospecto potencial.



**Desenvolver-se** dentro do Plano de Marketing da Herbalife através do Espaço Vida Saudável.



**Apoiar e treinar seus downlines** em Espaço Vida Saudável para desenvolvimento do EVS em sua organização.



**Manter atitude que transmita entusiasmo e profissionalismo** aos clientes, zelando pelo asseio, vestimentas e postura de todos que trabalham no EVS.



**Fazer com prazer** - Paixão pelo conceito do EVS e pelo EVS cheio -> empoderamento e faturamento alto.



## O EVS como método de operação

# PERFIL DEMOGRÁFICO DO CLIENTE DO EVS\*



### Sexo

Em grande parte feminino

≅ **70% mulher**



### Idade

Bastante variável, a depender do perfil do Anfitrião e foco de trabalho –

**faixa de 20 a 50 anos.**



### Classe social

A - C, com

**predominância para classe B**

(renda mensal domiciliar – R\$ 7,1 mil e R\$ 22 mil)



### Dica dos Top Anfitriões

Não restrinja o público do seu Espaço pela “maioria”. Todos podem se beneficiar de uma nutrição saudável, prática e nutritiva!





## O EVS como método de operação

## PERFIL PSICOGRÁFICO\*

(estilo de vida e comportamento)



### PERFIL (OU MOMENTO) A

busca por opção mais saudável de alimentação, uma vida mais equilibrada, bem-estar e, por muitas vezes, apenas a **socialização e o convívio no espaço**. “Indulgência saudável”.



### PERFIL (OU MOMENTO) B

busca por um pouco mais que a opção saudável de alimentação. Está atrás de algum resultado de produto, **transformação corporal**, seja ela perda de peso / gordura ou ganho de massa (\*pode ser o A e se tornar o B em algum momento).



### PERFIL (OU MOMENTO) C

pode ter chegado ao Espaço como Perfil “A” ou “B”, mas demonstra interesse ou tem potencial para oportunidade negócio / renda extra Herbalife ou EVS.



### Dica dos Top Anfitriões

O perfil do cliente **não é necessariamente definitivo**, ele pode “transitar” de um para outro a depender do seu momento de vida.



\* Percepção extraída via pesquisa qualitativa com Anfitriões



# O EVS como método de operação

# EVS | UM MÉTODO PODEROSO

**≈ 60%**  
Rep Total TV

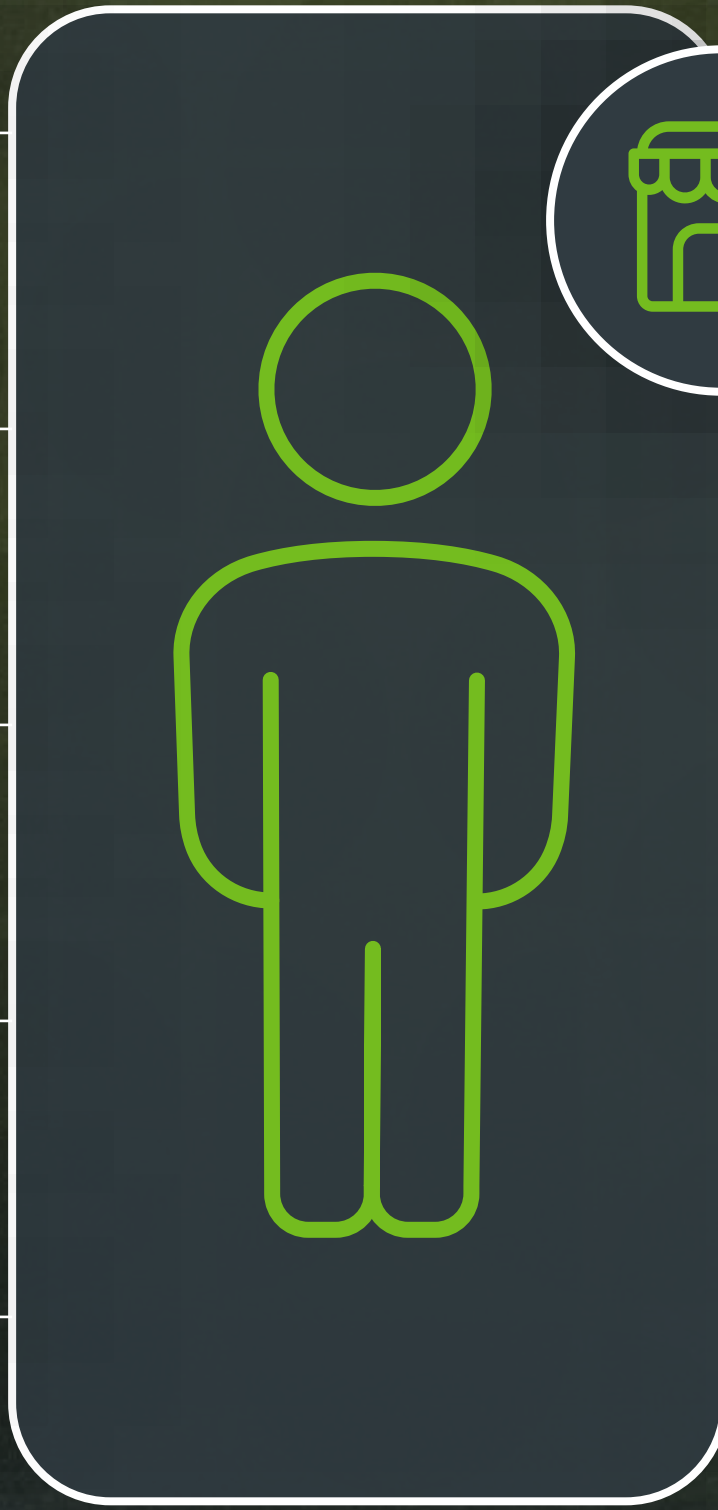


Supervisor



**X**

Supervisor EVS



**+110%** produtividade

**≈ 3x** Novos Supervisores

**+40%** atividade

**2x** Nº Distribuidores c/ RO



## O EVS como método de operação

# EVS | UM MÉTODO PODEROSO

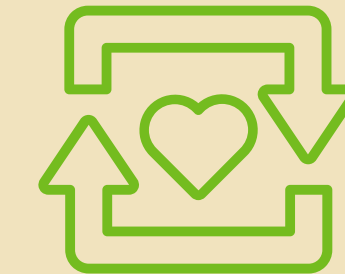
## EVS POR QUE É UM MÉTODO PODEROSO?



**Conectado às tendências:** hábitos saudáveis, bem-estar, transformação corporal, praticidade, socialização.



Construção consistente de **renda baseada no consumo diário** e aumento da **experimentação de produtos**.



Maior **fidelização de clientes** através de um melhor relacionamento de **médio e longo prazo**.



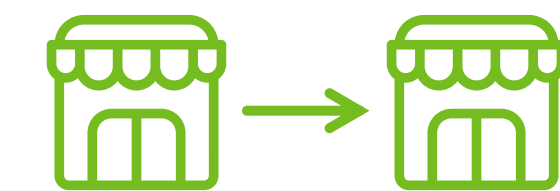
Estrutura física de onde o Anfitrião pode desenvolver o negócio e combinar diversas ferramentas de vendas, demonstrando **profissionalismo para clientes e prospectos** e trazendo mais disciplina para sua rotina.



Plataforma ideal de **treinamento de novos Distribuidores e futuros Anfitriões**.



**Local adequado para pequenos eventos como:** HOMs, Festa Shake, Apresentação de Negócio, Sessão de Coach, Autoavaliações, etc.



**Fácil duplicação do modelo.**



## O EVS como método de operação

# INVESTIMENTOS INICIAIS

	Básico	Intermediário	Premium
Estrutura	R\$ 5 a 10 mil	R\$ 10 a 15 mil	R\$ 15 a 30 mil
Estoque inicial	2mil PVs R\$ 11mil	2mil PVs R\$ 11mil	4mil PVs R\$ 22mil

Valores aproximados, podem variar de acordo com a estratégia do Distribuidor Independente.



R\$ 110.000



R\$ 64.900  
a 215.700



R\$ 250.00 a  
850.000



R\$ 455.000  
a 535.000



R\$ 50.000  
a 410.000

Fonte: ABF – Associação Brasileira de Franchising

	Herbalife	Franquias
Investimento	Baixo a Médio	Médio a Alto
Taxa de Franquia	Não paga	Paga
Royalties	Recebe até 5%	Paga de 5% a 40%
Bônus	Recebe de 2% a 7%	Não existe
Carga média semanal	15h a 30h	40h a 50h
Estrutura	Flexível e personalizável	Rígida e sem customização
Risco de investimento	Mais baixo	Mais alto
Payback médio	6 a 12 meses	24 a 36 meses

### Observações

- | EVS caseiros podem ter até menor investimento em estrutura.
- | Não há limite para investimento em estrutura (apenas referência).
- | Também considerar para fins de investimento:
  - | **Eventuais reformas** que precisem ser feitas no local.
  - | **Capital de Giro** - em torno de 6 meses o valor de todos os custos / despesas mensais.
- | **E o mais importante,** Anfitriões no nível de **Supervisor Qualificado** maximizam as chances de lucro com EVS.

Os ganhos reais e sucesso do Distribuidor Independente dependem do tempo e do esforço pessoal dedicados ao negócio e também do sucesso na revenda de produtos.



## O EVS como método de operação

# PROJEÇÃO LUCROS BRUTOS E PV COM ACESSOS



Estimativa de Ganho  
Bruto por Acesso

**R\$ 11,00**

Estimativa de Pontos de  
Volume por Acesso

**2,0**

Dias de funcionamento no  
mês

**22**



EVS

Acessos Diários	Pontos de Volume	Lucros Brutos R\$
15	660	R\$3.630
25	1.100	R\$6.050
30	1.320	R\$7.260
75	3.300	R\$18.150
80	3.520	R\$19.360
130	5.720	R\$31.460

## Dica dos Top Anfitriões

Os valores de lucro e pontos de volume por acesso são estimativas.

Você pode estabelecer estratégias para aumentá-los:

- | Oferecer acessos com ingredientes extras da Herbalife, como proteína, fibras, entre outros.
- | Montar combos com diferentes produtos!
- | Sempre oferecer produtos para serem levados para casa.
- | Trabalhar bebidas funcionais!
- | E lembre-se sempre de utilizar a quantidade correta de produtos Herbalife em suas receitas.



## O EVS como método de operação

# PROJEÇÃO LUCROS BRUTOS E PV PRODUTOS FECHADOS



Estimativa de Lucro  
Bruto por Pacote

**R\$ 80,00**

Estimativa de Pontos de  
Volume por Acesso

**53**

Qtd clientes mês (30% dos acessos)	Pontos de Volume	Lucros Brutos R\$
5	239	R\$360
8	398	R\$600
9	477	R\$720
23	1.193	R\$1.800
24	1.272	R\$1.920
36	2.067	R\$3.210

## Dica dos Top Anfitriões

Da mesma forma que com os acessos, você pode ter estratégias para aumentar o pacote vendido de produtos fechados.

Assegure-se de ter um conhecimento profundo de todos os produtos do portfolio Herbalife e faça a adequação aos objetivos e necessidades dos seus clientes.





## O EVS como método de operação

# PROJEÇÃO TOTAL LUCROS BRUTOS E PV

Acessos Diários	Pontos de Volume	Lucros Brutos R\$
15	660	R\$ 3.630
25	1.100	R\$ 6.050
30	1.320	R\$ 7.260
75	3.300	R\$ 18.150
80	3.520	R\$ 19.360
130	5.720	R\$ 31.460

Qtd clientes mês (30% acessos)	Pontos de Volume	Lucros Brutos R\$
5	239	R\$ 360
8	398	R\$ 600
9	477	R\$ 720
23	1.193	R\$ 1.800
24	1.272	R\$ 1.920
36	2.067	R\$ 3.210

Total Pontos de Volume	Total Lucros Brutos R\$
899	R\$ 3.990
1.498	R\$ 6.650
1.797	R\$ 7.980
4.493	R\$ 19.950
4.792	R\$ 21.280
7.787	R\$ 34.580



## Métodos de Operação Diária (MDOs)

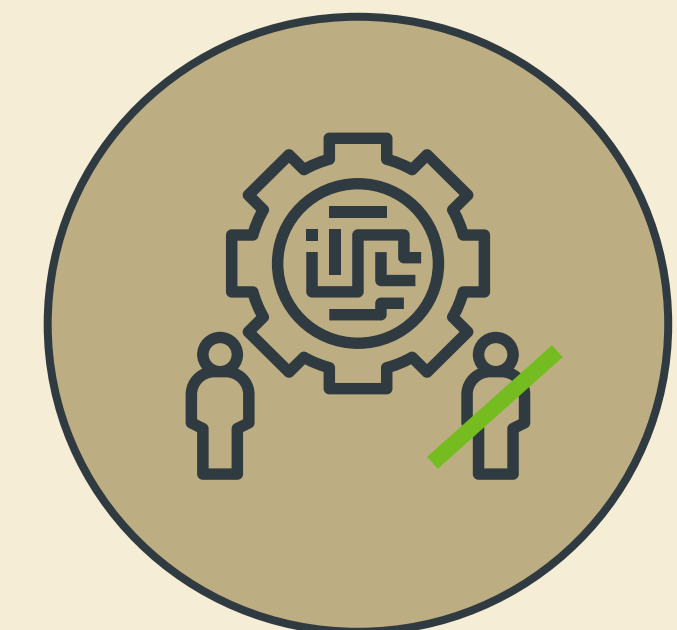
# AVALIANDO O PROSPECTO

### IMPORTANTE

O Líder deve **analisar o prospecto** e **recomendar os Métodos de Operação** de acordo com o seu perfil avaliado para o momento.

#### POR EXEMPLO:

Um “MDO avançado”, **que requer muito tempo de dedicação e/ou grande complexidade de execução**, provavelmente **não será uma boa escolha** para um prospecto que não possui os **requisitos necessários** para operá-lo.





## Métodos de Operação Diária (MDOs)

# AVALIANDO O PROSPECTO

Os requisitos para operação dos MDOs podem ser divididos em **2 dimensões**

### Dimensão 1

#### Habilidades

- | Experiência profissional
- | Conhecimentos específicos
- | Características pessoais



### Dimensão 2

#### Dedicação ao Negócio

- | Tempo que a pessoa dedicará para fazer o negócio
- | Nível de investimento  
R\$ que fará





## Métodos de Operação Diária (MDOs)

# AVALIANDO O PROSPECTO

Em cada uma das dimensões, o prospecto poderá ser classificado em **3 diferentes níveis**.



Quanto maior o nível de classificação, mais requisitos possui para operar os diferentes MDOs.



Para apoiar na classificação dos prospectos, o Líder poderá usar a **“Ficha de Avaliação do Prospecto”**.



## Métodos de Operação Diária (MDOs)

# AVALIANDO O PROSPECTO

1. Uso de Produtos Herbalife e Conhecimentos de Nutrição e Bem-Estar		Pts Totais
1.a)	Está usando produtos Herbalife há pelo menos 1 mês? ( resposta “Não” = -10 )	1
1.b)	Obteve algum resultado de produto com Herbalife?	1
1.c)	Tem conhecimentos em nutrição?	1
1.d)	Tem conhecimentos em atividade física?	1
1.e)	Sabe como funciona o trabalho de um coach do bem-estar?	1

2. Experiência Profissional		Pts Totais
2.a)	Já teve experiência com vendas?	1
2.b)	Já foi profissional autônomo?	1
2.c)	Já teve experiência com empreendedorismo?	1
2.d)	Se sim, a experiência foi maior do que 4 anos?	1
2.e)	Tem conhecimento com divulgação em mídias sociais?	1
2.f)	Se sim, você considera esse conhecimento básico (1pt) , intermediário (2pts) ou avançado (3pts) ? (Se não, = 0pt )	3

3. Características pessoais		Pts Totais
3.a)	Você se considera uma pessoa extrovertida?	1
3.b)	Sobre seu networking, quantas pessoas fazem parte de seu ciclo de contato, <u>mais ou menos de 200</u> ? (Mais de 200 = 1pt, Menos de 200 = 0pt)	1
3.c)	Você considera ter um perfil de investidor mais arrojado ou conservador? (Arrojado = 1pt, Conservador = 0pt)	1
3.d)	Possui boa organização financeira? Lida bem com orçamento, receitas e despesas?	1

## Dimensão 1 Habilidades

**TOTAL  
17 PONTOS**

Moderada	De 0 a 3 pontos
Alta	De 4 a 7 pontos
Máxima	Acima de 7 pontos

As **perguntas 1.a e 1.b** são **praticamente eliminatórias** - sem uso dos produtos é difícil a “Herbalização” e, portanto, a aptidão necessária ao Negócio Herbalife.



## Métodos de Operação Diária (MDOs)

# AVALIANDO O PROSPECTO

## Dimensão 2 Dedicação ao Negócio (Tempo e Investimento R\$)

4. Expectativa com o negócio	Pts Totais
4.a) Essa será a renda principal para você e/ou sua família?	1
4.b) Trabalha atualmente? ( a resposta "Não" deve ser pontuada com 1 e "Sim" com 0 )	1
4.c) Se sim, pretende continuar em seu emprego atual após iniciar na Herbalife? ( a resposta "Não" deve ser pontuada com 1 e "Sim" com 0 )	1
4.d) Sua disponibilidade para o negócio será: Parcial (às vezes / fim de semana, esporadicamente) = 1pt, Meio-período = 2pts, ou Integral = 4pts	4
4.e) Possui reserva financeira específica para o negócio?	3



**TOTAL  
10 PONTOS**

Moderada	De 0 a 3 pontos
Alta	De 4 a 7 pontos
Máxima	Acima de 7 pontos

**Métodos de Operação recomendados**

| Tradicional

| Desafio de TC

| EVS Caseiro

| EVS Comercial



# Métodos de Operação Diária (MDOs)

# AVALIANDO O PROSPECTO

## MATRIZ DE RECOMENDAÇÃO MDO de acordo com o Perfil do Prospecto

### Habilidades

- | Experiência profissional
- | Conhecimentos específicos
- | Características pessoais



<b>Máxima</b> <i>(8 pts ou +)</i>	Tradicional	Tradicional	Tradicional
	Desafios de TC	Desafios de TC	Desafios de TC
		EVS Caseiro	EVS Caseiro
<b>Alta</b> <i>(4 a 7 pts)</i>		EVS Comercial	EVS Comercial
	Tradicional	Tradicional	Tradicional
	Desafios de TC	Desafios de TC	Desafios de TC
<b>Moderada</b> <i>(Até 3 pts)</i>		EVS Caseiro	EVS Caseiro
	Tradicional	Tradicional	Tradicional
		EVS Caseiro	EVS Caseiro
	<b>Moderada</b> <i>(Até 3 pts)</i>	<b>Alta</b> <i>(4 a 7 pts)</i>	<b>Máxima</b> <i>(8 pts ou +)</i>



**Dedicação ao Negócio**  
 ( Tempo e Investimento R\$ )



## Métodos de Operação Diária (MDOs)

# GUIA RÁPIDO ABERTURA DE EVS

## Antes de abrir um EVS



### Atente-se ao **PONTO COMERCIAL** que escolherá

- | Fluxo de pessoas - perto de franquias, comércios, empresas, restaurantes, serviços em geral e de beleza.
- | Valor de aluguel + condomínio e proximidade à residência do Anfitrião.



### Defina o **HORÁRIO** de Funcionamento

- | Pode ser integral, parcial, pela manhã, almoço, jantar – escolha o horário de acordo com suas necessidades.
- | Uma vez definido, **a disciplina deste horário ajudará na captação e fidelização dos seus clientes!**



### Planeje sua **EQUIPE** de apoio, caso necessário

Você pode ter pessoas trabalhando no seu EVS, sejam downlines ou não. O Operador do Espaço pode contratar funcionários para apoiá-lo em certas atividades, desde que o vínculo empregatício esteja em conformidade com a legislação, incluindo o pagamento de salários, horas de trabalho entre outros requisitos da legislação trabalhista. o melhor para seu momento.

- | **Sozinho**, você **economizará o custo**, porém **se focará mais na operação**.
- | **Com apoio**, você terá um **custo adicional**, porém poderá se focar em **captar e fidelizar mais clientes**.



### Enquadramento **FISCAL / LEGAL**

Para um EVS Comercial, é importante obter todas as licenças de âmbito governamental. **A classificação da atividade econômica (CNAE) deve ser a de “Casa de Chá”.**





## Métodos de Operação Diária (MDOs)

# GUIA RÁPIDO ABERTURA DE EVS



## 6 passos para ABRIR um Espaço Vida Saudável

1

### PREPARAR-SE PARA O NEGÓCIO

- | **1ª etapa:** uso dos Produtos + Clientes → estabeleça seu resultado e cuide de alguns clientes antes de abrir seu EVS.
- | **2ª etapa:** prepare um plano de negócios, especialmente se optar por um EVS comercial. Analise previamente o investimento a ser feito.

2

### REGISTRAR O EVS NA HERBALIFE

- | Registrar seu EVS irá mantê-lo **atualizado com as últimas novidades e promoções.**
- | **Faça o registro através do My Herbalife.**

3

### PARTICIPAR DE TREINAMENTOS

- | **Estude** sobre o negócio, conheça bem a marca e os produtos, busque estratégias de vendas e captação.
- | **Participe de diferentes programas de treinamento,** fornecidos pelo seu Patrocinador, e eventos organizados pela companhia.

4

### CONHECER O EVS NA PRÁTICA

- | **Visite outros EVS e entenda como eles funcionam.**
- | A prática engloba **vários aspectos:** desde como mobiliar o seu EVS até como convidar pessoas.

5

### OBTER LICENÇAS DE FUNCIONAMENTO E OPERAÇÃO

- | Recomenda-se procurar uma assessoria contábil para auxiliar na **abertura jurídica e tributária do EVS.**

6

### FAZER O SEU ESTOQUE INICIAL

- | **Planeje o que irá oferecer** e faça seu pedido, diversificando entre shakes, sopas e lanches saudáveis.
- | **Invista nas embalagens Biggers** para ter mais rentabilidade.



## Métodos de Operação Diária (MDOs)

# GUIA RÁPIDO ABERTURA DE EVS



## 6 passos para DIVULGAR um Espaço Vida Saudável

1

### REDE DE CONTATOS

- | Tudo começa com a sua **rede natural de contatos**: família, amigos, colegas de faculdade e de trabalho.
- | Você pode **ampliar a sua rede** com amigos dos seus filhos e amigos de outros familiares.

2

### VIZINHANÇA

- | **Visite pessoalmente** os estabelecimentos de serviço mais próximos ao EVS.
- | Você pode deixar **material de divulgação** nestes estabelecimentos.

3

### MUTIRÃO

- | Você também pode contar com ajuda e fazer um mutirão para **convidar todo o comércio local**.
- | O ideal é que esta ação tenha, no mínimo, **10 pessoas envolvidas com 5.000 convites distribuídos em um raio de 200 metros**.

4

### GOOGLE E WAZE

- | Cadastre o **endereço do seu EVS e horário de funcionamento** no Google e no Waze.

5

### REDES SOCIAIS

- | Crie **perfis próprios** para o seu EVS em diferentes redes sociais.
- | **Capriche nas fotos e nas hashtags** para atingir mais pessoas!
- | Faça **stories** durante a inauguração do seu EVS.

6

### NA ENTRADA

- | **Posicione alguém na entrada do EVS** no dia da inauguração, para **distribuir convites e convidar as pessoas** para conhecerem o EVS.



O EVS como método de operação

# Os 3 Pilares do Anfitrião de Sucesso



## FERRAMENTAS DE NEGÓCIO

- | Captação de clientes
- | Venda de Produtos
- | Fidelização
- | Recrutamento
- | Retenção de Distribuidores



## ESTRATÉGIA DE ACESSOS E RECEITAS

- | Acessos
- | Ingredientes Extras
- | Lanches Saudáveis
- | Drinks funcionais
- | Receitas
- | Combos
- | PV / Acesso



## CONTROLE DOS NÚMEROS

- | Mapa Diário
- | Número de participantes
- | Novos clientes
- | Novos Distribuidores e EVS
- | Estoque
- | Ganhos R\$ e VP
- | DRE – lucro líquido e custo fixo



O sucesso do Anfitrião dependerá de muitos fatores, mas esses 3 pilares são fundamentais para o seu desenvolvimento!



O EVS como método de operação

# ESTÁGIOS DE DESENVOLVIMENTO DO ANFITRIÃO

## INICIANTE

## INTERMEDIÁRIO

## AVANÇADO

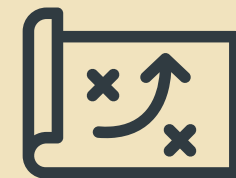


### FERRAMENTAS DE NEGÓCIO

Domina de **2 a 3** ferramentas de negócio associando-as ao EVS

Domina de **4 a 5** ferramentas de negócio associando-as ao EVS

Domina **6 ou mais** ferramentas de negócio associando-as ao EVS

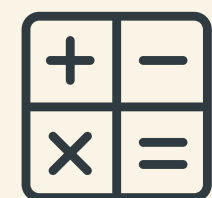


### ESTRATÉGIA DE ACESSOS E RECEITAS

FOCO: **Acessos e itens de simples preparo e produtos fechados**, dado que provavelmente trabalhará sozinho no início

FOCO: **Acessos + Receitas Simples + Pacotes de Produto Fechado**, já podendo contar com ajudantes no EVS

FOCO: **Todos Acessos e Receitas + Pacotes de Produto Fechado + Programas de Transformação Corporal**  
Neste estágio é extremamente recomendável o uso de ajudantes no EVS



### CONTROLE DOS NÚMEROS

Controle das **informações básicas** do seu EVS – faturamento mensal e custo fixo

Controle de informações mais avançadas. Ex: **qtd. acessos, clientes novos, produto fechado, dias de maior faturamento**

Controle de informações de **"eficiência"** como: **PV / acesso, ticket médio R\$, relação Lucro Bruto vs Custo Fixo**



**Dica dos Top Anfitriões**  
**O Anfitrião pode estar em diferentes estágios para cada um dos pilares.**



# Índice

**3.**

**1º Pilar do Anfitrião de Sucesso**  
Ferramentas de Negócio





## INICIANTE

## INTERMEDIÁRIO

## AVANÇADO



### FERRAMENTAS DE NEGÓCIO

Domina de **2 a 3 ferramentas de negócio** associando-as ao EVS

Domina de **4 a 5 ferramentas de negócio** associando-as ao EVS

Domina **6 ou mais ferramentas de negócio** associando-as ao EVS

Exemplos | Básicas:

- | Inauguração
- | Convites pessoais
- | Festa Shake / Coquetel e Lista Quente
- | Cartela de Fidelidade
- | Pasta de Apresentação

Exemplos | Médias:

- | Prospecção via mídias sociais
- | Pesquisa 3 ou 4 dias Café da Manhã Saudável
- | Manhã / Tarde / Noite da Beleza
- | Pesquisa na rua
- | Jantar de Negócios

Exemplos | Avançadas:

- | Road Show
- | Fit Camp
- | Desafios de Transformação Corporal
- | Maratonas
- | Autoavaliação do Bem-Estar / Coach



### Dica dos Top Anfitriões

O Anfitrião pode usar diversas ferramentas a qualquer momento do seu desenvolvimento.

### Desenvolvimento do Anfitrião

Conforme o Anfitrião se desenvolve e alia mais ferramentas ao EVS, maiores são as probabilidades de **ganhos R\$ e crescimento no plano de marketing Herbalife!**





As ferramentas de negócio podem apoiar você em diferentes objetivos.



### Clientes

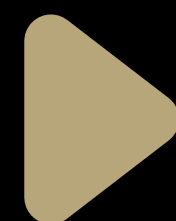
Prospecção  
Venda  
Fidelização



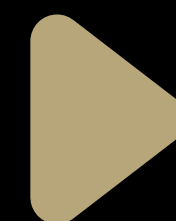
### Distribuidores

Recrutamento  
Retenção  
Duplicação

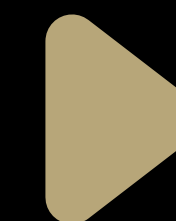
Novos  
clientes



Clientes  
repetidores



Novos  
Distribuidores



Distribuidores  
duplicadores



Ferramentas de Negócio / Vendas		Captação de Clientes	Venda de Produtos	Fidelização	Recrutamento	Retenção
<b>Básicas</b>	Catálogo de Produtos	●	●	●	●	●
	Cartela Fidelidade	●	●	●		
	Inauguração do Negócio	●	●		●	
	Festa Shake / Coquetel	●	●		●	
	Convites Pessoais	●				
	Merchandising - Bótons, adesivos, camisetas	●				
	Indicação Premiada	●				
	Lista Quente	●				
	Geolocalização ( Google e Waze )	●				
	Corrida das Estrelas		●	●		
	HOM				●	●
Sistemas de Treinamento				●	●	
<b>Intermediárias</b>	Manhã / Tarde / Noite da Beleza	●	●	●		
	Pasta de Apresentação	●	●		●	
	Café da Manhã Saudável - P3 ou P4	●	●			
	Jantar de Negócios				●	
	Pesquisas na rua	●				
	Prospecção em Mídias Sociais / Script	●				
	Parcerias na vizinhança (serviços)	●				
<b>Avançadas</b>	Road Show	●	●	●	●	
	Autoavaliação do Bem-Estar / Bioimpedância	●	●	●		
	Desafios de Transformação Corporal	●	●	●		
	Maratonas	●	●	●		
	Fit Camp	●	●	●		
	Acompanhamento Coach	●	●	●		



## Dica dos Top Anfitriões

Ferramentas com **focos específicos** também gerarão resultados “adicionais”.

Ex.: os **Convites Pessoais** têm como objetivo principal a **Captação de Clientes**, o que provavelmente gerará a **Venda de Produtos**.

Use as ferramentas de acordo com a métrica do negócio que quer melhorar, seja **captação de clientes, venda de produtos ou recrutamento**.





### Prospecção / Captação de Clientes

---

Convites  
—  
Mídias Sociais  
—  
Pesquisas  
—  
Tarde da Beleza  
—  
Festa Shake  
—  
Café da Manhã  
Saudável



### Fidelização e Venda de Produtos

---

Corrida das Estrelas /  
Corrida Maluca  
—  
Autoavaliação do Bem-  
Estar  
—  
Desafios  
—  
Maratonas  
—  
Fit Camp



### Recrutamento e Retenção Distribuidores

---

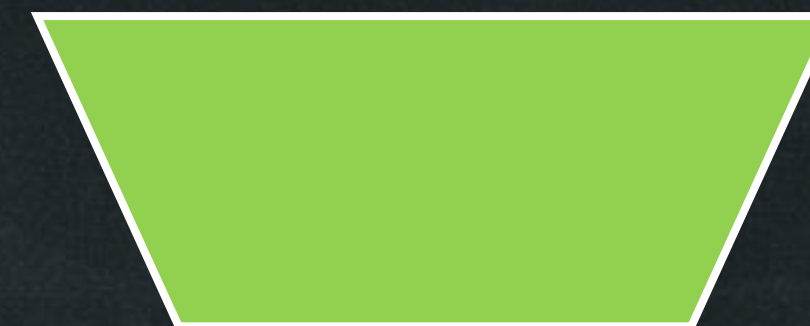
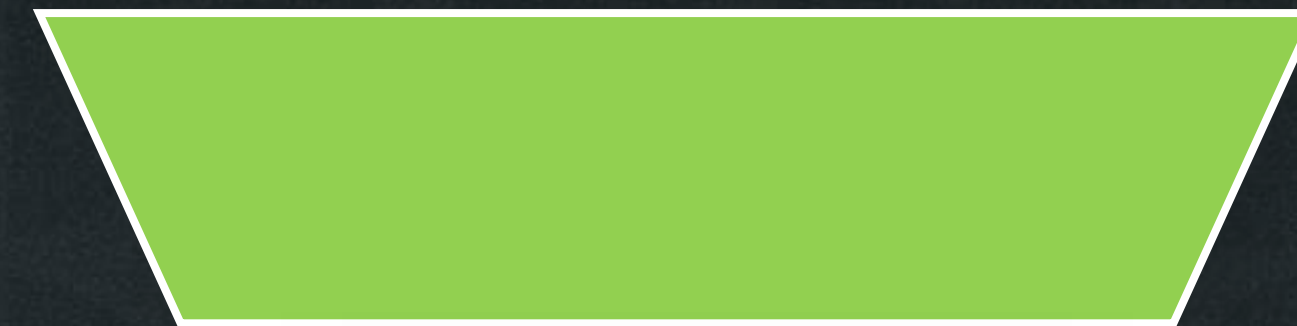
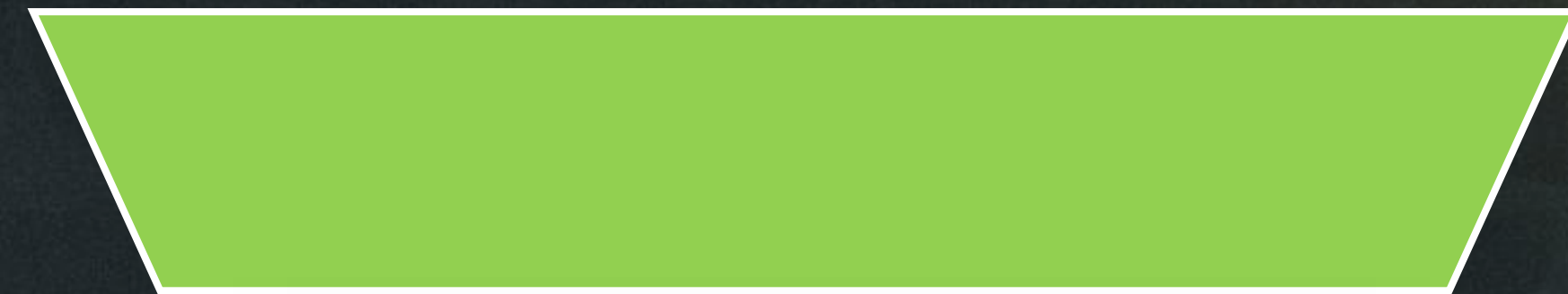
HOM /  
Apresentação de  
Negócio  
—  
Jantar de  
Negócios  
—  
STS



## PROSPECÇÃO

Buscar novos contatos com perfil do consumidor do seu serviço/produto para alimentar seu banco de contatos (leads) de possíveis consumidores.

Quanto maior a lista do topo do funil maior a chance de converter em vendas!







### Prospecção / Captação de Clientes

---

Convites

Mídias Sociais

Pesquisas

Tarde da Beleza

Festa Shake

Café da Manhã  
Saudável



### Fidelização e Venda de Produtos

---

Corrida das Estrelas /  
Corrida Maluca

Autoavaliação do Bem-  
Estar

Desafios

Maratonas

Fit Camp



### Recrutamento e Retenção Distribuidores

---

HOM /  
Apresentação de  
Negócio

Jantar de  
Negócios

STS



## CONVITES PESSOAIS



**Material para ser entregue na rua, próximo ao EVS, aos conhecidos ou em qualquer ocasião.**

Eles devem ser entregues com uma breve explicação sobre o EVS, convidando a conhecer um local de socialização para compartilhar informações sobre bem-estar e também os produtos Herbalife!





# CONVITES PESSOAIS



## Dica dos Top Anfitriões

Sobre os convites individuais é importante que seja medida a quantidade diária.

Encontre essa matemática:  
**quantos convites são necessários para que um novo participante visite o seu Espaço?**

Encontrando o número, saberá quantos convites precisará fazer diariamente para chegar nas suas metas mensal, semestral e anual.

# AS FERRAMENTAS MAIS USADAS PELOS ANFITRIÕES

## Preparação

- | É de suma importância que você **prepare esta atividade no dia anterior**
- | Defina a **quantidade de convites e já deixe-os separados**. Assim, quando chegar em seu EVS, encontrará o trabalho pronto para ser feito.



## Como fazer ?

- | Defina **qual local para encontrar pessoas** que tenham o perfil para frequentar o seu Espaço. Feito isso, sua **presença lá será no horário de pico**, quando eles estão entrando ou saindo do local.

- | A abordagem deve ser feita com você **bem vestido e com sorriso no rosto**.  
Ex: *“Olá, tudo bem? Já conhece nosso Espaço Vida Saudável? Lá é um local onde servimos refeições saudáveis e proteicas, para as pessoas que buscam melhorar sua forma física. Neste convite pessoal estão nossos dados e endereço, receber você será um prazer!”*

- | **Trocar flyers com os estabelecimentos ao redor** é uma forma também eficaz.  
Ex: *“Olá! Se você permitir que eu deixe alguns convites meus em cima do seu balcão, eu posso deixar os seus convites em cima do meu balcão também. O que você acha?”*



## CONVITES VIA MÍDIA SOCIAL



O objetivo é o mesmo dos convites feitos presencialmente, entretanto aqui se utilizará o principal meio pelo qual as pessoas se relacionam hoje em dia – **as mídias sociais.**

### Protocolo Instagram



**15-20 publicações nos Stories todos os dias**

*O que seriam essas postagens?*

1. Localização e horário de funcionamento
2. Fotos dos shakes e das receitas que são servidas em seu Espaço
3. Fotos de seus clientes consumindo em seu Espaço
4. Kits de Produtos
5. Promoções e atividades, como Desafios de Transformação Corporal



**3 publicações no Feed diariamente**

O feed deve ser uma espécie de extensão de seu cardápio.

**Obs:** Pessoas não se conectam com “embalagens”. Não publique as imagens dos produtos fechados e sim dos produtos e receitas preparados.



**50 mensagens por dia** (respeitando o limite 10 mensagens por hora)

*Para quem enviar essas mensagens?*

- | Seus conhecidos
- | Seus seguidores que interagem em suas fotos
- | Seus seguidores que visualizam seus stories
- | Para os seguidores dos estabelecimentos próximos ao seu Espaço



**Impulsioneamento**

R\$ 10,00/dia - invista esse valor em suas melhores fotos e vídeos



**Seguir 100 pessoas por dia**



## Script exemplo usado por Anfitriões

Olá, tudo bem? Como você está?

Gostaríamos de te convidar para conhecer nosso estabelecimento de shakes proteicos. **Somos apaixonados por oferecer opções saudáveis e saborosas para uma alimentação equilibrada** e acreditamos que você iria adorar conhecer o nosso Espaço.

Nosso cardápio oferece uma **ampla variedade de sabores**, desde frutas até opções mais elaboradas com mix de proteínas e alimentos nutritivos.

Além disso, nossos shakes são feitos com ingredientes frescos e de alta qualidade, para garantir o melhor sabor e benefícios para a saúde.

Também oferecemos a praticidade de nossos clientes consumirem os nossos produtos em sua casa através de nosso delivery. **Gostaria de receber o nosso cardápio?** 🍷 [\[link do seu cardápio\]](#)

E na sua primeira visita, te presentaremos com um brinde exclusivo! Ficaremos no seu aguardo, viu? **Obs: o brinde é uma Autoavaliação do Bem-Estar.**



- | **Pesquisas rápidas** que visam um primeiro contato com o cliente, com perguntas sobre estilo de vida, rotina, tipo de alimentação e satisfação com a própria imagem.
- | Forma do cliente **iniciar o uso** dos produtos, **custo acessível**.
- | O cliente pode **degustar em casa**, 3, 5 ou 6 dias.
- | Forma simples, versátil e prática de **apresentar os produtos**.
- | Depois é feito o **convite para uma conversa** no EVS, já que as pesquisas são comuns entre os Anfitriões.

### BENEFÍCIOS

- | Atrair novos clientes.
- | Aumentar a venda de produtos fechados.
- | Solicitar indicações.
- | Degustação em grupos familiares.

## PESQUISAS





## TARDE DA BELEZA



- | Demonstração de **cuidados com a pele** através da apresentação de produtos de nutrição externa (linha SKIN), oferecendo todos os passos para uma pele limpa, hidratada e nutrida.

### BENEFÍCIOS

- | **Conquistar novos clientes** ao atrair uma clientela fora da nutrição interna.
- | Adicionar um **método de captação de clientes** ao seu fluxo / **obtenção de indicações**.
- | **Fidelizar clientes**, que podem ser **premiados com uma hidratação facial** e assim conhecer outros produtos Herbalife.





## FESTA SHAKE



- | Reunião de **apresentação e degustação dos produtos e negócio** Herbalife.
- | Ferramenta de **simples execução**, facilmente duplicável e que possibilita otimizar o tempo e os números; principalmente para as pessoas que trabalham em tempo parcial. Em uma única apresentação permite **atingir um maior número de pessoas**, tanto para vendas quanto para recrutamento.
- | Pode ser chamada de “**Festa de inauguração do negócio**” do novo Distribuidor. Possibilita apresentar os produtos e a oportunidade de negócio para a Lista Quente do novo Distribuidor. Isto favorece a quebra de paradigmas, melhorando a compreensão e o apoio dos familiares com o novo negócio.
- | Apoia o **treinamento e desenvolvimento de habilidades de apresentação** em público do novo Distribuidor.
- | **Oportunidade de reunir pessoas em vários lugares** - domicílio, lojas, empresas, Espaço Vida Saudável – diariamente ou semanalmente, de forma rotineira, para Distribuidores novos ou experientes, com foco na geração novos contatos, captação de novos clientes e aumento da base de Distribuidores.
- | Permite construir um **resultado financeiro impactante**, em tempo parcial, para se tornar atrativo também para pessoas que iniciarão Herbalife simultaneamente com seu emprego ou negócio.

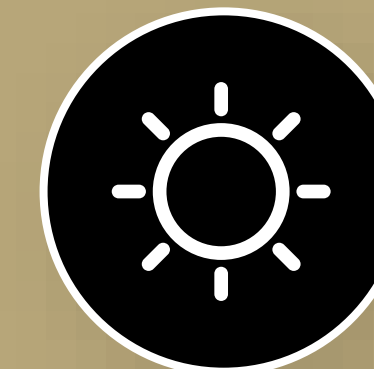
### BENEFÍCIOS

- | Conquistar novos clientes através da degustação dos produtos e da Autoavaliação do Bem-Estar.
- | Captar novos Distribuidores ao apresentar a oportunidade de negócio Herbalife.
- | Aumentar a compra por impulso.





## CAFÉ DA MANHÃ SAUDÁVEL



- | Conscientização do cliente sobre a **importância da primeira refeição do dia** – o Café da Manhã – e **apresentação dos produtos Herbalife** como apoio para a sua nutrição.

### BENEFÍCIOS

- | Apresentar mais um momento de consumo dos produtos Herbalife, aumentando as possibilidades de venda no EVS e também a venda de produtos fechados para consumo domiciliar.
- | Ampliar o horário de funcionamento do EVS, o que pode gerar mais movimento e vendas.
- | Fidelizar clientes que já começam o dia com uma refeição saudável e tendem a manter uma alimentação saudável também no almoço.





**FESTA SHAKE** e **CAFÉ DA MANHÃ SAUDÁVEL** são ferramentas poderosas para gerar experimentação e fazer as pessoas terem contato com os produtos Herbalife.

Confira outras dicas de como usar a **degustação de produtos**:

**Levar degustações de shakes, fibras solúveis ou receitas salgadas e doces - nos comércios aos redor do seu EVS - trará novos participantes.**

- | Levar pequenas amostras de Fiber Concentrate para estabelecimentos próximos e deixar seus convites do Espaço.
- | Importante também registrar os números de WhatsApp das pessoas para as quais você entregou amostras, assim aumentará sua base de prospectos.

**Degustar produtos dentro do seu Espaço para participantes que ainda não experimentaram estas opções.**

- | Ex.: hoje é dia de degustar Açaí Proteico para todos aqueles que visitarem o EVS.
- | Coloque as embalagens em uma mesa onde todos possam ver. Também deixe os sachês à vista.
- | No pós-degustação, chamar para ação de venda. Você verá que ficará mais fácil vender!



### Dica dos Top Anfitriões

Neste mesmo formato podem ser feitas degustações de quaisquer produtos.

O importante é que se faça com a **frequência necessária** para o atingimento dos seus objetivos.



## Dicas

### Degustar produtos em eventos pontuais da sua região.

*Ex: entrar em contato com uma empresa próxima ao seu Espaço Vida Saudável e ofertar um Café da Manhã Saudável para os funcionários.*

### Degustações em academias também são muito interessantes

*Escolha os produtos adequados para cada modalidade. Neste caso, a linha 24h, o Liftoff e as bebidas como N-R-G e Herbal Concentrate podem trazer ótimos resultados.*

### Script exemplo usado por Anfitriões

Olá, meu nome é \_\_\_\_\_. Todos os meses **escolhemos uma empresa próxima ao nosso Espaço Vida Saudável para presentear com nosso Café da Manhã Saudável.**

Você poderá experimentar produtos proteicos e saudáveis, além de receber informações de como podem se alimentar melhor.

Qual seria o melhor dia para você vir aqui?  
Terça ou quarta? Quinta ou sexta?

**Dica:** não faça perguntas que possam ser respondidas com "NÃO". Aceito o convite, esteja preparado para a quantidade de funcionários com suas degustações. Leve seus convites e fichas para colher as informações dos participantes da ação.





Prospecção / Captação  
de Clientes

---

Convites

Mídias Sociais

Pesquisas

Tarde da Beleza

Festa Shake

Café da Manhã  
Saudável



Fidelização e Venda  
de Produtos

---

Corrida das Estrelas /  
Corrida Maluca

Autoavaliação do Bem-  
Estar

Desafios

Maratonas

Fit Camp



Recrutamento e Retenção  
Distribuidores

---

HOM /  
Apresentação de  
Negócio

Jantar de  
Negócios

STS



# CORRIDA MALUCA / CORRIDA DAS ESTRELAS



- | O participante acumula estrelas ao longo do mês de acordo com critérios, que podem ser:
  - | *Acessos; Indicações; Produtos fechados; Cadastro; Participação em treinamentos e em eventos.*
- | **Sugestões de premiação:**
  - | Os três participantes que acumularem mais estrelas em um determinado período podem ganhar prêmios;
  - | Produtos Herbalife ou produtos que promovam a marca são boas sugestões de prêmios;
  - | O Anfitrião não pode dar prêmios em dinheiro aos participantes.

## BENEFÍCIOS

- | Aumento dos indicadores escolhidos como critérios: acessos, ticket médio, prospectos, etc.
- | Fidelização de clientes e aumento dos prospectos para o negócio.

Nome	Estrelas
João Ribeiro	★★★★★
Gabriel Lopes	★★★★★
Joana Souza	★★★★★
Carlos Alberto	★★★★★
Lilian Corrêa	★★★★
Ana Maria Silva	★★★★
José Fernandes	★★★★
Anderson Pereira	★★★★
Jandira Cabral	★★★★
Beatriz Lima	★★★★
Thiago Vasconcelos	★★★
Carla Miranda	★★
Mauro Sarmento	★
Jaime Siqueira	★★★★
Kátia Albuquerque	★★★★
Noélia dos Anjos	★★★★
Marivaldo Cotias	★★
Dagoberto Santos	★
Marina do Carmo	★★★★
Zuleide Gomes	★★★★





# AUTOAVALIAÇÃO DO BEM-ESTAR

## AUTOAVALIAÇÃO DO BEM-ESTAR



O nosso estilo de vida e opções alimentares afetam o nosso bem-estar. É possível fazer grandes mudanças com pequenas ações no seu dia a dia, começando por identificar seus objetivos pessoais e fazendo escolhas mais saudáveis. Esta autoavaliação pode ajudá-lo neste processo.

Data: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_ Peso (kg): \_\_\_\_\_ Altura (m): \_\_\_\_\_

### Histórico de Problemas Alimentares

#### PERGUNTAS

	Sim	Não		Sim	Não				
Alimentação Saudável	1. Você consome alimentos saudáveis em todas as refeições?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Controle de Peso	18. Você já fez dietas de controle de peso?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2. Em suas refeições você dá preferência à carne de aves, carne magra, peixes e proteínas vegetais?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		19. Você acha fácil manter o peso que deseja?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	3. Você ingere frutas e legumes coloridos pelo menos 5 vezes ao dia?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		20. Você está feliz com o seu corpo e seu peso?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	4. Em seu dia a dia costuma consumir cereais integrais?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		21. Já fez algum tipo de acompanhamento com nutricionista, terapeuta ou coaching?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	5. Você costuma consumir peixe pelo menos 3 vezes na semana?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		22. Suas roupas da sua melhor versão ainda servem?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	6. Você sempre faz um café da manhã completo com alimentos saudáveis?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Quanto tempo acha que levaria para chegar ao seu peso desejado? (Informe-se que os especialistas recomendam reduzir no máximo 4 quilos ao mês)			
	7. Você tem um consumo regular de água todos os dias?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Quais são seus objetivos pessoais?			
	8. Você evita bebidas gaseificadas e açucaradas?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> Reduzir peso <input type="checkbox"/> Ganhar peso <input type="checkbox"/> Manter seu peso para sempre <input type="checkbox"/> Ter uma vida mais saudável			
	9. Você costuma fazer lanches saudáveis durante o dia?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Outros: _____			
	10. Você utiliza suplementos nutricionais?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Quanto você está disposto a investir mensalmente para melhorar o seu estilo de vida?		<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10	
Estilo de Vida	11. Você pratica exercícios físicos regularmente?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Agora que completou a sua autoavaliação, você está mais perto de atingir suas metas de bem-estar. Assinale abaixo quantos SIM e NÃO você respondeu em cada área e reflita por qual você pode começar sua mudança.				
	12. Você costuma ter tempo para fazer refeições equilibradas?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<b>Alimentação Saudável</b> <b>Estilo de Vida</b> <b>Controle de Peso</b>				
	13. Você se alimenta nos horários corretos sem pular refeições?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não				
	14. Você costuma ter energia e disposição para cumprir seus desafios diários?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<small>Se você respondeu SIM para a maioria das questões, parabéns, você já tem um estilo de vida bem saudável! Se você respondeu NÃO para a maioria das questões, certamente não está contente com seu e seu atual estilo de vida. Esta pode ser o momento para a mudança e os produtos da Herbalife podem ajudá-lo a iniciar este processo.</small>				
	15. Você se imagina com 80 anos com saúde e disposição?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	16. Seu comportamento é mais calmo do que estressado?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	17. Você evita "beliscar" durante o dia quando estressado?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

Questionário com perguntas sobre hábitos alimentares, estilo de vida e gerenciamento de peso para que os **clientes conheçam seu atual estado de bem-estar.**

A maior parte das organizações utiliza também a **pesagem na balança de bioimpedância** para fornecer informações como massa magra, índice de gordura corporal, etc.

Alguns Distribuidores fazem a **autoavaliação online**, através de aplicativos específicos.

### BENEFÍCIOS:

- Conhecer o estilo de vida, a rotina e atividade física do prospecto ou cliente e compreender suas verdadeiras necessidades.
- Oferecer ao potencial cliente conselhos úteis de bem-estar, apresentar a alternativa de nutrição da Herbalife e compartilhar sua experiência ou testemunhal verdadeiro com o uso dos produtos.
- Obter indicações visando aumentar a rede de contatos.
- Ajudar o maior número de pessoas levando informações.
- Aumentar as vendas com a possibilidade de fechar pacotes (acompanhamento de coaching + nutrição).

## Dica dos Top Anfitriões

Você pode fazer o download da **FICHA DE AUTOAVALIAÇÃO DO BEM-ESTAR** em: [espacoherbalife.com.br/autoavaliacao-do-bem-estar](http://espacoherbalife.com.br/autoavaliacao-do-bem-estar)



\*Esta avaliação é apenas uma autoavaliação e não fornece orientação (nutricional) médica ou nutricional. Não se propõe a diagnosticar qualquer patologia ou condição médica. Para uma avaliação nutricional ou de saúde, procure um profissional nutricionista.

### AUTOAVALIAÇÃO DO BEM-ESTAR

Nome: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Telefone: (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_

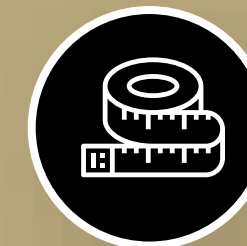
Data nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

#### Resultado da Autoavaliação:

Alimentação Saudável     Estilo de Vida     Controle de Peso



## FIT CAMP



- | **Evento de prática esportiva**, organizado para reunir um grupo de pessoas motivadas pelos mesmos objetivos: **vida saudável, prática de atividade física e diversão.**
- | O propósito desta atividade é **atrair clientes de uma forma divertida e saudável**, levando-os aos EVS em seguida para consumir produtos e até realizar uma pequena HOM.

### BENEFÍCIOS

- | Apresentar os produtos Herbalife e conquistar novos clientes, através da degustação de produtos.
- | Apresentar a oportunidade de negócio Herbalife.
- | Divulgar a marca Herbalife, pois os participantes utilizam vestimentas com a marca.
- | Fortalecer a sua organização.
- | Conhecer pessoas interessadas em realizar atividades físicas e ter um estilo de vida mais ativo.
- | Desenvolver o relacionamento e socialização entre os participantes.



## MARATONAS



- | Maratonas é a **gameificação** dos grupos de Desafios.
- | É uma ferramenta para **captar, acompanhar, duplicar** clientes e Supervisores online e offline.
- | Grupo de **10 pessoas** e tem duração de **10 dias** cada volta.

### BENEFÍCIOS

#### CLIENTES

- | Fornecer aos clientes informações úteis sobre alimentação e estilo de vida saudável, consolidar os hábitos de alimentação saudável.
- | Motivar para usar o produto por mais tempo.
- | Criar uma atmosfera divertida e competitiva.
- | Ajudar ao cliente a construir a relação de confiança com o Distribuidor e a equipe.
- | Não perder a disposição para obter os resultados.

#### DISTRIBUIDORES

- | Ensinar na prática as habilidades de desenvolvimento da base de clientes.
- | Obter as recomendações e construir o círculo dos clientes sob clientes já existentes.
- | Promover os produtos e aumentar o consumo por mês.
- | Aumentar o volume pessoal e organizacional.





## DESAFIOS



- | **Forma lúdica de competição** com prazo determinado de tempo (21, 30, 60, 90 dias por exemplo), que ajuda um grupo de participantes a **alcançar uma melhor versão de si mesmos** através de um **estilo de vida ativo e saudável**.
- | Uma excelente oportunidade para o Distribuidor **apresentar os produtos Herbalife e gerar contatos**.
- | Pode **incluir temas** como atividade física, imagem e autoestima, receitas saudáveis, apoio em grupo, hidratação, descanso, administração do estresse, desenvolvimento pessoal, entre outros.

## BENEFÍCIOS

- | Formar uma comunidade interativa, que motive os participantes a terem uma vida mais ativa e saudável, além de resultados com uso de produtos.
- | Melhorar a venda de produtos fechados e a retenção dos clientes.
- | Aumentar a socialização entre os participantes, já que estes competem entre si.
- | Obter indicações através da transformação corporal (parentes, amigos, redes sociais, etc).



## Dicas

## Como fazer?



**Através de posts nas redes sociais, com a chamada para o Desafio que iniciará em alguns dias.** O ideal é colocar muitas fotos de antes e depois antes da chamada para ação, desde que você tenha autorização destas pessoas. Chame para a ação de uma forma simples. Ex: *mande um Direct se você tem interesse neste Desafio!*



**Convidar pessoas da sua família.**

Essa forma sempre funciona, pois cada indivíduo está em um momento diferente de sua situação de peso. Por exemplo: *Olá, tia, tudo bem? Você sabe que eu trabalho com transformação corporal e este mês estamos iniciando uma turma nova. Bora participar?*



**Fazer enquetes na rede social também é uma forma bastante usada para prospecção e filtro daqueles que estão em busca de melhorar sua forma física.** Por exemplo: *já pensou em ficar mais leve até o Natal?* Enquete (quero / sim / preciso ). Aqueles que responderem qualquer uma das opções, você chama para o Desafio: *Olá, tudo bem? Meu nome é \_\_\_\_\_ e vi que você respondeu nossa enquete. Para qual WhatsApp envio mais informações?*



**Convidar os participantes do EVS para entrarem no Desafio:** Ex: *bora entrar nesse Desafio? Já temos muitos participantes e queremos você junto com a gente!*



## Dicas

### Como apresentar o Desafio?



Cada Desafio tem suas características e programas já estabelecidos. Seu papel é saber explicar **como vai funcionar os dias, quais são os programas que existem e também o que está incluso no acompanhamento.**



#### Primeiros passos:

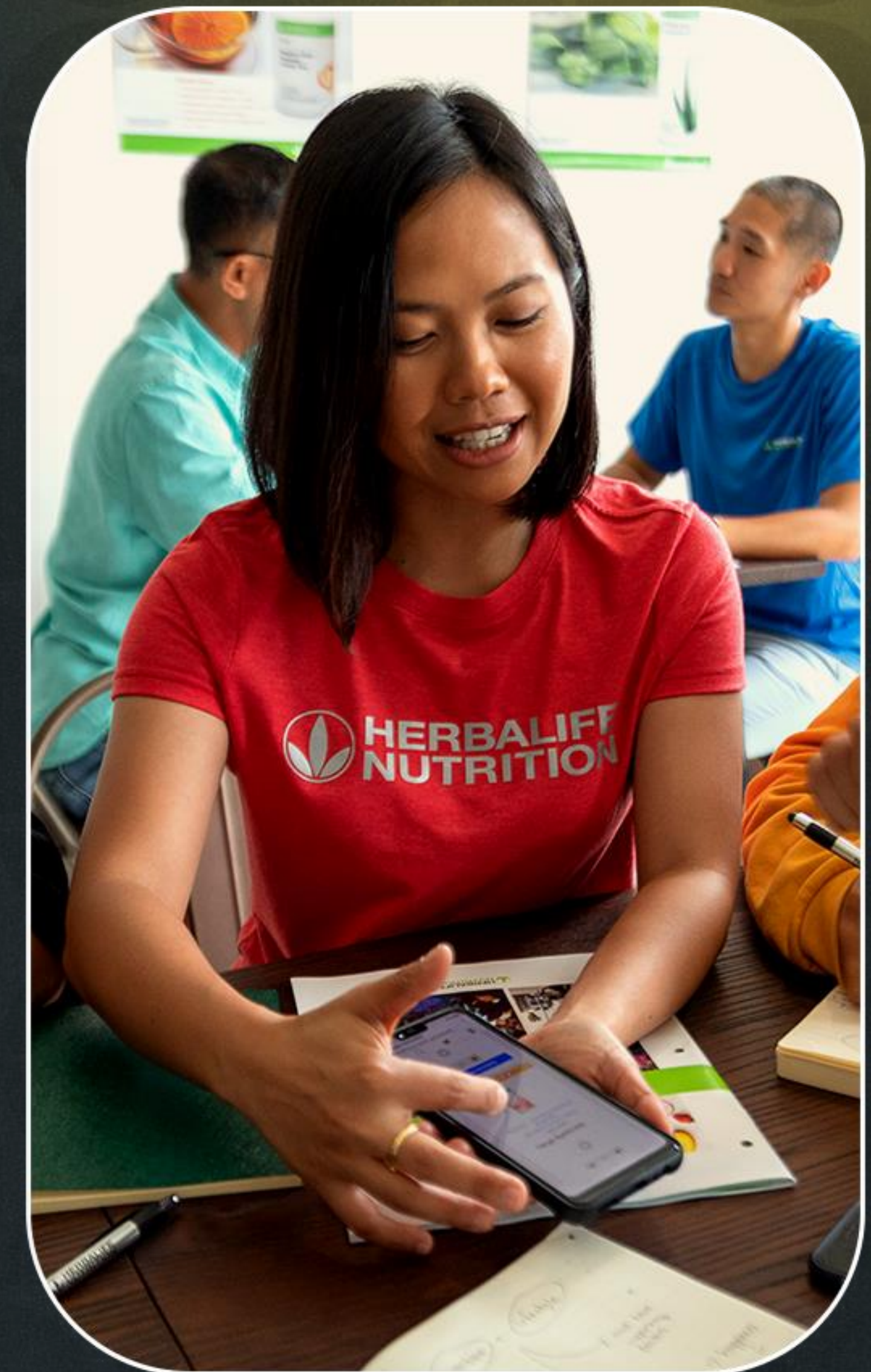
- | Identificar as necessidades do cliente.
- | Fazer a Autoavaliação do Bem-Estar.
- | Apresentar os diferentes pacotes de produtos fechados.



#### Depois vem o fechamento da venda.

**Essa parte é composta por perguntas simples.**

Por exemplo: *sua Autoavaliação do Bem-Estar apontou estes resultados e você me disse que sua necessidade é baixar \_\_\_kg. Qual destes pacotes que apresentei cabe no seu bolso? Programa A, B ou C ?*





## Dicas

## Como acompanhar?

**Este é um momento muito importante do Desafio, pois é o “pós-venda”.** Faz total diferença nos resultados dos clientes e fidelização para futuras compras.

**O acompanhamento do Desafio pode ser feito de 2 formas:**



### 1. Individual

Você indica como o cliente prepara os produtos que adquiriu e também em qual momento consumi-los durante o dia. Indique quais são outras opções de produtos. Em muitos casos, fale também sobre atividade física, caso o cliente tenha disponibilidade para isso.



### 2. Em grupo

Todas as atividades citadas, porém em grupo. Isso faz com que seja criada uma comunidade de pessoas que se ajudam e inspiram. É importante que sua comunicação como Anfitrião Coach seja feita todos os dias do Desafio. O cliente terá a percepção de estar sendo assistido e acompanhado por você.







Prospecção / Captação  
de Clientes

---

Convites  
—  
Mídias Sociais  
—  
Pesquisas  
—  
Tarde da Beleza  
—  
Festa Shake  
—  
Café da Manhã  
Saudável



Fidelização e Venda  
de Produtos

---

Corrida das Estrelas /  
Corrida Maluca  
—  
Autoavaliação do Bem-  
Estar  
—  
Desafios  
—  
Maratonas  
—  
Fit Camp



Recrutamento e Retenção  
Distribuidores

---

HOM /  
Apresentação de  
Negócio  
—  
Jantar de  
Negócios  
—  
STS



## HOM / APRESENTAÇÃO DE NEGÓCIOS

- | Você pode usar os **eventos da sua organização** para levar potenciais interessados no negócio Herbalife.
- | Ou ainda pode reservar um tempo em seu EVS para **apresentar a oportunidade individualmente** a clientes interessados.



### Dica:

Procure sempre conversar com seus clientes e descobrir seus interesses. Temas com **nutrição, bem-estar e negócios** podem ser **boas oportunidades** para encontrar um **potencial prospecto**.



## STS – Sistemas de Treinamento de Sucesso

- | Os eventos de treinamento e capacitação de sua organização **são ótimas ferramentas para demonstrar o profissionalismo e o potencial de ganhos do negócio Herbalife.**
- | Aproveite promoções, Desafios e incentivos realizados com seus clientes e leve-os para **reconhecimento nos eventos de sua organização.**
- | Além de **fidelizar seus clientes**, você poderá despertar o interesse das pessoas pela **oportunidade de negócio.**



## JANTAR DE NEGÓCIOS



É uma forma descontraída de apresentar a empresa, os produtos e a Oportunidade de **Negócio Herbalife**, com o objetivo de recrutar novos Distribuidores Independentes.





Ferramentas de Negócio

# AS FERRAMENTAS MAIS USADAS PELOS ANFITRIÕES



**OUTRAS FERRAMENTAS  
IMPORTANTES E BASTANTE  
UTILIZADAS PELOS ANFITRIÕES**



## Ferramentas de Negócio

## DELIVERY



- | Entrega dos itens do seu cardápio na casa ou no local de trabalho dos clientes.
- | Você encontra artes para impressão e também para o ambiente digital no site [espacoherbalife.com.br](http://espacoherbalife.com.br).

### BENEFÍCIOS

- | Aumentar o raio de atendimento (km) do EVS. Em média, as pessoas se deslocam de 1 a 2 km para chegar ao EVS. No delivery, usualmente, são considerados 10 km para o raio de entrega.
- | Incrementar a sua lucratividade, faturamento e Pontos de Volume.
- | Otimizar seus recursos. O delivery não exige o aumento de estrutura física para que sejam atendidos mais clientes.





## Ferramentas de Negócio



## ROAD SHOW

- | **Stand para feiras comerciais, eventos e outras atividades** com grande fluxo de pessoas para divulgar a marca Herbalife.
- | O Road Show conta com **display, banner e folheteria** para ser entregue durante os eventos. As artes para impressão são disponibilizadas no site [espacoherbalife.com.br](http://espacoherbalife.com.br).

### BENEFÍCIOS

- | Estar em contato com um maior número de pessoas em um mesmo local.
- | Obter indicações e criar uma base de prospectos.
- | Apresentar os produtos e a oportunidade de negócio Herbalife, além de oferecer os produtos para degustação gratuita.
- | Entregar folheteria e outros materiais que divulgam o EVS, a oportunidade de negócio, os produtos e a marca Herbalife.



## Ferramentas de Negócio

# PASTA DE APRESENTAÇÃO



### | Resultados com uso de produtos.

Fotos pessoais, de clientes e de resultados oficiais da Herbalife, antes e depois.

### | Ficha de Autoavaliação.

Ajuda a entender o momento do potencial cliente.

### | Kits de Produtos.

Tenha várias opções de kits para ajudar no fechamento da venda.

### | Oportunidade de negócio.

Pode apresentar uma oportunidade de renda extra e aumentar a sua organização.

## BENEFÍCIOS

- | Simplificar e padronizar a apresentação de produtos e do negócio Herbalife, principalmente para os novos Distribuidores que precisam de uma linha clara de raciocínio.
- | Ter uma ferramenta para Distribuidores que querem ter uma renda extra.
- | Aumentar as vendas de produtos fechados e incrementar ganhos.
- | Mostrar resultados dos produtos de maneira visual para o cliente, incluindo os resultados do próprio Distribuidor.
- | Diversificar as vendas de produtos fechados, pois o Distribuidor mostra todo o portfólio com a pasta de apresentação.
- | Atrair potenciais Distribuidores.







# CATÁLOGO DE PRODUTOS



## O QUE É?

É uma grande vitrine dos produtos capaz de despertar o interesse das pessoas.

Traz conteúdo informativo sobre ciência e tecnologia, receitas, histórias de sucesso com os produtos e com a Oportunidade de Negócio e muito mais.

Pode ser físico ou online.



# MERCHANDISING

## BÓTONS, ADESIVOS, CAMISETAS



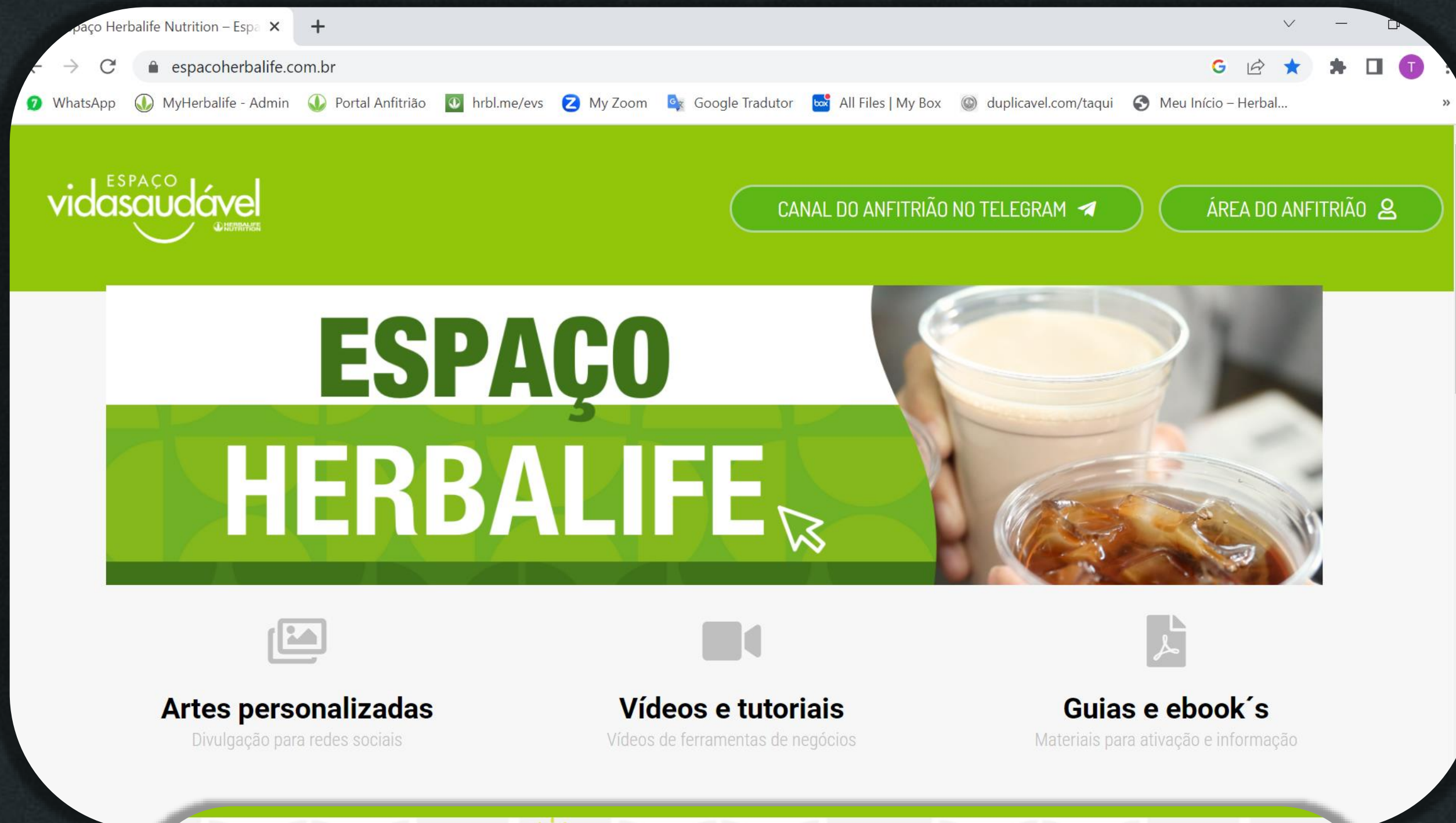
### O QUE É?

Os bóttons servem como publicidade do negócio, para gerar perguntas e interesse sobre o que o Distribuidor tem a oferecer.

É uma ótima forma de fazer contato e conversar com pessoas que ainda não conhece.







Materiais de Suporte, Ferramentas e tudo que o Anfitrião precisa para aumentar suas vendas!



## box de Ferramentas

### O QUE É O BOX DE FERRAMENTAS? 😊

As Ferramentas de Negócio auxiliam você a vender mais, fidelizar clientes e conquistar maiores resultados na Herbalife. Aqui você encontra diversos materiais, como guias e vídeos, para colocar em prática as Ferramentas de Negócio!



# O PAPEL DO ANFITRIÃO-COACH E A IMPORTÂNCIA DO RESULTADO DE PRODUTOS!

## 1.

O **resultado de produto** é uma das ferramentas mais poderosas para **fidelização de clientes e recrutamento de Distribuidores.**

## 2.

O papel do “**Anfitrião-Coach**” pode **potencializar os resultados** de produto dos seus clientes!

- | Apoiar e orientar quem busca melhor qualidade de vida, seja pela perda de peso ou pela adoção de uma alimentação saudável.
- | Foco corpo, mente e saúde - orientações nutricionais e desenvolvimento de mentalidade para mudança de comportamento e crenças limitantes.
- | Acompanhamento dos novos hábitos alimentares e rotina de vida para apoio na conquista dos objetivos do cliente.
- | Motivação e celebração dos resultados conquistados.

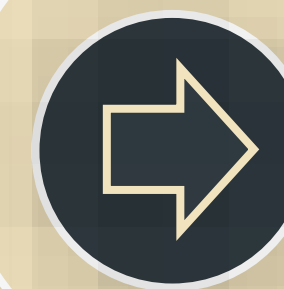
## 3.

Conceito principal para perda de peso / ganho de massa - **base da estratégia dos produtos Herbalife!**



### Perder Gordura

- | Através do **Déficit Calórico**
- | Comer menos calorias do que gasta
- | **Troca de 2 das 3 refeições principais pelo Shake**



### Manter Peso

- | Através da “**Manutenção**” **Calórica**
- | Comer as mesmas calorias que gasta
- | **Troca de 1 das 3 refeições principais pelo Shake**



### Aumentar Massa Magra

- | Através do **Superávit Calórico**
- | Comer mais calorias do que gasta
- | **Adicione até 2 Shakes ao cardápio principal**





## ESTRATÉGIA BÁSICA para todo tipo de cliente

**Estratégia indicada para Distribuidores que ainda não possuem muitos conhecimentos em nutrição e transformação corporal.**

- | Shake e NutreV como base dos pacotes.
- | Podem ser oferecidos chás e fibras conforme oportunidade.
- | Pode-se também oferecer produtos para necessidades específicas, como colágeno para saúde da pele ou Liftoff para mais energia.

## ESTRATÉGIA AVANÇADA por objetivos dos clientes

**Estratégia indicada para Distribuidores com conhecimentos em nutrição e transformação corporal.**

Os pacotes devem ser organizados de acordo com os objetivos dos clientes:

- | Perda de Gordura
- | Manutenção do Peso
- | Ganho de Massa Magra





Pacotes para  
**qualquer tipo**  
de Cliente

### Básico

- 1 Shake
- 1 NutreV



### Intermediário

- 1 Shake
- 1 NutreV
- 1 Herbal Concentrate 51g



### Avançado

- 2 Shakes
- 2 NutreV
- 1 Herbal C. 51g
- 1 Fiber Concentrate



Produtos para  
necessidades  
específicas

### Beleza, saúde óssea e disposição



### Imunidade e disposição



### Saúde intestinal e disposição



### Praticidade e disposição



### Saúde do coração e ação antioxidante



### Bem-estar





### PRIMEIRO PASSO: DEFINIR O OBJETIVO DO CLIENTE!



**PERDER**  
(gordura)

**Perda de gordura, o que é necessário:**

- | Déficit calórico  
(+proteínas, - calorias)
- | Prática regular de exercícios físicos

**PRINCIPAL FOCO DE TRABALHO**

(maior busca por parte dos clientes)



**MANTER**  
(peso)

**Manutenção de peso/massa muscular:**

- | Equilíbrio de calorias
- | Prática regular de exercícios físicos



**GANHAR**  
(massa muscular)

**Ganho de massa muscular:**

- | Dieta hiperproteica e hipercalórica
- | Prática intensa de exercícios de força



Para informações sobre os produtos Herbalife, consulte o catálogo ou acesse [www.herbalife.com.br](http://www.herbalife.com.br). Leia atentamente o rótulo antes de consumir os produtos.

### PERDER

Necessário: déficit calórico (+proteínas, - calorias) | prática regular de exercícios físicos

#### BÁSICO



**Shake:** refeição prática rica em fibras e proteínas - base do plano alimentar Herbalife.

**Chás:** hidratação + Energia e Termogenia (cafeína) + Efeito antioxidante (fitonutrientes).

**NutreV:** bebida à base de proteína de soja alternativa ao leite.

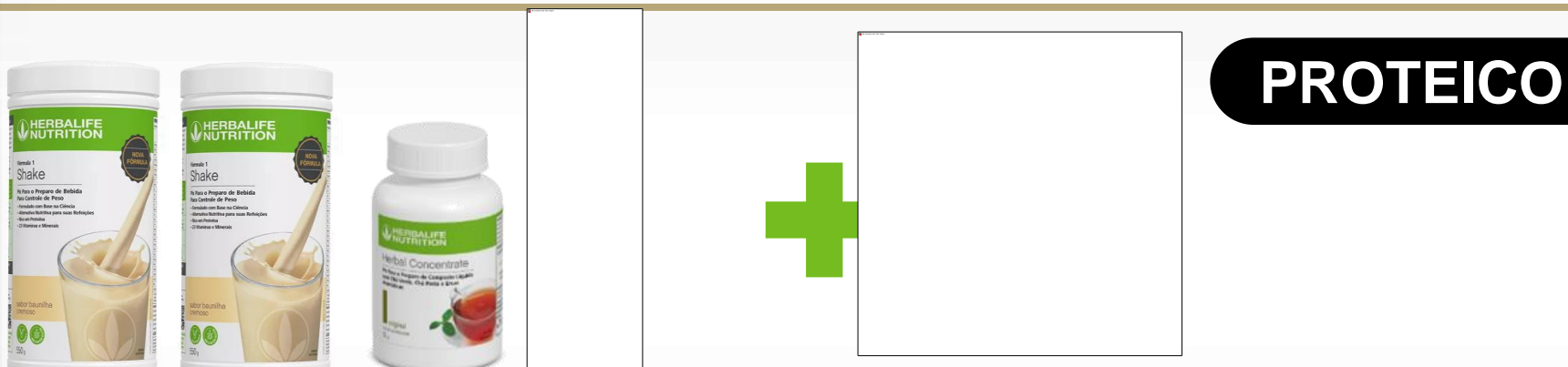
#### INTERME-DIÁRIO



*Idem Básico +*

**Fibras:** auxílio para o bom funcionamento do intestino com baixa caloria + hidratação.

#### AVANÇADO



#### PROTEICO

*Idem Intermediário +*

**Proteína em Pó:** suplementação de proteína para manutenção / ganho de massa muscular.



#### LANCHES

*Idem Intermediário +*

**Barra de Proteína e Açaí Proteico:** lanche proteico que evita picos de fome.



#### BELEZA

*Idem Intermediário +*

**Colágeno VERISOL:** vitaminas e minerais para a saúde da pele, cabelos e unhas + Vitamina D para manutenção de ossos e dentes + Whey Protein para massa muscular.



## PROGRAMAS DE CONTROLE DE PESO

Para informações sobre os produtos Herbalife, consulte o catálogo ou acesse [www.herbalife.com.br](http://www.herbalife.com.br). Leia atentamente o rótulo antes de consumir os produtos.

### **MANTER** Manutenção de peso/massa muscular: equilíbrio de calorias | prática regular de exercícios físicos

#### BÁSICO



**Shake:** refeição prática rica em fibras e proteínas - base do plano alimentar Herbalife.

**NutreV:** bebida à base de proteína de soja alternativa ao leite.

#### INTERME- DIÁRIO



*Idem Básico +*

**Chás:** hidratação + energia e termogenia (cafeína) + efeito antioxidante (fitonutrientes).

**Fibras:** auxílio para o bom funcionamento do intestino com baixa caloria + hidratação.

**Barra de Proteína:** lanche proteico que evita picos de fome.

**Glutamina:** apoio na reparação muscular após atividade física + Reforço do sistema imunológico após períodos intensos de exercício.

#### AVANÇADO



*Idem Intermediário +*

**Herbalifeline:** Ômega-3, auxilia na manutenção de níveis saudáveis de triglicerídeos + Vitamina E, proteção das células contra o estresse oxidativo.



## PROGRAMAS DE CONTROLE DE PESO

Para informações sobre os produtos Herbalife, consulte o catálogo ou acesse [www.herbalife.com.br](http://www.herbalife.com.br). Leia atentamente o rótulo antes de consumir os produtos.

### GANHAR Ganho de massa muscular: dieta hiperproteica e hipercalórica | prática intensa de exercícios de força

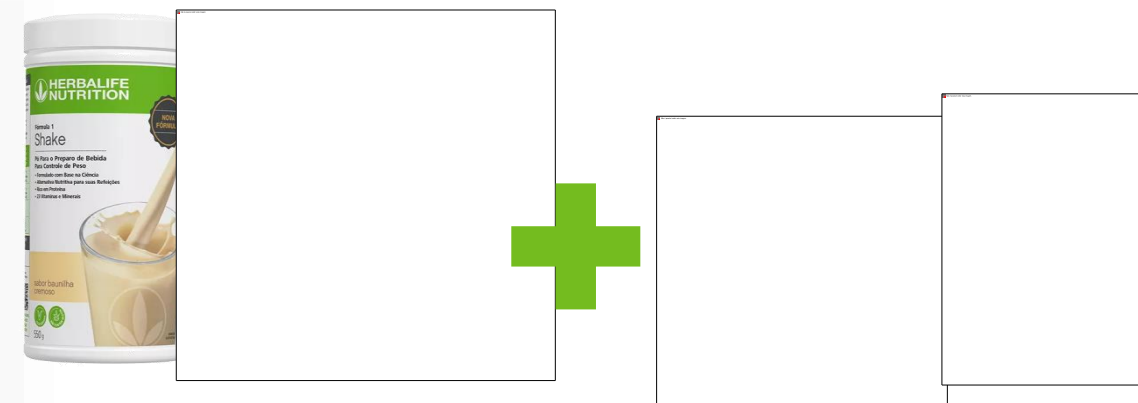
#### BÁSICO



**Shake:** refeição prática rica em fibras e proteínas - base do plano alimentar Herbalife.

**Whey Protein 3W:** pós-treino para formação de músculos e ossos com disponibilização gradual de proteínas + contribui para recuperação muscular pós-exercício.

#### INTERME- DIÁRIO

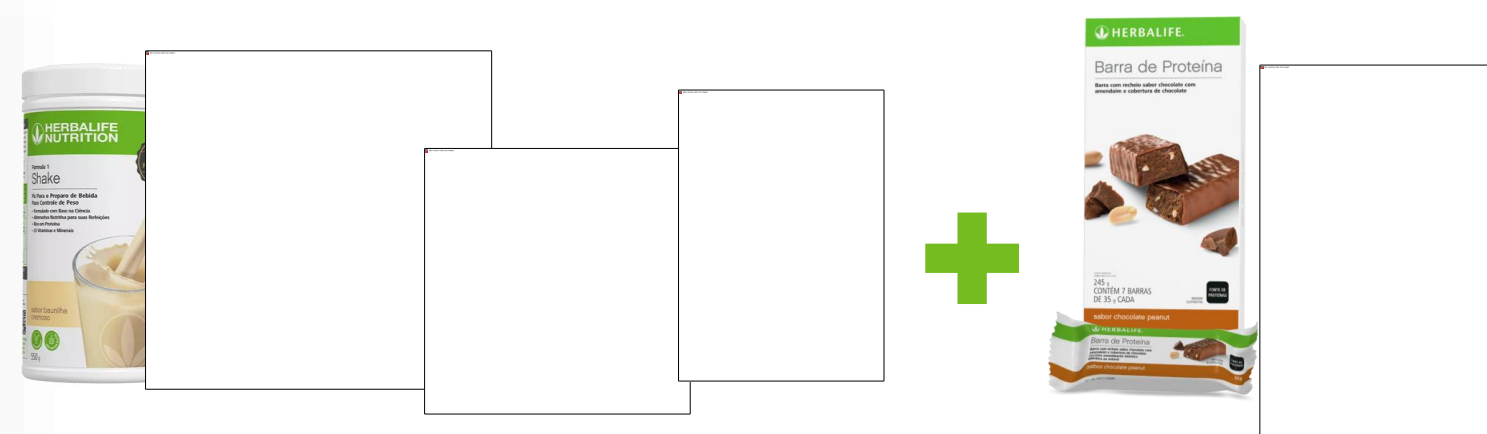


*Idem Básico +*

**Liftoff:** blend exclusivo de cafeína e taurina, funciona como pré-treino oferecendo energia e disposição + Vitaminas do Complexo B auxiliando no metabolismo energético.

**Glutamina:** apoio na reparação muscular após atividade física + reforço do sistema imunológico após períodos intensos de exercício.

#### AVANÇADO



*Idem Intermediário +*

**Barra de Proteína:** lanche proteico que evita picos de fome.

**Protein Crunch:** crisps crocantes para complementar as necessidades de proteína diária - proteína de alto valor biológico para auxiliar no ganho de massa muscular.





# SUPERDICA DOS TOP ANFITRIÕES CHAVE DO SUCESSO O ANFITRIÃO-COACH!

ACOMPANHAMENTO, MOTIVAÇÃO E ORIENTAÇÃO = RELACIONAMENTO = **RESULTADOS!**

Pesquisa realizada com Clientes Premium

“Na sua opinião, qual o fator determinante para fidelização?”

## 1. Relacionamento e acompanhamento com o Distribuidor

## 2. Dicas sobre rotinas alimentares e informação sobre os produtos

Fidelização é o ato de tornar clientes em pessoas fiéis ao seu produto e serviço.

Ao tomar um shake todos os dias, por exemplo, significa que aquela pessoa é fiel ao produto, que está satisfeita com a qualidade do serviço e certamente indicará para outras pessoas.

Opinião dos clientes sobre a **importância da orientação e motivação do Coach** para o consumo de produtos:

**63,7%**  
Muito importante

**7,9%**  
Pouco importante

**25,2%**  
Importante

**3,1%**  
Nada importante



Todos os clientes têm interesse nos produtos, mas é o **relacionamento o maior diferencial do nosso serviço** e isso contribui diretamente no consumo e resultado.



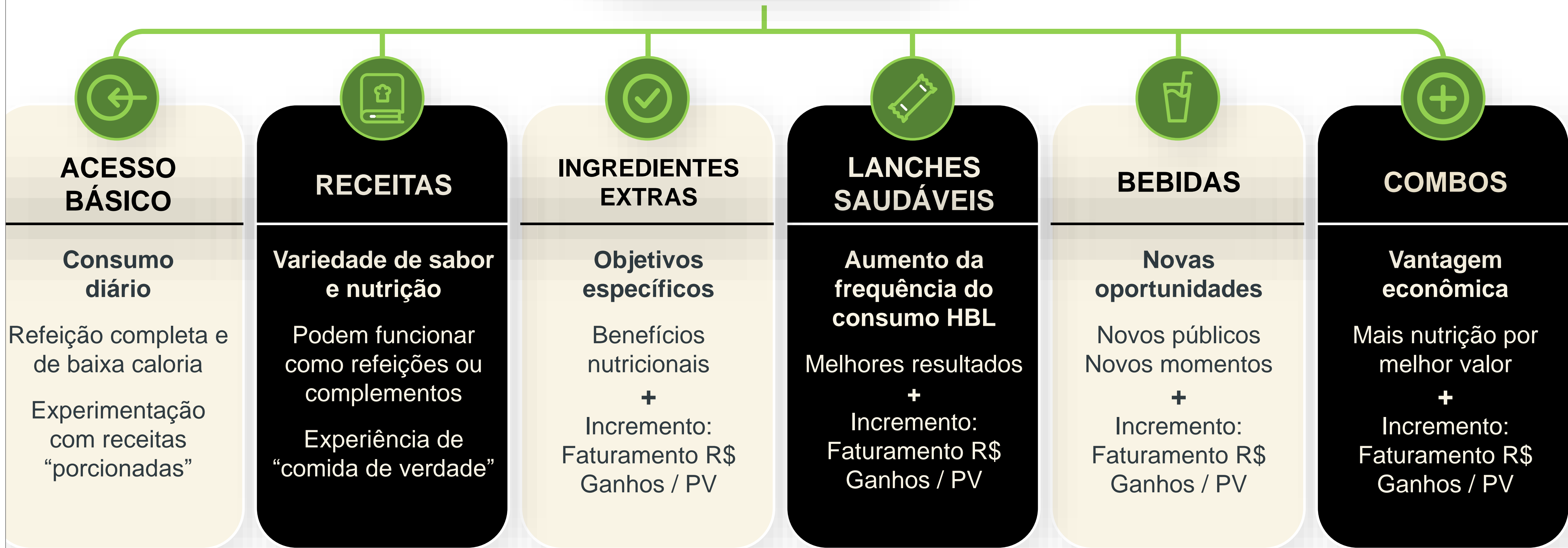
# Índice

4.

**2º Pilar do Anfitrião de Sucesso**  
Estratégia de Acessos e Receitas









## Dica dos Top Anfitriões



- | Enquanto o Anfitrião tem **poucos clientes**, pode **trabalhar sozinho** para reduzir despesas.
- | Conforme **umenta sua carteira de clientes**, pode **adicionar ajudantes** para a cozinha.
- | Dessa forma, poderá trabalhar todas as possibilidades de preparo, **sem perder o contato com seus clientes!**

## REPRESENTAÇÃO GRÁFICA PARA O ANFITRIÃO QUE TRABALHA “SOZINHO”





## INICIANTE

**FOCO: Acessos e itens de simples preparo e produtos fechados**, dado que provavelmente trabalhará sozinho no início

### Exemplos

- | Shakes Batidos
- | Chás
- | Drinks
- | Lanches Saudáveis
- | Receitas Simples

## INTERMEDIÁRIO

**FOCO: Acessos + Receitas Simples + Pacotes de Produto Fechado**, já podendo contar com ajudantes no EVS

### Exemplos

- | Shakes Batidos, Chás, Drinks
- | Lanches Saudáveis
- | Receitas um pouco mais elaboradas
- | Pacotes de Produtos Fechados que não envolvam trabalho muito complexo de transformação corporal.

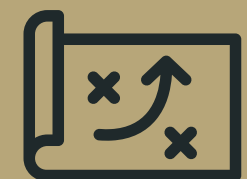
## AVANÇADO

**FOCO: Todos Acessos e Receitas + Pacotes de Produtos Fechados + Programas de Transformação Corporal**

Neste estágio é extremamente recomendável o uso de ajudantes no EVS

### Exemplos

- | Todos os itens disponíveis
- | Programas de Transformação Corporal de todos os estágios, incluindo ganho de massa muscular



## ESTRATÉGIA DE ACESSOS E RECEITAS

**A estratégia correta deverá levar em conta alguns aspectos:**

Complexidade de preparo, tempo na cozinha, se trabalha sozinho ou possui ajudantes, se tem conhecimento suficiente.

## Desenvolvimento do Anfitrião

Conforme o negócio do Anfitrião cresce **conquistando mais clientes**, pode trazer **ajudante(s) para seu EVS** e assim trabalhar todas as possibilidades em termos de produtos – **ciclo virtuoso +OPÇÕES +CLIENTES +GANHOS R\$**

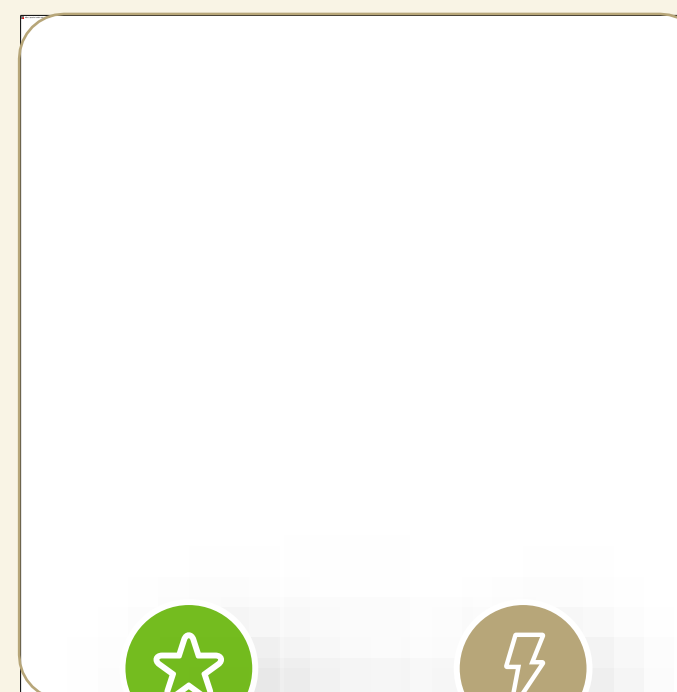


# Estratégia de Acessos e Receitas

## que são e para que servem?

Opção  
Doce

Shake preparado  
com NutreV



**1,54**

PV/porção



**207**

kcal

Herbal Concentrate



**0,61**

PV/porção



**5**

kcal

N-R-G



**0,24**

PV/porção

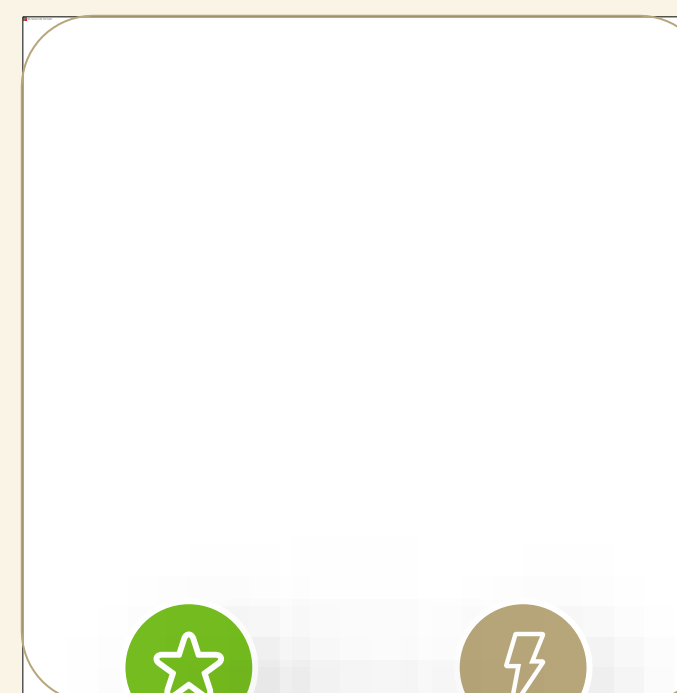


**0**

kcal

Opção  
Salgada

Nutri Soup preparada com  
leite semidesnatado



**1,57**

PV/porção



**202**

kcal

Herbal Concentrate



**0,61**

PV/porção



**5**

kcal

N-R-G



**0,24**

PV/porção



**0**

kcal



## Estratégia de Acessos e Receitas

### O que são e para que servem?

- Os ingredientes extras podem servir para **diferentes finalidades nutricionais** e podem dar um **“boost”** em seu acesso!
- Sempre ofereça ingredientes adicionais** aos seus clientes para **gerar a experimentação** e **aumentar suas vendas!**
- É importante também **conhecer as necessidades e objetivos** dos seus clientes para **oferecer as corretas opções nutricionais!**

### TURBINANDO SEU ACESSO!

**+NUTRIENTES +RESULTADO**  
**+GANHOS R\$ +PONTOS DE VOLUME**

\* Porção recomendada no modo de uso do rótulo

# INGREDIENTES EXTRAS

## FIBRAS

Melhor digestão e funcionamento do intestino.



Fibra Líquida



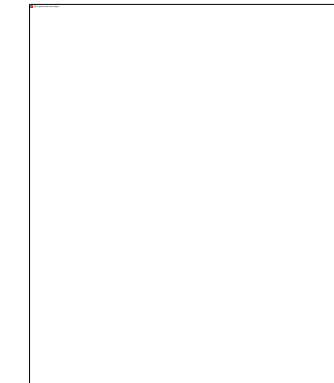
**0,66**

PV/porção\*



**6**

Kcal/porção\*



Fibra em pó



**0,38**

PV/porção\*



**15**

Kcal/porção\*

## COLÁGENO

Cuidados para pele, cabelo e unha.



**1,35**

PV/porção\*

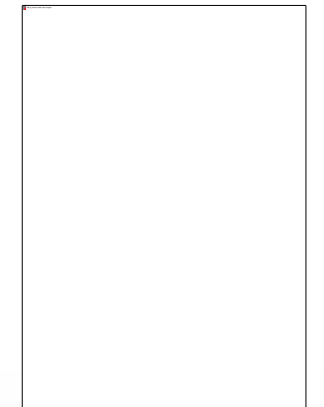


**43**

Kcal/porção\*

## LIFTOFF

Cafeína e Taurina para um boost na sua energia!



**1,32**

PV/porção\*

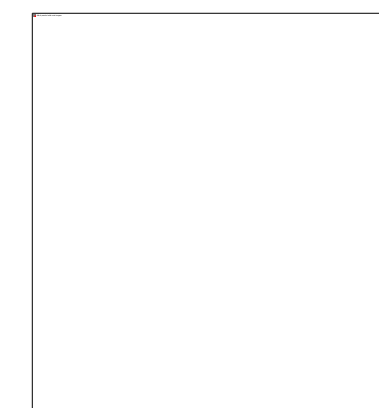


**15**

Kcal/porção\*

## PROTEÍNAS

O macronutriente mais importante para construção de massa magra!



Proteína em pó



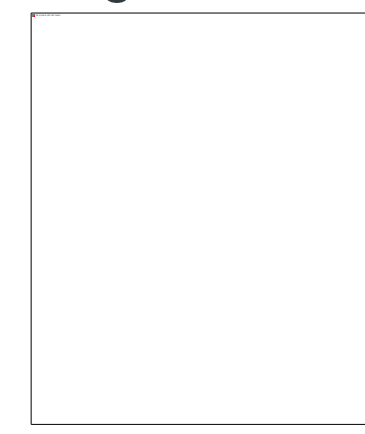
**0,47**

PV/porção\*



**44**

Kcal/porção\*



Protein Crunch



**0,80**

PV/porção\*



**36**

Kcal/porção\*

## GLUTAMINA E CR7 DRIVE

Suplementação esportiva para quem busca alto rendimento em seu dia a dia



**0,30**

PV/porção\*



**20**

Kcal/porção\*



**0,83**

PV/porção\*



**100**

Kcal/porção\*



## Estratégia de Acessos e Receitas

# COMBINAÇÃO INGREDIENTES EXTRAS

### FIBRAS

Melhor digestão e funcionamento do intestino



### COLÁGENO

Cuidados para pele, cabelo e unha

### LIFTOFF

Cafeína e Taurina para mais energia

### PROTEÍNAS

O macronutriente mais importante para construção de massa magra



### GLUTAMINA E CR7 DRIVE

Suplementação esportiva para quem busca alto rendimento em seu dia a dia

### WHEY PROTEIN 3W

Contribui para a recuperação muscular pós-exercício

### TRI CORE PROTEIN BLEND

Reconstrução e crescimento muscular



## Dica dos Top Anfitriões

Ao acrescentar ingredientes extras ao shake ou aos chás, você irá oferecer ao seu cliente:

**+ Nutrição**  
**+ Resultados**

E você terá:

**+ Pontos de Volume**  
**+ Ganhos R\$**



## O que são e para que servem?

aumentar seu PV por  
acesso / Ticket Médio.



### Dica dos Top Anfitriões

As receitas são ferramentas fantásticas, tome cuidado apenas para que ela não desvirtue seus **dois focos principais:**



**Garantir um bom resultado de produto para seu cliente.**  
Cuidado com as calorias adicionadas!



**Aumentar seus ganhos R\$ e pontos de volume na Herbalife.**



Para o seu cardápio, você deve considerar 3 aspectos:

## PRATICIDADE

Foque em poucas receitas para que você fique expert no preparo, economizando tempo na cozinha e tendo mais tempo para conversar com os participantes do seu EVS.

### O que você ganha?

- | Mais agilidade na cozinha, se preparando para atender um número maior de clientes.
- | Mais economia, pois você poderá comprar quantidades maiores dos mesmos itens no atacado.
- | Mais tempo para ser um Anfitrião Coach.
- | Mais qualidade de vida.

### O que o seu cliente ganha?

- | Um Anfitrião com mais tempo, energia e disposição para ser um verdadeiro Coach do bem-estar.

## ATRATIVIDADE

Invista em receitas em que você utiliza uma mesma base, mas pode variar os sabores a cada dia no seu EVS. A pizza, o muffin e a panqueca permitem muitos sabores diferentes e saudáveis.

### O que você ganha?

- | Mais variedade diária em seu EVS, mas sem ter que se esforçar criando e testando receitas novas a todo o momento.

### O que o seu cliente ganha?

- | Um cardápio com sabores diversos, estimulando a ida constante ao EVS.

## CRESCIMENTO NA HBL

Privilegie receitas com mais pontos de volume. Para isso, utilize receitas com a maior quantidade possível de produtos Herbalife na composição.

### O que você ganha?

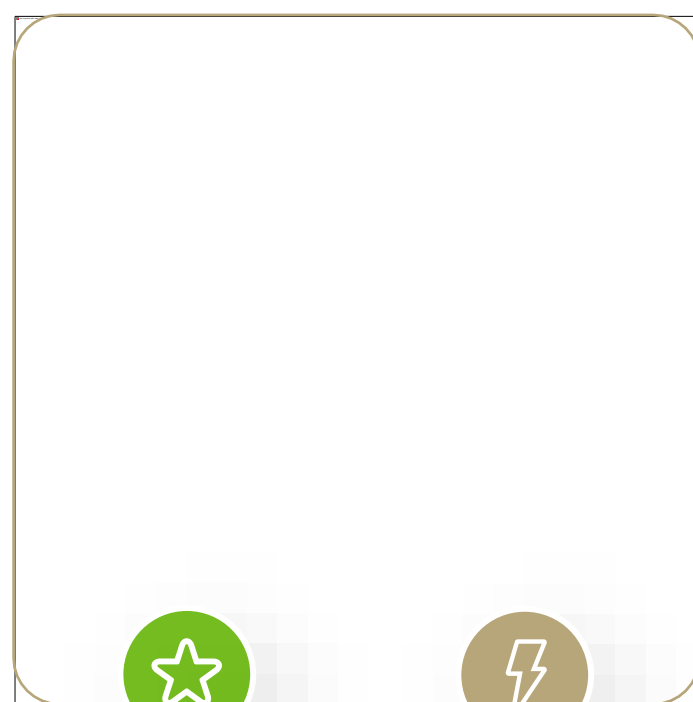
- | Um crescimento mais rápido dentro do Plano de Marketing.
- | Conquistar promoções e viagens nacionais e internacionais.





## Refeições | Opções salgadas

**PANQUECA**  
Nutri Soup



**2,09**

PV/receita

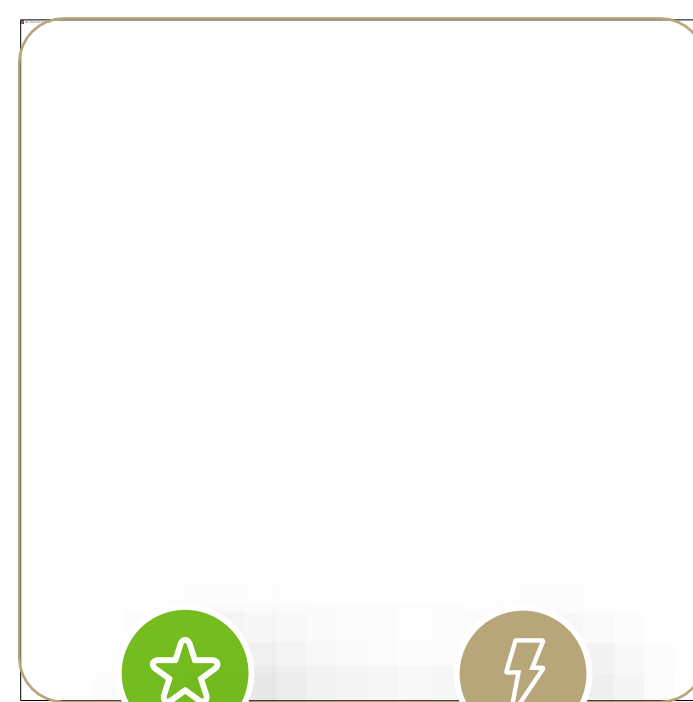
**280**

Kcal/porção

FONTE DE FIBRAS

PROTEICA

**TORTA DE FRANGO**  
Nutri Soup + NutreV +  
Protein Powder



**2,51**

PV/receita

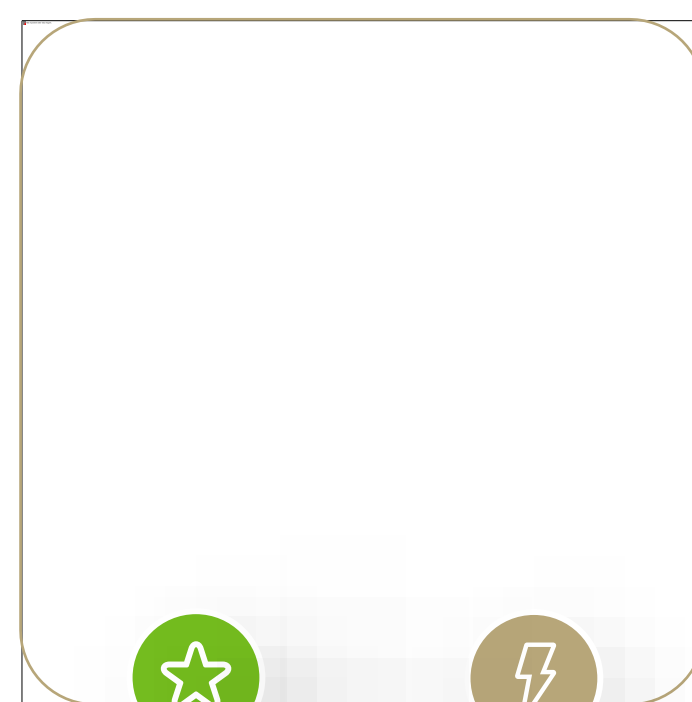
**251**

Kcal/porção

FONTE DE FIBRAS

PROTEICA

**ESCONDIDINHO**  
Nutri Soup +  
Protein Powder



**2,01**

PV/receita

**220**

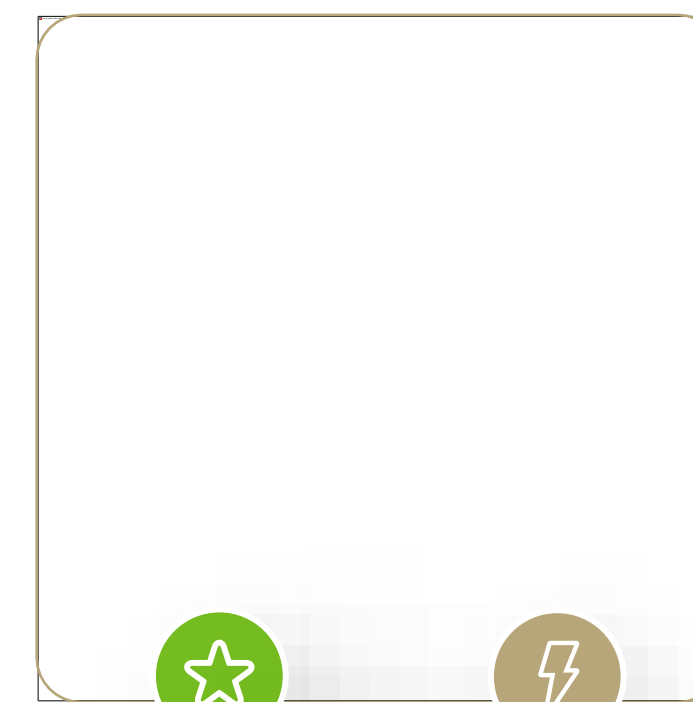
Kcal/porção

FONTE DE FIBRAS

PROTEICA

## Lanches Saudáveis

**PÃO DE QUEIJO**  
NutreV +  
Protein Powder



**1,58**

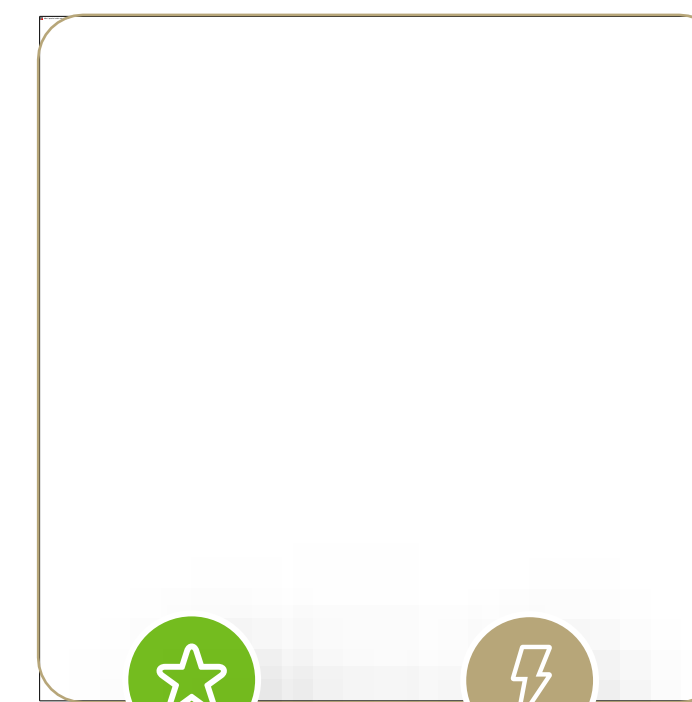
PV/receita

**119**

Kcal/porção

FONTE DE PROTEÍNA

**QUEIJADINHA**  
Shake +  
NutreV



**3,08**

PV/receita

**107**

Kcal/porção

FONTE DE PROTEÍNA

Critério

Mínimo de 10g de  
proteína por porção

Mínimo de 5g de  
proteína por porção

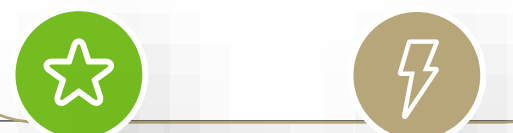
Mínimo de 5g de fibra  
por porção

Mínimo de 2,5g de  
fibra por porção



## Refeições | Opções doces

**SHAKE  
COM CALDA**  
Shake + NutreV

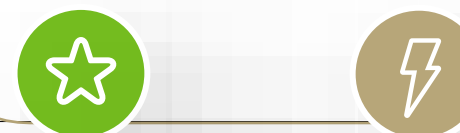


**1,74** | **275**  
PV/receita | Kcal/porção

ALTO EM FIBRAS

PROTEICA

**TAÇA DA  
FELICIDADE**  
Shake + NutreV

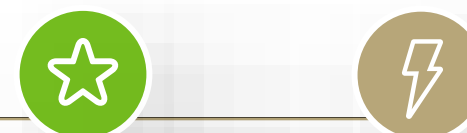


**2,33** | **287**  
PV/receita | Kcal/porção

ALTO EM FIBRAS

PROTEICA

**PÃO DE MEL**  
Shake + NutreV +  
Protein Powder



**3,25** | **196**  
PV/receita | Kcal/porção

FONTE DE FIBRAS

PROTEICA

**BOMBOM**  
Shake + NutreV



**3,63** | **76**  
PV/receita | Kcal/porção

**OPÇÃO DOCE OU  
SALGADA**



**2,15** | **222**  
PV/receita | Kcal/porção

FONTE DE FIBRAS

PROTEICA

## Waffle – O “coringa”

**O Waffle é um  
coringa no seu  
cardápio!**

Com a mesma  
receita de Waffle,  
você tem uma base  
para diferentes  
opções no seu  
cardápio.

Você pode fazer o  
Waffle na versão  
doce (com Shake)  
ou Salgada (com  
Nutri Soup).

Critério

Mínimo de 10g de  
proteína por porção

Mínimo de 5g de  
proteína por porção

Mínimo de 5g de fibra  
por porção

Mínimo de 2,5g de  
fibra por porção



SUPERDICA DOS TOP ANFITRIÕES  
**CHAVE DO SUCESSO**  
USE PREDOMINANTEMENTE PRODUTOS  
HBL EM SUAS RECEITAS!



**GARANTIA DE RESULTADO NUTRICIONAL E FINANCEIRO!**

**O que você ganha?**

- | Com bom resultado de produtos, saúde ou transformação corporal dos clientes, **mais fidelização e mais indicações.**
- | Com mais indicações, **mais recrutamento.**
- | E resultado direto de mais produtos Herbalife nas receitas > **PV / acesso + qualificações e crescimento no Plano de Marketing.**

**O que o seu cliente ganha?**

- | Garantia de um bom resultado de produto – **alta densidade nutricional = + nutrientes, calorias controladas.**



## Estratégia de Acessos e Receitas

### O que são e para que servem?

- Os lanches saudáveis podem servir para manter o cliente **focado nos seus resultados em diferentes momentos do dia.**
- São ótimas opções para **levar para casa e/ou para o trabalho**, mas também podem servir como **sobremesa ou complemento de uma refeição no Espaço.**
- Além de ofertar frequentemente, procure deixar os **lanches saudáveis à mostra para maior praticidade do cliente.**

**COMPLEMENTANDO O ACESSO...  
CRIANDO NOVOS MOMENTOS DE  
CONSUMO E “MANTENDO O FOCO”!**

\* Porção recomendada no modo de uso do rótulo

# LANCHES SAUDÁVEIS

## BARRAS DE PROTEÍNA

Barras de 35g



**1,45**  
PV/porção\*



**139**  
Kcal/porção\*



## AÇAI PROTEICO



**5,17**  
PV/porção\*



**184**  
Kcal/porção\*



## SOPA LANCHE



**1,31**  
PV/porção\*



**91**  
Kcal/porção\*



### O que são e para que servem?

**AUMENTE A FREQUÊNCIA DE VISITAS AO EVS –  
USE OS DIFERENTES BENEFÍCIOS PARA SUGERIR NOVOS  
HÁBITOS DE CONSUMO. POR EXEMPLO:**



| Bebidas que **umentam sua energia** e disposição para **antes de um treino ou dia de trabalho.**



| Bebidas com **fibras** para melhorar a digestão **após refeições mais “pesadas”** ou quando se sentir **“inchado”.**



| Bebidas com **CR7** para **recuperação pós-treino!**



| Bebidas **proteicas** para ajudar no **ganho de massa muscular!**



| Bebidas com **glutamina** para **reforço do sistema imunológico!**



| Bebidas com **colágeno** para **rejuvenescimento da pele.**



| Bebidas **refrescantes** para **dias quentes!**



**OPORTUNIDADE!**

**+Clientes +Visitas +Retenção =  
+Ganhos R\$ +Ticket Médio +Pontos de Volume**



## Bebidas com baixíssimas calorias!

## Bebidas com NutreV e Açaí Proteico são opções nutritivas e refrescantes!

ENERGY DRINK Herbal + N-R-G	SLIM DRINK Herbal+ Fiber Concentrate	DRINK DA BELEZA Beauty Booster+ Fiber Concentrate	BEBIDA FIT NutreV + Herbal + Fiber Concentrate	AÇAÍ MIX Açaí + Herbal Fiber Concentrate	TURBO AÇAÍ Açaí + CR7 Drive
<b>1,70</b> PV/porção	<b>1,66</b> PV/receita	<b>1,11</b> PV/receita	<b>2,38</b> PV/receita	<b>5,13</b> PV/receita	<b>1,71</b> PV/receita
<b>17</b> Kcal	<b>25</b> Kcal	<b>27</b> Kcal	<b>110</b> Kcal	<b>114</b> Kcal	<b>96</b> Kcal

ALTO EM FIBRAS

ALTO EM FIBRAS

FONTE DE PROTEÍNA

FONTE DE PROTEÍNA

Critério

Mínimo de 10g de proteína por porção

Mínimo de 5g de proteína por porção

Mínimo de 5g de fibra por porção

Mínimo de 2,5g de fibra por porção



## Bebidas com Liftoff para um boost em sua energia!

### LIFTOFF BOOSTER

Liftoff + Beauty B.  
+ Herbal



**2,60**

PV/porção



**41**

Kcal

### LIFTOFF SUNSET

Liftoff +  
Fiber Concentrate



**2,42**

PV/receita



**28**

Kcal

### LIFTOFF GRAPE ICE

Liftoff + Fiber C. +  
N-R-G



**2,00**

PV/receita



**22**

Kcal

## Bebida com Fiber Immune para sua imunidade!

### SHOT DA IMUNIDADE

Fiber Concentrate Immune +  
Herbal Concentrate + Glutamina



**1,57**

PV/receita



**51**

Kcal



## O que são e para que servem?

### Vamos olhar um exemplo de como aplicar a estratégia dos combos!

Abaixo “preços ilustrativos” e **PVs aproximados** para os diferentes itens individualmente.

*(os Distribuidores são livres para praticar o preço que quiserem)*

#### Principal

Shake, Sopa ou Receita

Shake, Pudim, Sopa, Waffle,  
etc

R\$20,00

1,0PV

#### Chá nº1

Herbal Concentrate

Sabores

R\$5,00

0,3PV

#### Chá nº2

N-R-G

Sabores

R\$5,00

0,3PV

#### Drinks

Diversos

Sunset, Turbo Mix, Slim,  
Energy, etc

R\$15,00

1,5PV

#### Sobremesas

Diversas

Pão de Mel, Muffin,  
Bombom, Trufa, etc

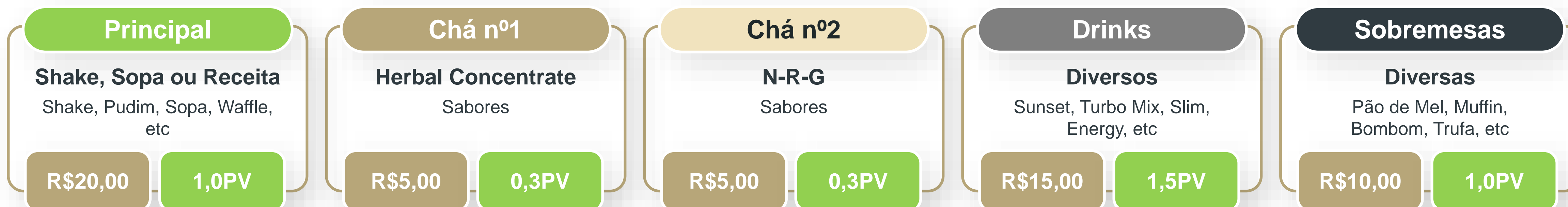
R\$10,00

1,0PV



# Estratégia de Acessos e Receitas

“preços ilustrativos” PVs aproximados



	Preço Individual	Preço “no combo”	Economia para o cliente	Ganhos para o Anfitrião	
				Ticket Médio R\$ % vs Acesso Simples	Pontos Volume % vs Acesso Simples
<b>Acesso Básico</b> Principal Chá nº1 Chá nº2	R\$ 30	R\$ 22	R\$ 8 <b>-27%</b>	-	1,6 PV
<b>Combo de 2</b> Principal Drinks	R\$ 35	R\$ 25	R\$ 10 <b>-29%</b>	+14%	2,5 PV <b>+56%</b>
<b>Combo de 3</b> Principal Drinks Sobremesa	R\$ 45	R\$ 29	R\$ 16 <b>-36%</b>	+32%	3,5 PV <b>+119%</b>

Mais nutrição pelo melhor valor para o cliente = Mais ganhos R\$ e Pontos de Volume para você



## USANDO OS ACESSOS PARA CRESCER NO PLANO DE MKT

QUANTO MAIS PONTOS DE VOLUME SEU ACESSO POSSUI, MAIS FÁCIL FICA PARA CRESCER NO PLANO DE MARKETING DA HBL

Pontos de Volume por Acesso = Total de Pontos de Volume / Qtd Total de Acessos

Hoje, a **média de Pontos de Volume por Acesso** no Brasil é **1,5 PV**

Quantidade de Pontos de Volume necessária **para ser ATIVO** **2.500 PVs**

**Para ser ATIVO**, seriam necessários = **1.667 acessos / mês** ou **76 acessos / dia** (22 dias)

## Simulando diferentes perfis de eficiência – “Esforço” para ser ativo!

(considerando apenas a venda dos acessos)

**1,0 PV / acesso**

**Acessos para ser ativo**

**2.500** por mês

**114** por dia

Padrão abaixo da média Brasil



**1,5 PV / acesso**

**Acessos para ser ativo**

**1.667** por mês

**76** por dia

Padrão “Bronze” eficiência



**2,5 PV / acesso**

**Acessos para ser ativo**

**1.000** por mês

**45** por dia

Padrão “Prata” eficiência



**3,5 PV / acesso**

**Acessos para ser ativo**

**714** por mês

**32** por dia

Padrão “Ouro” eficiência





# Estratégia de Acessos e Receitas

Quantidade de Pontos de Volume necessária para ser **ATIVO**  
**2.500 PVs**

Hoje, a **média de Pontos de Volume** por Acesso no Brasil é **1,5 PV**



Convertendo **30% dos acessos** para clientes **Produto Fechado**

**1,5 PV / acesso**

Acessos para ser ativo

**1.667**  
por mês

**76**  
por dia

**30% Clientes PF + 1,5 PV / acesso**

Clientes PF

23 clientes  
1.219 PV\*

Acessos para ser ativo

**854**  
por mês

**39**  
por dia

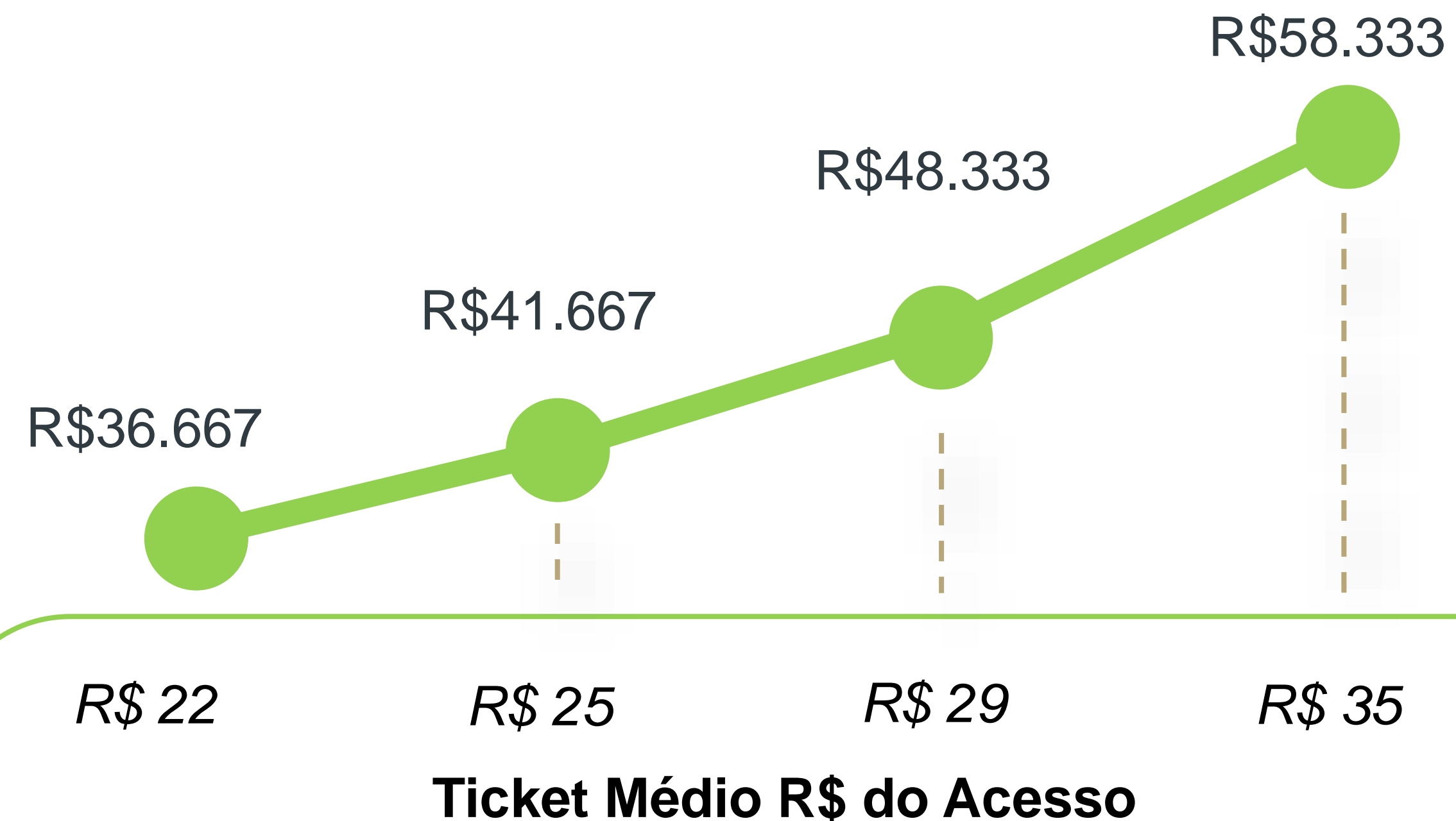




## Dica dos Top Anfitriões

Para aumentar seu faturamento mensal, **além de sempre procurar novos clientes**, o Anfitrião pode se utilizar de diversos recursos para **aumentar seu ticket médio R\$**, como: *Ingredientes Extras, Lanches Saudáveis, Novas Receitas, Combos, etc.*

## Faturamento Mensal R\$



Simulação na mesma quantidade de clientes, mas **Ticket médio R\$ mais alto**



## Estratégia de Acessos e Receitas

SKU	Produto	Ranking	% Vendas	% Vdas Acc
059K	Herbal Concentrate Original 102g	1	6%	6%
3144	Shake Chocolate Sensation 550g	2	6%	12%
0940	Shake Doce de Leite 550g	3	6%	18%
2140	Fiber Concentrate Uva 450ml	4	5%	23%
306B	NutreV pack 10 unidades	5	4%	27%
0953	Shake Morango Cremoso 550g	6	4%	31%
0146	Shake Cookies 'n Cream 550g	7	4%	35%
0951	Shake Baunilha Cremoso 550g	8	4%	39%
0065	Herbalifeline® 90 Cápsulas 73g	9	4%	42%
057K	N-R-G em Pó Original 100g	10	3%	46%
2122	Bigger Shake Doce de Leite	11	3%	49%
0945	Fiber Concentrate Manga 450ml	12	3%	52%
004K	Bigger Herbal Concentrate	14	3%	55%
0246	Pó Suplemento Pó de Proteína 480g	15	3%	58%
0925	Shake Paçoca 550g	17	2%	60%
060K	Herbal Concentrate Original 50g	18	2%	63%
0748	Nutri Soup Frango com Legumes 416g	19	2%	65%
023K	Shake Café Cremoso 550g	20	2%	67%

## 20 PRODUTOS QUE MAIS TRAZEM PONTOS

70% DAS VENDAS!

Base YTD'22

### Dica dos Top Anfitriões



- ! Ao fazer o seu pedido de compras, o Anfitrião deve se atentar aos **itens com maior giro de vendas**, mas também àqueles que podem proporcionar **maior rentabilidade ao seu Espaço**.
- ! Como por exemplo, as **embalagens Bigger para shakes e chás**.





# EMBALAGENS BIGGERS!

Mais economia = mais lucro



Veja a economia por porção**	Embalagem regular	Bigger	
<b>Shakes</b> Doce de Leite, Morango e Baunilha	R\$ 5,33	R\$ 4,75	-11%*
<b>Herbal Concentrate</b> Original	R\$ 2,77	R\$ 2,47	-11%*
<b>N-R-G</b> Guaraná Tropical	R\$ 1,10	R\$ 0,98	-11%*

**11% DE ECONOMIA PARA O SEU EVS!**

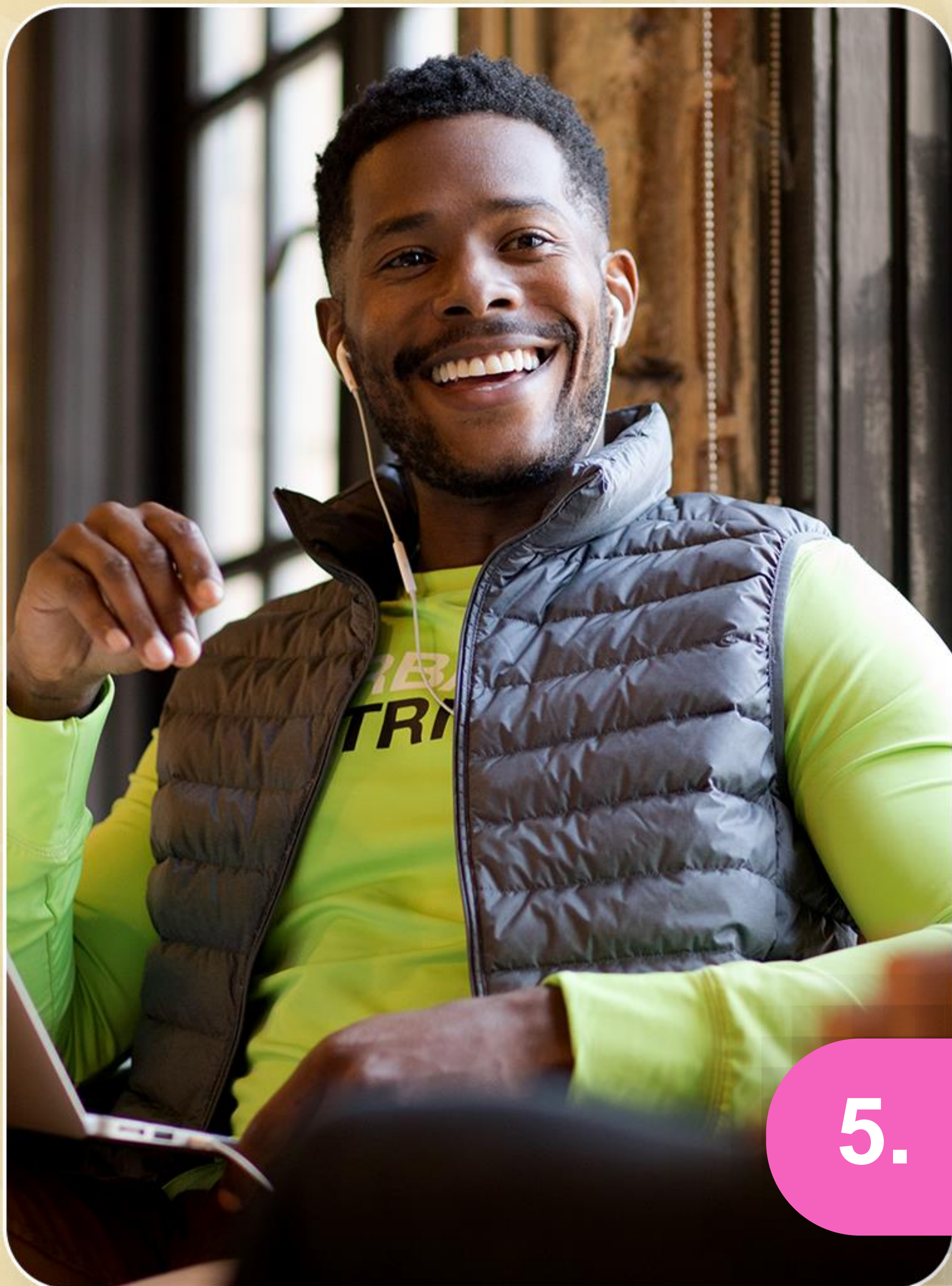
\*% de economia vs embalagem regular \*\*Referência Supervisor Estado de São Paulo



# Índice

5.

**3º Pilar do Anfitrião de Sucesso**  
Controle dos Números





## INICIANTE

Controle das **informações básicas** do seu EVS – faturamento mensal e custo fixo.

- | Preenchimento e Fechamento do Mapa Diário
- | Nº acessos, clientes, repetidores e novos
- | Novos Distribuidores e novos EVS
- | Pontos de Volume e Estoque
- | Lucro Bruto dos Produtos Vendidos
- | Custo Fixo e Lucro Líquido

## INTERMEDIÁRIO

Controle de informações mais avançadas. Ex: **qtd. acessos, clientes novos, produto fechado, dias de maior faturamento.**

- | Pontos de Volume dos Acessos e Produto Fechado
- | Lucro Bruto e Líquido de Acessos e Produto Fechado
- | Clientes de Acessos e Produto Fechado

## AVANÇADO

Controle de informações de "**eficiência**" como: **PV / acesso, ticket médio R\$, relação Lucro Bruto versus Custo Fixo.**

- | Clientes movimentados em cada ferramenta
- | PVs e Ganhos R\$ por tipo de Ferramenta
- | Gerenciamento do Ponto de Volume por acesso

### Desenvolvimento do Anfitrião


Com o crescimento e maiores ganhos, **maior a necessidade de controlar seus números**. O Anfitrião "avançado" pode determinar quais são as **ferramentas mais eficazes** para diferentes métricas do negócio – **vendas e ganhos em R\$, produtividade PV, fidelização e recrutamento.**




**CONTROLE DOS NÚMEROS**



 Número de **participantes**

 **Novos clientes**

 **Vendas** em R\$ e  
vendas em VP


 **Ticket médio** e  
VP por cliente / acesso


 **Ganhos brutos R\$ /**  
por acesso / cliente

 **Ganhos brutos R\$** de produto  
fechado e acessos

 **Estoque**

 **Novos Distribuidores**

 **EVS duplicados**

 **Lucro Líquido e Custos Fixos**  
(DRE – demonstrativo de  
resultados)

## Dica dos Top Anfitriões



- | **Comece acompanhando as informações mais básicas**, elas vão te mostrar se o seu negócio está indo de acordo com seu planejamento.
- | Conforme se desenvolve, **comece a controlar indicadores mais avançados**, como **quantidade de clientes por ferramenta de venda** ou **lucro por tipo de produto vendido**.



# MAPA

## O que é o Mapa?

Documento em que o Anfitrião **anota suas operações diárias de vendas, controle de estoque e ganhos com acessos e produto fechado.**

## A IMPORTÂNCIA DO MAPA E O SEU PREENCHIMENTO E FECHAMENTO DIÁRIO

O MAPA permitirá ao Anfitrião:

- | Saber se as metas traçadas estão sendo alcançadas.
- | Saber se o negócio está evoluindo.
- | Corrigir rotas e melhorar o planejamento e gerenciamento do seu EVS!
- | Obs.: além do fechamento diário, o Anfitrião deverá fazer o **acompanhamento semanal e mensal das suas vendas, ganhos e estoque.**



1.

**Registro Diário de Acessos e Extras**

2.

**Registro Diário de Vendas  
(Produto Fechado)**

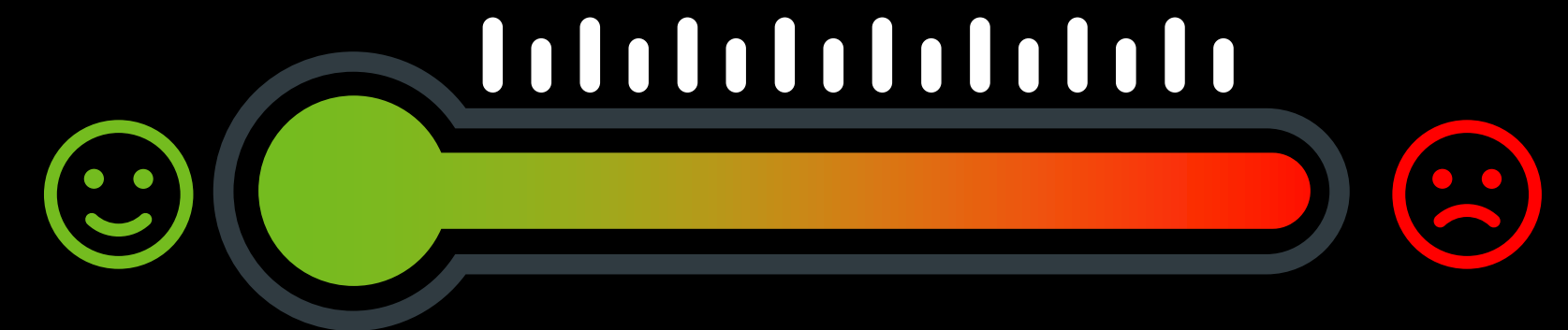
3.

**Resumo Mensal de Vendas  
(Acessos + Vendas)**

4.

**Resumo Mensal de Lucros Totais**

O MAPA é o  
“Termômetro” do EVS

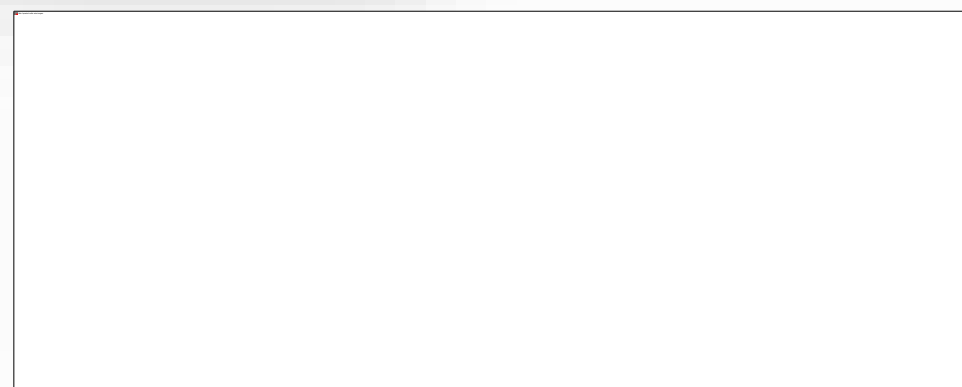
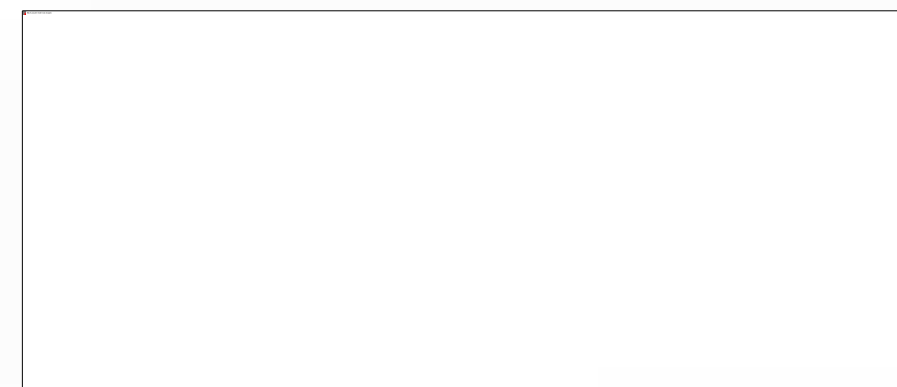


Ele indica se o negócio vai bem, se está em evolução ou se está “doente” e precisa de algum “tratamento”.



## APLICATIVO HN POWER

GESTÃO – AGILIDADE – RESULTADOS



Com Engaje, seus clientes podem:



FAÇA O DOWNLOAD  
DO HN POWER EM:  
*hrbl.me/hnpower*

ACESSE OS TUTORIAIS  
DO HN POWER EM:  
*hrbl.me/hnpowertutoriais*

### Dica dos Top Anfitriões





Investir um tempo para configuração do cardápio de seu **EVS** no aplicativo poderá trazer mais eficiência no controle das suas vendas, bem como um grande diferencial de relacionamento com seus clientes.





# A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE METAS

Baseado em perguntas como essas, você pode definir suas metas:

-  | Onde quero chegar no plano de Marketing da Herbalife?
-  | Quais promoções gostaria de ganhar?
-  | Quanto gostaria de lucrar por mês?
-  | Quais os custos e desp preciso pagar?

Detalhando seu plano de metas:

- | Para ter 25 acessos/clientes por dia, **quantos convites preciso fazer?** Quantos **posts** em mídia social preciso fazer?
- | Mesmo raciocínio para **venda de Produto Fechado** – quantas Autoavaliações do Bem-Estar diárias preciso fazer para vender X?
- | Para **duplicação de EVS** – para quantas pessoas preciso apresentar semanalmente a oportunidade de negócio?



## Exemplo 1

**Objetivo | Quero me manter ativo!**

Para ter 2.500 PVs por mês, **quantos acessos preciso vender?**

**2.500 PV/mês**

PV por acesso	Qtd acessos por mês	Dias trabalhados no mês	Quantidade de acessos diários
<b>2,0</b>	<b>1.250</b>	<b>22</b>	<b>57</b>

## Exemplo 2

**Objetivo | Quero me manter ativo!**

Para ter 2.500 PVs por mês, **quantos pacotes de produto fechado preciso vender?**

**2.500 PV/mês**

PV por pacote	Qtd pacotes por mês	Dias trabalhados no mês	Quantidade pacotes / dia
<b>53</b>	<b>48</b>	<b>22</b>	<b>3</b>

## Exemplo 3

**Objetivo | Quero ter R\$6mil de lucro bruto / mês**

**Quantos acessos preciso vender?**

Lucro Bruto R\$ por acesso	Qtd acessos por mês	Dias trabalhados no mês	Quantidade de acessos diários
<b>11,00</b>	<b>545</b>	<b>22</b>	<b>25</b>

## Exemplo 4

**Objetivo | Quero ter R\$6mil de lucro bruto / mês**

**Quantos pacotes de produto fechado preciso vender?**

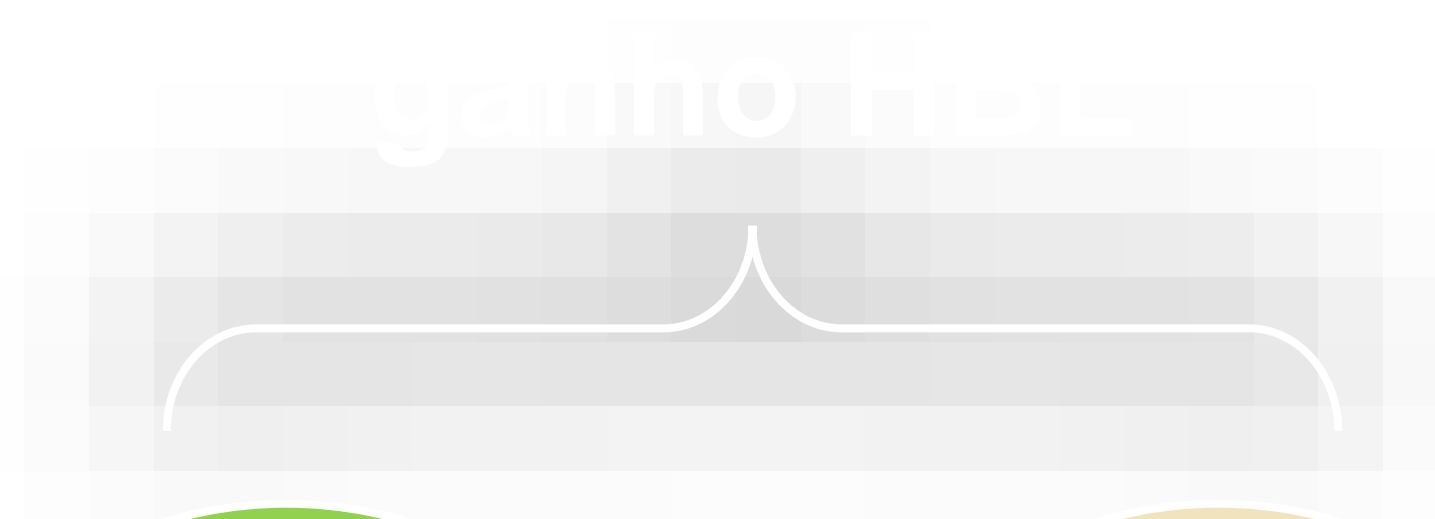
Lucro Bruto R\$ por pacote	Qtd pacotes por mês	Dias trabalhados no mês	Quantidade pacotes / dia
<b>150,00</b>	<b>40</b>	<b>22</b>	<b>2</b>



**Dica dos Top Anfitriões**

Quanto mais **detalhado** seu plano de metas, melhor você gerencia seu negócio e **umenta as chances de melhorar seus resultados!**





**Dinheiro  
Imediato  
Vendas**

**Dinheiro  
Grande  
Royalties  
e Bônus**

**Varejo - venda de acessos e extras no EVS**

**Varejo - venda de produtos fechados /  
programas de controle de peso**

**Da diferença de atacado de Distribuidores e  
Clientes Premium**

**Dos Royalties  
(Supervisores até 3º nível)**

**Dos Bônus de Produção  
(até infinito)**



## LUCRO BRUTO

## LUCRO LÍQUIDO

### LUCRO BRUTO R\$

Faturamento das Vendas R\$ \_\_\_\_\_ **R\$6.000**

**Custos Variáveis R\$** \_\_\_\_\_ **R\$3.000**  
Custo com os produtos vendidos

**Lucro Bruto** \_\_\_\_\_ **R\$3.000**

**Lucro Bruto%** \_\_\_\_\_ **50%**  
Lucro Bruto R\$ dividido pelo **Faturamento das Vendas**

### LUCRO LÍQUIDO R\$

Lucro Bruto R\$ \_\_\_\_\_ **R\$3.000**

**Custos Fixos R\$** \_\_\_\_\_ **R\$1.000**  
Aluguel, condomínio, água, energia, funcionário

**Lucro Líquido** \_\_\_\_\_ **R\$2.000**

**Lucro Líquido%** \_\_\_\_\_ **33%**  
Lucro Líquido R\$ dividido pelo **Faturamento das Vendas**



### A importância de “controlar” seus custos fixos.

Os custos fixos podem variar bastante dependendo de diversos fatores.

Uma projeção de vendas assertiva ajudará a **estabelecer qual o valor máximo que o Anfitrião poderá pagar de custo fixo R\$.**

Como referência, dado que os lucros brutos R\$ podem girar entre **30% a 50%** do valor de faturamento R\$, **os custos fixos deveriam representar um percentual máximo de 15%** do valor do faturamento esperado, visando **preservar um bom retorno em ganhos líquidos R\$, nesse caso, em torno de 15% a 35%.**



**lucro líquido de, pelo menos, 35%.**

Considerando **50% lucro bruto** e mantendo seu **custo fixo em, no máximo, 15%**

<b>Faturamento R\$</b>	<b>R\$ 10.000</b>	<b>R\$ 20.000</b>	<b>R\$ 30.000</b>
<b>Lucro Bruto R\$</b>	<b>R\$ 5.000</b>	<b>R\$ 10.000</b>	<b>R\$ 15.000</b>
<b>Lucro Bruto %</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
<b>Custo Fixo</b> <i>(15% vs Faturamento)</i>	<b>R\$ 1.500</b>	<b>R\$ 3.000</b>	<b>R\$ 4.500</b>
<b>Lucro Líquido R\$</b>	<b>R\$ 3.500</b>	<b>R\$ 7.000</b>	<b>R\$ 10.500</b>
<b>Lucro Líquido %</b>	<b>35%</b>	<b>35%</b>	<b>35%</b>



Ao ter seus custos fixos sob controle, o Anfitrião pode se concentrar em aumentar sua **BASE DE CLIENTES** e assim crescer seus **GANHOS EXPONENCIALMENTE**.

	15	25	50	100
<b>Acessos diários</b>	15	25	50	100
Lucro Bruto R\$ ( APENAS ACESSOS )	R\$ 3.630	R\$ 6.050	R\$ 12.100	R\$ 24.200
<b>Custo Fixo R\$</b> Aluguel, condomínio, água, luz e funcionários	<b>R\$ 2.000</b>	<b>R\$ 2.000</b>	<b>R\$ 3.000</b>	<b>R\$ 4.000</b>
<b>Lucro Líquido R\$</b>	<b>R\$ 1.630</b>	<b>R\$ 4.050</b>	<b>R\$ 9.100</b>	<b>R\$ 20.200</b>

**QUASE TRIPLICOU O LUCRO!**



## Calculando seu **ponto de equilíbrio financeiro**

Quantos acessos diários preciso vender para  
“**PAGAR MEU CUSTO FIXO**”?

### 1ª etapa

Descobrir seu  
**TICKET MÉDIO**

R\$

Faturamento Bruto  
Mensal

**R\$ 13.200**

Qtd  
Acessos mês

**550**

Ticket Médio R\$  
(Faturamento / Acessos)

**R\$ 24**



## Calculando seu **ponto de equilíbrio financeiro**

Quantos acessos diários preciso vender para  
“**PAGAR MEU CUSTO FIXO**”?

### 2ª etapa

*Considerando lucro bruto de 50% descobrimos o*  
**LUCRO BRUTO R\$ POR ACESSO**

Ticket Médio

**R\$ 24**

Lucro Bruto

**50%**

Lucro Bruto por  
Acesso

**R\$ 12**



## Calculando seu **ponto de equilíbrio financeiro**

Quantos acessos diários preciso vender para  
“**PAGAR MEU CUSTO FIXO**”?

### 3ª etapa

Calculando a quantidade  
de acessos para chegar no  
meu **PONTO DE  
EQUILÍBRIO FINANCEIRO**  
(pagar meu custo fixo)

Considerando  
custo fixo de  
**R\$ 2.000**

Lucro Bruto R\$/  
acesso  
**R\$12**

Dias trabalhados no  
mês  
**22**

**Qtd acessos diários para  
ponto de equilíbrio\***

\* Custo Fixo / Lucro Bruto do Acesso / Dias do mês

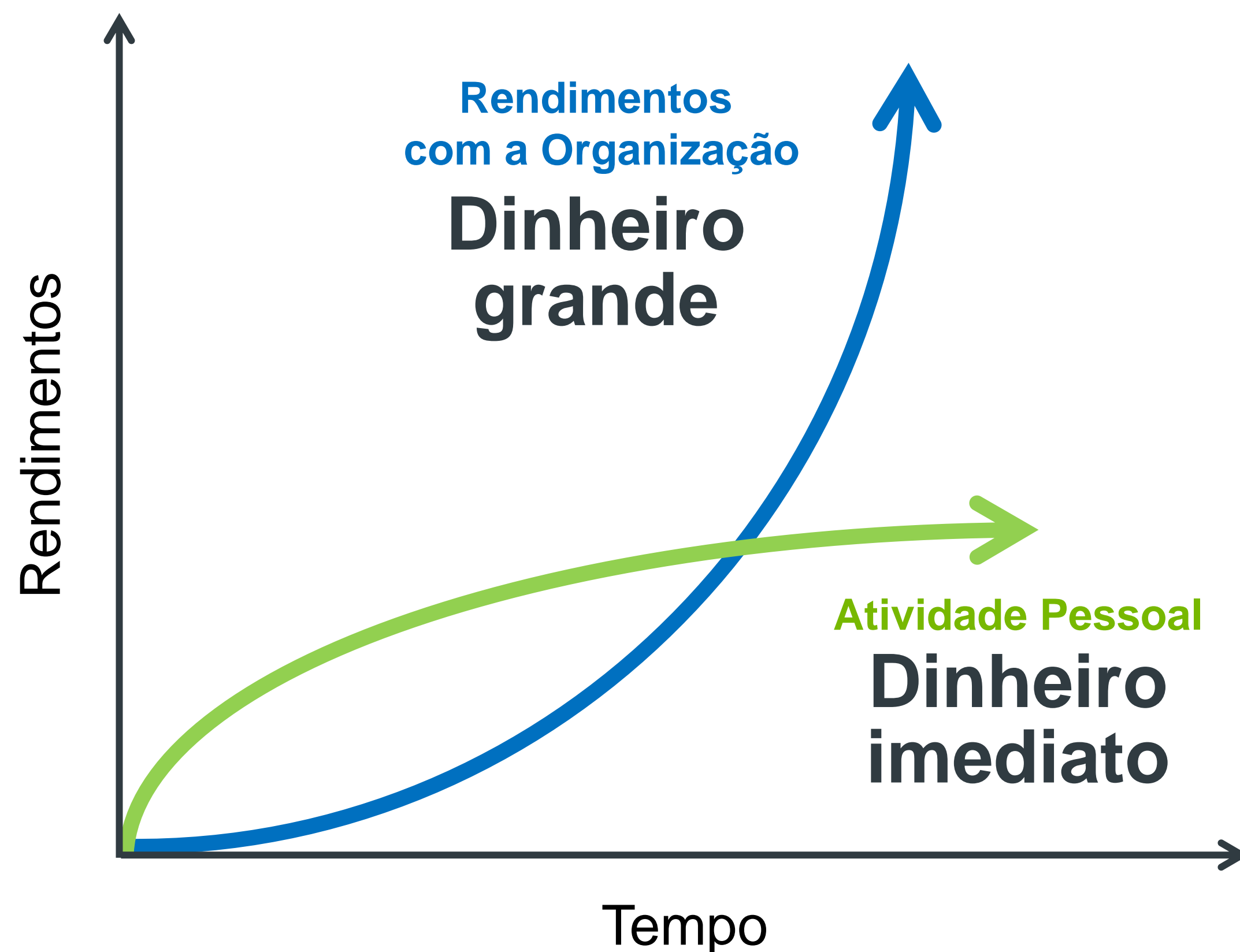


**7,6**



### Aumentando suas possibilidades de ganhos

Atividade pessoal + Atividade de sua Organização



### Dica dos Top Anfitriões

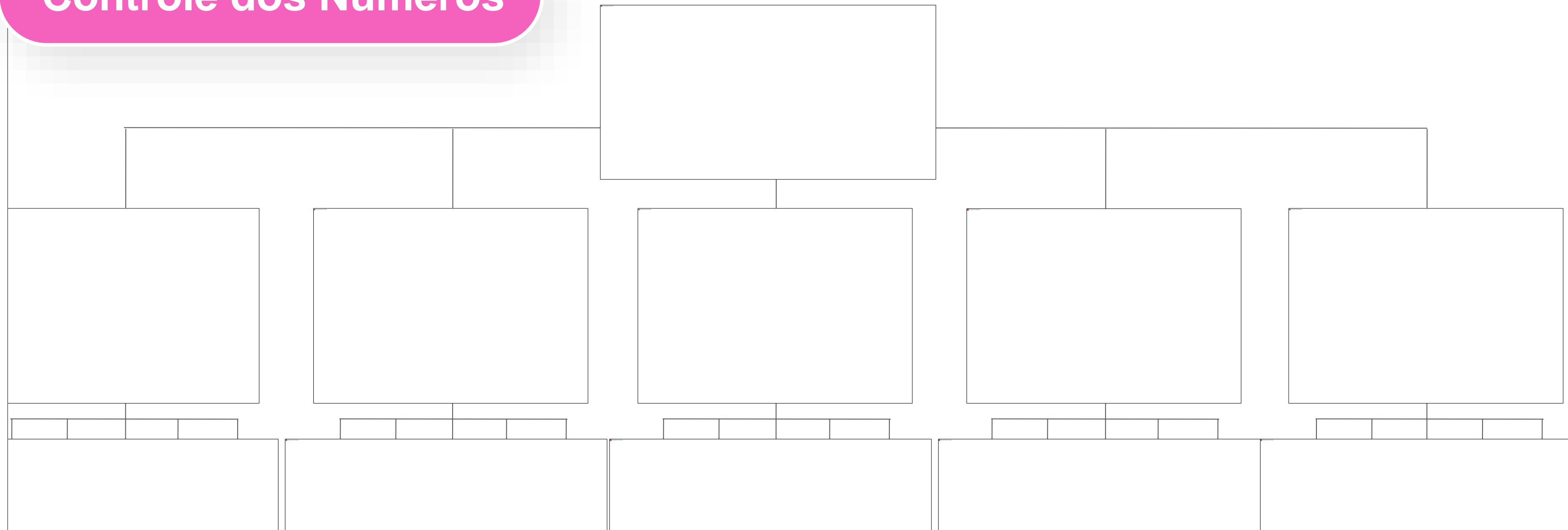


Até o momento, vimos como ter um **modelo de negócio rentável considerando venda de acessos e produto fechado**. Mas o grande diferencial da Herbalife é o **marketing multinível**.

Aqui é onde está o “dinheiro grande” e a **possibilidade de ganhos ainda maiores**.



## Controle dos Números



**5** EVS na **PRIMEIRA** linha  
**25** EVS na **SEGUNDA** linha  
**125** EVS na **TERCEIRA** linha

**155 Espaços**  
na sua organização!

**R\$ 155.000**



### Dica dos Top Anfitriões

Vamos assumir que,  
conservadoramente, o seu EVS  
bem gerenciado poderia **lucrar**  
R\$ 10mil.



Imagine esse modelo gerando **R\$ 1mil em  
Royalties em cada EVS duplicado** para as  
pessoas abaixo da sua organização.





# GUIA ESTRATÉGICO

ESPAÇO  
**vidasaudável**  
Herbalife