

關注焦點

婕斯 用SIRI GC文化打基礎，2022才是新起點

經過一段時間的盤整，婕斯自2021年起展現「回歸」之勢，加大行動量能，優化產品質量，冀望帶領會員夥伴再創業績高峰。婕斯市場總監王大智表示：「我們不是回來了，我們是一直沒有離開！」儘管公司面臨一些挑戰，婕斯依然堅守市場，和夥伴站在一起，彼此經過深度的溝通，共同勾勒未來的願景，擘劃當下的戰略。

王大智常形容婕斯是自帶「數位基因」，12年前婕斯進入台灣，即以有別於傳統直銷的電商網絡事業模式受到市場關注，12年後直銷數位轉型的趨勢大浪襲來，婕斯的「數位基因」正好可以從容就位，讓事業和夥伴贏在起跑點。也因此，雖然2021年全球疫情嚴峻，但婕斯的相關活動不僅沒有受到限縮，反而相較於其他同業，更加熱鬧活潑。

王大智舉例，在行銷活動方面，舉辦

ZEN28挑戰賽、婕斯菁英匯表揚活動、奔向榮光創業趨勢巡迴講座等，充分結合線上和線下，邀請來自不同領域的成功創業家，揭開婕斯的創業優勢與致勝密碼。

在行銷工具上，針對主要產品製作一頁式數位型錄，優化社群行銷及雲端學院的內容，從而建立更完善與便捷的行銷環境介面，並發展多款產品行銷影片及線上培訓工具書，做為輔銷利器。「夥伴需要的，公司全都準備好了。」

在教育訓練方面，運用Jeunesse Live全



王大智有信心，2022是婕斯新的起點。（圖片提供／美商婕斯）



面對數位浪潮，婕斯的數位基因正好從容就位。（圖片提供／美商婕斯）

球線上直播平台，開啟全球華人市場培訓系統、開發新課程，以5G行銷概念，帶入雲端營銷。

而在獎勵制度上，婕斯也祭出推薦加碼獎勵、悠活台灣獎勵旅遊計劃等，從消費者回饋、新經銷商入會、經營者躍升等三方面並進，幫助夥伴快速擴展事業版圖、增加收入。王大智指出，疫情期間，許多公司的獎勵旅遊只能喊停，婕斯向來以高規格的旅遊行程招待達標夥伴，近兩年雖然無法出國，但仍以同等規格帶著夥伴在國內玩出許多驚喜。

面對創新世代，婕斯大中華區也擬定了創新策略——「交互式網購＋四維式營銷」。王大智解釋，這裡所指的四維是思維、氛圍、行為與作為，「四維式營銷的開展，要先清楚婕斯的文化、願景與使命，以大中華區來說，我們的

文化可以用『SIRI GC』來詮釋。「SIRI GC」分別代表服務（Service）、誠信（Integrity）、負責（Responsibility）、創新（Innovation）、感恩（Grateful）和合作（Cooperation），「在SIRI GC文化基礎下，婕斯大中華區將展開全新樣貌，我們訂定了一個願景：讓婕斯成為華人創業家成功的唯一選擇，在

2030年成就500位鑽石。」

口號之後必須有實際的行動步驟，產品是事業經營的靈魂，2022年婕斯推出新品「娜妍晶皙飲」領跑，這款產品訴求從細胞基底來幫助皮膚獲得天然防護，恢復彈力光澤，「產品有競爭力就有影響力，同時可創造市場商機，擴大消費潛力。」

為增加進人管道，婕斯在入會系統與流程上大幅優化，推出「事業發展工具整合、新人光速啟動套餐與獎勵計劃」，並於4月開始舉辦「樂活社團招商」活動，公司依團隊屬性給予支援輔導及產品體驗，「現在社群行銷操作模式和以前不一樣了，已經朝主題性社團凝聚方向轉變。」以樂活社團邀約，搭配新人快速啟動方案，王大智有信心：「2022是我們新的起點！」