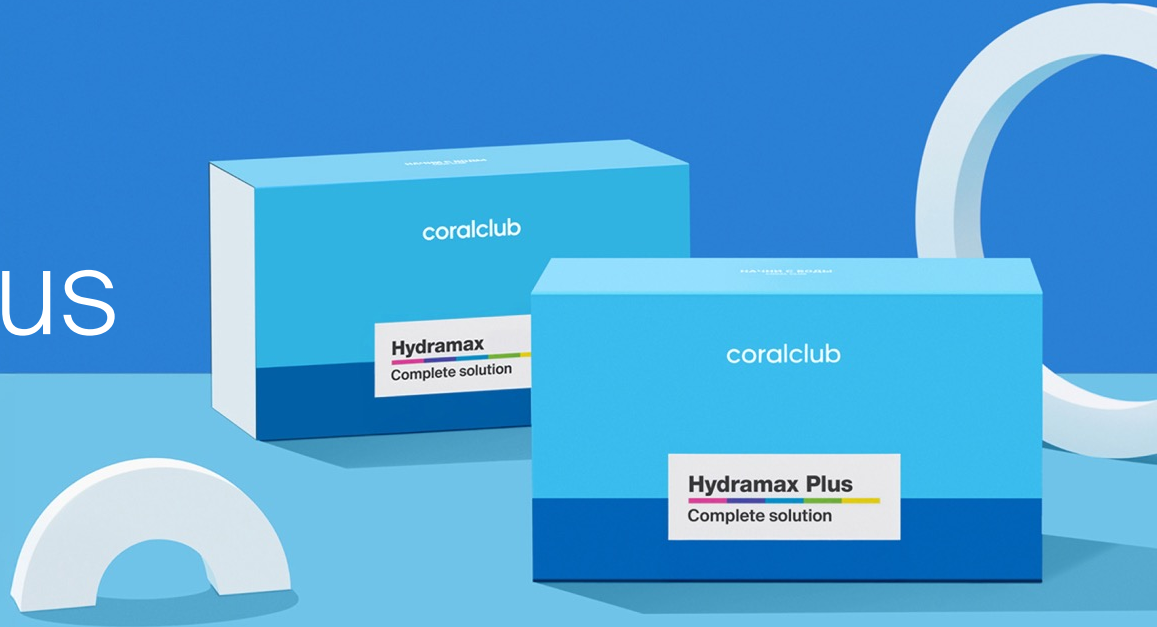
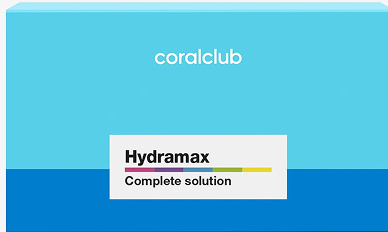


coralclub

Hydramax & Hydramax Plus

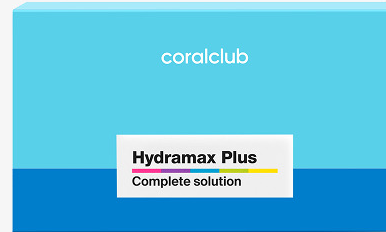
B2B-Präsentation zum Produkt





Hydramax

- ✓ Das Basisprogramm für eine bewusste tägliche Flüssigkeitsroutine
- ✓ Mit ausgewählten Mineralstoffen, Vitamin C und weiteren Bestandteilen für eine ergänzende tägliche Versorgung
- ✓ Geeignet für Menschen mit moderater Aktivität, bei warmem Wetter oder im Alltag, die Wert auf eine ausgewogene Flüssigkeitszufuhr legen



Hydramax Plus

- ✓ Erweiterte Variante für Phasen erhöhter Belastung
- ✓ Mit Magnesium und Mineralien aus Oceanmin als Bestandteil einer ausgewogenen täglichen Routine
- ✓ Geeignet für Menschen mit aktivem Lebensstil, bei Hitze, intensiver Bewegung oder erhöhtem Flüssigkeitsverlust

Was ist der Wasser-Salz-Haushalt?

Der Körper benötigt ein ausgewogenes Verhältnis von Wasser und Mineralstoffen (Elektrolyten).

Diese Balance ist Teil vieler natürlicher Prozesse im Alltag und trägt zu einem allgemeinen Wohlbefinden bei.

Warum das wichtig ist:

Ein ausgewogener Flüssigkeits- und Mineralstoffhaushalt ist relevant für:

- den Alltag mit körperlicher Aktivität
- ein angenehmes Körpergefühl
- eine bewusste Selbstfürsorge



Was die Balance beeinflusst:

- ✗ Unregelmäßiges Trinkverhalten
- ✗ Hoher Konsum von Kaffee oder Alkohol
- ✗ Flüssigkeitsverlust durch Hitze oder Sport
- ✗ Einseitige Ernährung



Zusammensetzung von Hydramax Plus

H-500

Mineralstoffkomplex für die tägliche Routine.

Pentokan K+

Eine Kombination aus Kalium, Vitamin C und Ribose für Menschen mit aktivem Lebensstil – als Bestandteil einer ausgewogenen täglichen Ergänzung.

Coral-Mine

Ergänzt das Wasser mit Mineralstoffen. Praktische Sachets ermöglichen eine schnelle und einfache Anwendung.

Oceanmin

Ein Komplex aus Mineralstoffen aus Meeresquellen – eine natürliche Ergänzung für die tägliche Versorgung mit Mineralstoffen.



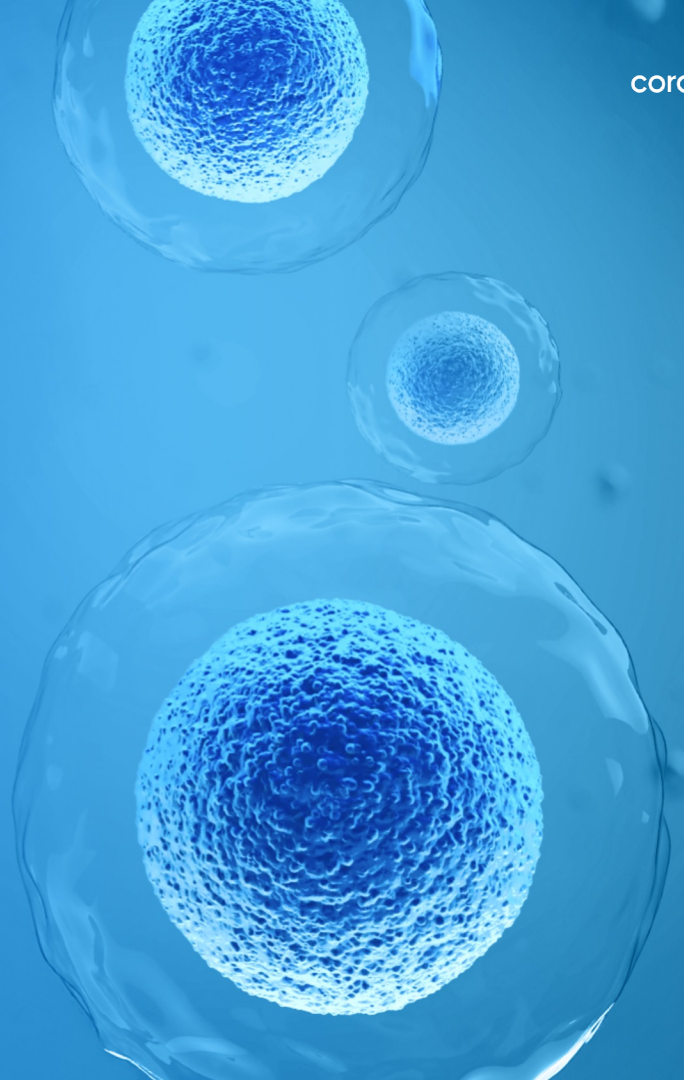
Zusammensetzung von Hydramax Plus

Ganzheitliche Wirkung:

Wasser + Mineralien + Antioxidantien
= bewusste tägliche Routine

Für den Kalium-Magnesium-Haushalt

Es ist mehr als ein Nahrungsergänzungsmittel
– es ist ein tägliches Ritual.



Für wen?



Aktive Menschen und Sportler



Menschen mit unausgewogenen Gewohnheiten
oder Tagesrhythmus



Menschen, die auf ihren Körper achten



Menschen, die sich der Hitze aussetzen und
erhöhten Flüssigkeitsbedarf haben



Für alle, die einen ausgeglichenen Wasser- und
Mineralstoffhaushalt aufrechterhalten möchten



18–25 Jahre

Situation:

Aktiver Alltag, viel unterwegs, unregelmäßige Routinen.

Bedürfnis:

Einfache Integration in den Alltag.

Motivation:

Sich im Alltag ausgeglichen und energiegeladen fühlen.

26–35 Jahre

Situation:

Beruf + Sport + bewusster Lifestyle.

Bedürfnis:

Feste Routine.

Motivation:

Routine, die sich leicht integrieren lässt.

36–49 Jahre

Situation:

Hohe Alltagsbelastung, Fokus auf Selbstfürsorge.

Bedürfnis:

Bewusstsein für den eigenen Körper.

Motivation:

Ausgewogene tägliche Unterstützung.

50+ Jahre

Situation:

Bewusster Umgang mit Ernährung und Routine.

Bedürfnis:

Altersbedingte körperliche Veränderungen.

Motivation:

Stabilität und Wohlbefinden im Alltag.

Sport und intensive körperliche Tätigkeit

Situation:

Sportler und aktive Menschen mit Interesse für z. B. intensives Training, Marathons, Crossfit, Fitnesskurse, Tanzen, Wanderungen oder Radtouren.

Bedürfnis/Motivation:

Praktische Unterstützung für die tägliche Routine rund um die Aktivität.

Beauty/Anti-Aging

Situation:

Frauen, die sich um ihr Äußeres kümmern: Sie gehen zur Kosmetikerin, achten auf ihre Ernährung und trinken ausreichend.

Bedürfnis/Motivation:

Bewusste Flüssigkeitszufuhr als Teil einer ganzheitlichen Pflegeroutine.

Bewusstes Leben, Biohacking

Situation:

Menschen, die auf die Inhaltsstoffe achten und verstehen, wie sich die Ernährung auf den Körper auswirken kann.

Bedürfnis/Motivation:

Transparente Zusammensetzung und einfache Integration in bestehende Routinen.

Hidden Dehydration

Situation:

Menschen, die sich im Alltag häufig erschöpft fühlen oder trockene Haut wahrnehmen.

Bedürfnis/Motivation:

Eine tägliche Routine als Unterstützung.

Zielgruppen nach Interessen

Hohes Stresslevel und Schlafmangel*

Situation:

Menschen mit anspruchsvollem Alltag und wenig Erholung.

Bedürfnis/Motivation:

Unkomplizierte Unterstützung für die tägliche Routine

* Nur Hydramax Plus



Wie erzählst Du
Deinen Verbrauchern
von dem Produkt?



Argumente für das Produkt

In Ländern mit einer gut ausgebauten
Infrastruktur enthalten 2 Liter Trinkwasser

3–7 %

der empfohlenen
Magnesiummenge

6,5 %

Calcium

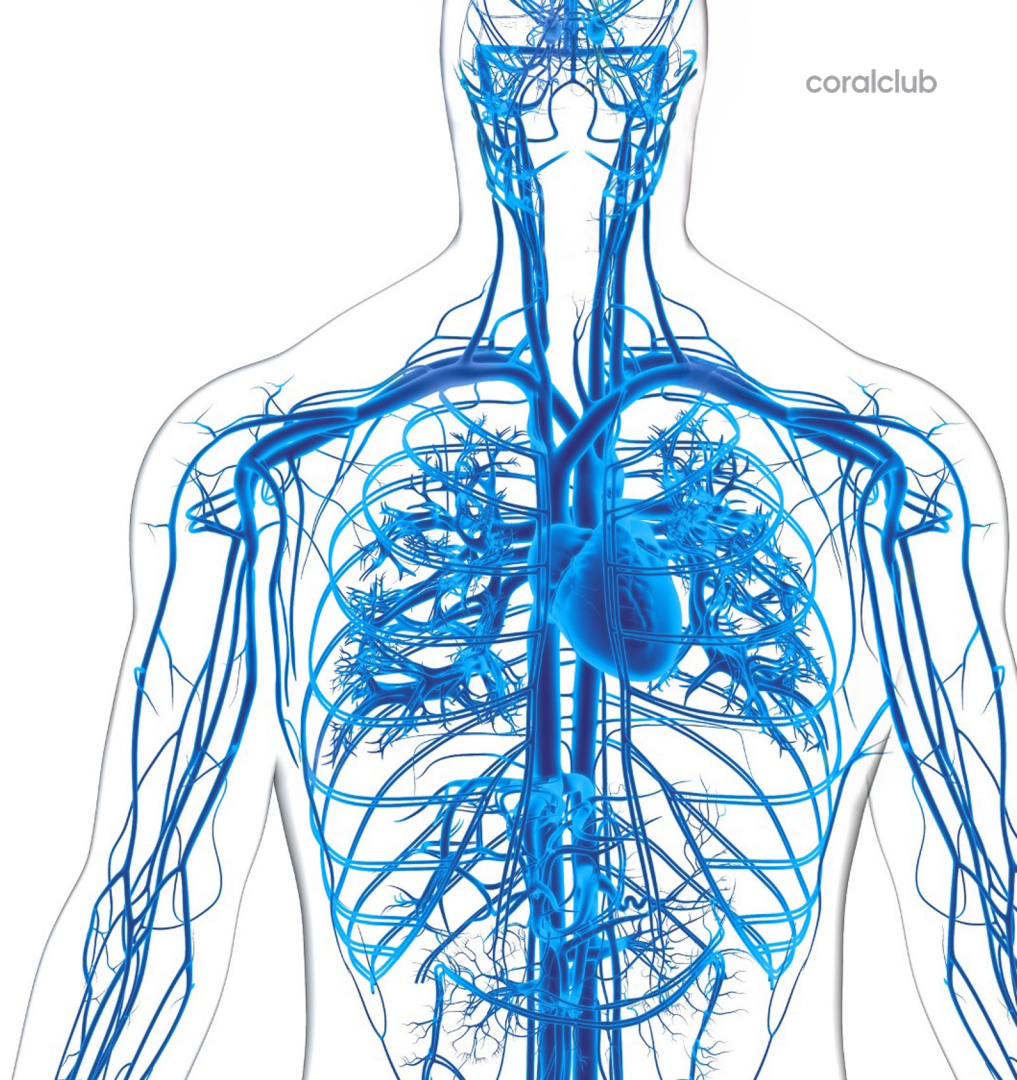


Hydramax enthält

Mineralstoffe als Ergänzung zur täglichen Flüssigkeitszufuhr – das ist besonders relevant bei gefiltertem oder mineralarmem Wasser.

Wissenswertes

Unterschiede im Mineralstoffgehalt von Wasser können je nach Region variieren.



So empfiehlst Du das Produkt mithilfe der Verkaufsetappen

7 Schritte für eine effektive Einbindung, Präsentation der Lösung und Beseitigung von Einwänden bei Verbrauchern und Bekannten:

01

Bestimmung der Zielgruppe

Ziel: die Bedürfnisse und Motivation potenzieller Verbraucher verstehen.
Beispiel: Siehe Folien zu den Zielgruppen in dieser Präsentation.

02

Einbindung durch eine Frage

Ziel: potenziellen Verbrauchern helfen, sich an persönliche Unannehmlichkeiten zu erinnern und Interesse wecken.
Beispiel: „Wie fühlst Du Dich bei heißem Wetter oder auf Reisen?“

03

Eine Geschichte erzählen/
persönlicher Fall (Beitritt)

Ziel: Lösung anhand einer realen Situation aufzeigen, das Produkt näherbringen.
Beispiel: „Ich habe Hydramax in meine tägliche Routine integriert und nutze es unterwegs oder im Alltag, wenn ich bewusst auf meine Flüssigkeitszufuhr achte. Ich schätze es besonders auf Reisen und beim Klimawechsel.“

So empfiehlt Du das Produkt mithilfe der Verkaufsetappen

4

Eine Lösung anbieten

Ziel: sanft auf das Produkt hinweisen, eine Empfehlung aussprechen.

Beispiel: „Hydramax kann eine einfache Möglichkeit sein, Wasser bewusster in die tägliche Routine zu integrieren.“

5

Das Produkt vorstellen/
„Probiere es aus und überzeuge
Dich selbst“

Ziel: die Barriere „Ich glaube nicht daran“ abbauen, die Wirkung selbst spüren lassen.

Beispiel: „Nimm Hydramax mit zur Arbeit, auf Reisen oder teste es im Alltag und finde heraus, ob es gut in Deine Routine passt.“

6

Zusätzliche
Verkäufe

Ziel: Steigerung des Umsatzes.

7

Handlungs-
aufforderung
(Call to Action)

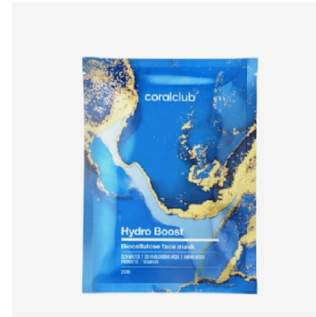
Ziel: Kauf.

Beispiel: „Ich schicke Dir gleich einen Link, über den Du ganz einfach und bequem eine Bestellung von Hydramax aufgeben kannst.“

Hydramax/Hydramax Plus kann im Rahmen einer individuellen Routine kombiniert werden



Promarine Collagen Tripeptides/Peptides
+ Hydramax/Hydramax Plus



Hydro Boost
+ Hydramax/Hydramax Plus

Hydramax/Hydramax Plus kann im Rahmen einer individuellen Routine kombiniert werden



LymFlow
+ Hydramax/Hydramax Plus



Coral Lecithin
+ Hydramax/Hydramax Plus

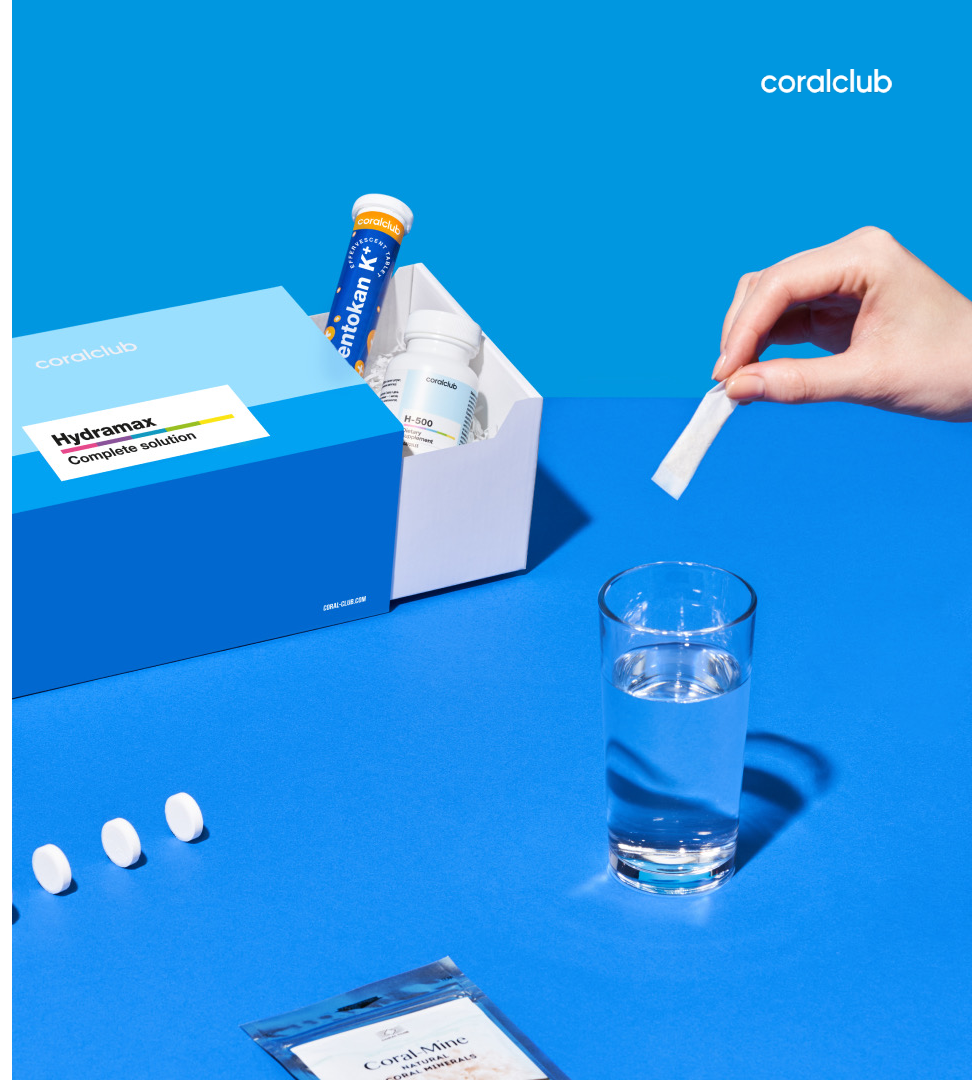


Coral Magnesium
+ Hydramax/Hydramax Plus

Wie informierst Du
Dein Team über
das Produkt?



01. Am eigenen
Beispiel zeigen und
eigene Ergebnisse
erzielen.



02. Berechne den Nutzen für die Umsatzsteigerung:

Zeige, wie sich das Produkt mit anderen Produkten kombinieren lässt, um den Umsatz zu steigern.



Hydramax Plus (70 BP)
+ Promarine Collagen
Peptides/Triptides (35 BP)



Hydramax Plus (70 BP)
+ Coral Magnesium (11 BP)

03. Bereitstellung von Tools für Akquise und Begleitung von Verbrauchern:



Analyse der Zielgruppe



Fragen und Antworten



Klar ersichtliche Inhaltsstoffe



Arbeit mit Social Media



Tools für die Werbung auf Social Media



Kurze vertikale Videos,
um die Zielgruppe anzusprechen



Stories, Posts und Livestreams
zum „Aufwärmen“ der Follower



Wie lassen sich diese Content-Formate effektiv nutzen?

Emotionen und Aufrichtigkeit

Erzähle eine lebendige Geschichte, wecke Emotionen und Vertrauen, zeige reale Situationen und Bedürfnisse des Publikums.

Kürze und Klarheit

In Zeiten von Informationsüberflutung sind prägnante und klare Informationen wichtig, die schnell den Nutzen und die Lösung eines Problems vermitteln können.

Einbeziehung

Baue Fragen, Handlungsaufforderungen und Umfragen ein, die das Publikum dazu anregen, mit den Inhalten zu interagieren.



Verwende zur Erstellung eines effektiven Reels eine einfache dreiteilige Struktur:

Aufhänge ①

So weckst Du in den ersten Sekunden Interesse. Mach sie auffällig und spannend, damit die Leute den Clip bis zum Ende anschauen wollen.

Aufmerksamkeit aufrechterhalten ②

Halte die Aufmerksamkeit mit interessanten, nützlichen oder emotionalen Inhalten aufrecht. Verwende dynamische Bilder, interessante Fakten oder Fragen, damit die Zuschauer nicht abschalten.

Call to Action ③

Beende das Video mit einem klaren Aufruf: abonnieren, einen Kommentar schreiben, liken oder dem Link folgen.

Dieses Schema hilft Dir dabei, Reels attraktiv und effektiv zu gestalten, um Dein Publikum anzusprechen.

Beispiel:

① **Aufhänger.** Wusstest Du, dass viele Getränke, die wir trinken, fast keine für uns notwendigen Mineralien enthalten und manchmal sogar die vorhandenen ausspülen? Ich wusste das früher auch nicht, aber das hat tatsächlich Auswirkungen auf meine Energie!

② **Aufmerksamkeit aufrechterhalten.** Wenn Du im Fitnessstudio trainierst, hart arbeitest und Dich gestresst fühlst, dann ist es für Dich superwichtig, Deinen Körper im Gleichgewicht zu halten! Ich verwende Hydramax. Es ist eine Kombination von Nahrungsergänzungsmitteln und Teil meiner täglichen Routine.

③ **Call to Action.** Ist Dir schon einmal aufgefallen, dass Du Dich manchmal kraftlos fühlst, obwohl Du 2 Liter Wasser trinkst? Schreibe in den Kommentaren, wie Du Deine Energie den ganzen Tag über aufrechterhältst! Abonniere meinen Blog, um keine meiner Lifhacks zu Wohlbefinden und Energie zu verpassen!

04. Eine Strategie zur Produktvermarktung ausarbeiten:



Für Verbraucher:
Informationskärtchen, Livestreams mit Ergebnissen



Für Vertriebspartner:
Produktschulungen, Webinare mit Experten, Präsentation „How to Sell“



Ich trinke doch schon Wasser, warum sollte ich Hydramax verwenden?

Wasser ist die Grundlage des Alltags. Hydramax kann eine Möglichkeit sein, die tägliche Flüssigkeitsroutine bewusst zu ergänzen – insbesondere, wenn Du Wert auf Mineralstoffe legst oder überwiegend gefiltertes Wasser trinkst.

Ich nehme bereits Vitamine, reicht das nicht?

Vitamine und Mineralstoffe sind Teil einer ausgewogenen Ernährung. Hydramax kann ergänzend dazu in Deine tägliche Routine integriert werden – besonders in Phasen mit höherer Belastung oder aktivem Lebensstil.

Kann man Hydramax täglich verwenden?

Ja, Hydramax ist für die regelmäßige Anwendung im Alltag konzipiert und lässt sich einfach in die tägliche Flüssigkeitsroutine integrieren.

Ich habe keine Beschwerden – brauche ich das überhaupt?

Hydramax richtet sich an Menschen, die ihre tägliche Routine bewusst gestalten möchten – unabhängig davon, ob aktuell ein konkretes Bedürfnis besteht.

Ich trinke Mineralwasser, ist das nicht dasselbe?

Mineralwasser kann je nach Zusammensetzung variieren. Hydramax bietet eine definierte Kombination ausgewählter Inhaltsstoffe, die sich einfach und flexibel in den Alltag integrieren lässt.

Materialien für Vertriebspartner

- Video zum Produkt
- Produktpräsentation
- Webinar zum Produkt
- Content-Bibliothek
- Informationskärtchen –
B2C-Präsentation
- Präsentation “How to Sell
Hydramax/Hydramax Plus”

