

Genialiteten och godheten i Social Business 3.0

Utnyttja marknadsplatsens ekonomiska kraft för att tillhandahålla hållbara lösningar på världens största problem - och förvandla din roll till personlig belöning.

Tony McWilliams

Innehållsförteckning

1. Inledning: Utvecklingen av socialt företagande	2
2. Sakens kärna: Berättelser som satte fart på rörelsen	4
3. Sociala företag definierade: Syfte och vinst i ny tappning	7
4. Framväxten av Social Business 3.0	11
5: Acemannan - det vetenskapliga genombrottet bakom uppdraget	12
6: Acemannan i praktiken - från personligt välbefinnande till global påverkan	14
7. På väg in på marknaden: Acemannan var bara början	20
8. Hope-rörelsens standard: Vad som går in i våra produkter - och vad som inte gör det	22
9. Marknadsplatsmodellen: Varför enbart välgörenhet kommer till korta	29
10. Hope-rörelsen: En plattform med ett syfte	30
11. Hur modellen fungerar: Köp en, ge näring åt en	31
12. Berättelser om påverkan: Från barnhem till regeringar	32
13. Gå med i rörelsen: HopeQuestGlobal.com	33
14. Slutsats: När vinst möter syfte räddas liv	34



Tack för ditt tålamod med denna översättning

Sprider budskapet om hopp över gränserna

Denna e-bok skrevs ursprungligen på engelska. För att hjälpa till att sprida dess budskap globalt har vi använt online-översättningsverktyg för att göra den tillgänglig på flera språk. Även om dessa översättningar kanske inte är perfekta, är vårt mål att översätta syftet – inte bara ord. Vårt mål är att kommunicera Hope Movements uppdrag, grundat i geniet och godheten i Social Business 3.0, på ett sätt som är både meningsfullt och användbart. Vi är fast beslutna att sprida detta budskap runt om i världen så troget som möjligt. Tack för din förståelse och ditt samarbete.



1. Inledning: Utvecklingen av socialt företagande

Social Business är inte en övergående trend; det är en transformativ kraft som omformar hur vi närmar oss handel och medmänsklighet. Från industriåldern till informationsåldern har näringslivet alltid utvecklats för att möta sin tids behov. I dag, med utbredda sociala orättvisor och växande globala kriser, behöver vi företag som gör mer än att tjäna pengar. Vi behöver företag som löser verkliga problem.

Sociala företag är ett sätt att arbeta där vinst och syfte samverkar. Modellen har lanserats av visionärer som Muhammad Yunus, som fick Nobels fredspris för sitt arbete med mikrofinansiering som påverkade 40 miljoner invånare i Bangladesh. Denna Social Business-modell började som ett experiment för att koppla samman entreprenörsinsatser med humanitära resultat.

Ytterligare en innovation inom Social Business var "köp en, ge en"-modellen med produkter som skor, glasögon och strumpor. Den mognade till robusta plattformar som byggdes för att hantera komplexa frågor som undernäring, fattigdom och kroniska sjukdomar.

I centrum för denna e-bok - och för själva rörelsen - står Sam och Linda Caster. Deras resa började inte med kalkylblad eller produktplaner utan med medkänsla. Som adoptivföräldrar till fem barn, varav två med internationellt ursprung, var deras hjärtan redan inställda på de utsattas behov. Vändpunkten kom när de fick veta att barnen på ett rumänskt barnhem som de stödde ekonomiskt höll på att dö - av sjukdomar och åkommor som är en naturlig följd av undernäring och immunförsvarssvikt. Det ögonblicket omdefinierade deras uppdrag och ledde till utvecklingen av det som skulle bli Hope Movement.



2. Sakens kärna: Berättelser som satte fart på rörelsen

Det här handlade inte bara om mat. Dessa barn saknade det näringsstöd som krävs för att immunsystemet skulle fungera. Sam, en veteran inom avancerad näringslära, insåg att han hade en lösning - men den behövde levereras på ett hållbart sätt.

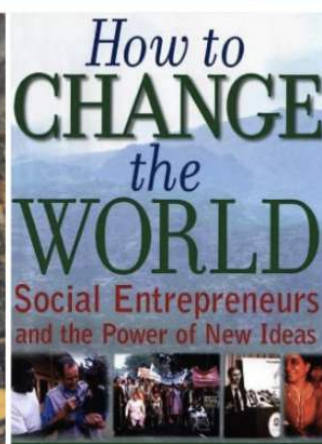
Från de första livräddande leveranserna av helfoderpulver till Casters skapande av MannaRelief, en ideell organisation som arbetar för att nå de mest medicinskt utsatta, och så småningom till lanseringen av Hope Movement, föddes en social affärsmodell: en modell där affärer är motorn och medkänsla är bränslet. De kallade det Social Business 3.0, en term som myntades av den sociala entreprenören David Bornstein, som sa,



Genialiteten och godheten i Social Business 3.0

MannaRelief

*Providing A New "Non Conventional" Solution
to the World's Biggest Health Challenges.*



"Social Business 3.0 ser bortom institutioner till den förändringsskapande potential som finns hos alla människor och deras interaktioner. Det erkänner att socialt entreprenörskap är smittsamt och gör det möjligt för fler människor i alla åldrar att tänka och bete sig som förändringsaktörer och att hjälpa dem att arbeta tillsammans kraftfullt i team och i team av team."

Och så var det Acemannan - den som förändrade spelplanen.

När Sam först fick höra talas om denna immunmodulerande molekyl förstod han omedelbart dess potential. Det var inte teori. Det var peer-reviewed, datadriven vetenskap. Det var inte abstrakt. Det var unikt personligt i sin påverkan.

Acemannan blev en hörnsten i verksamheten, inte bara på grund av vad den kunde göra för sköra och utsatta människor, utan på grund av vad den möjliggjorde för dem som vill upprätthålla en god hälsa: ett pålitligt alternativ för individer som tar ansvar för sin hälsa och kräver resultat.





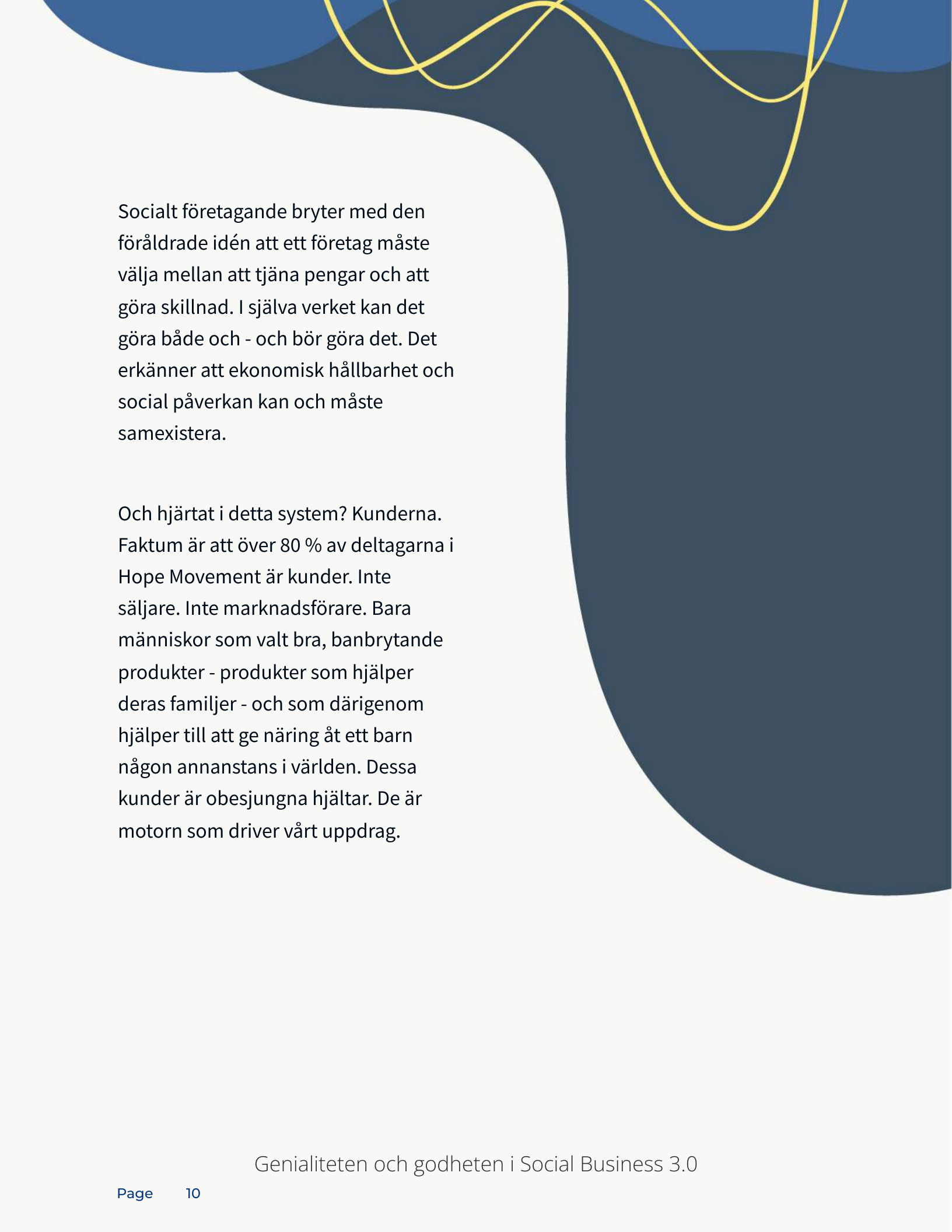
3. Sociala företag definierade: Syfte och vinst i ny tappning

Socialt företagande förenar det bästa av två världar. Det är ett företag med en mission och en mission som stärks av marknaden. Till skillnad från ideella organisationer, som är beroende av ojämnt givarstöd, och till skillnad från företag som enbart fokuserar på aktieägarnas avkastning, omfattar Social Business en affärsplan som inkluderar social påverkan.

Men i vår Social Business 3.0-modell är påverkan inte begränsad av slutresultatet. I stället för att vänta på att se vad som blir över behandlar vi social påverkan som ett åtagande på topplinjen - inbyggt som en central driftskostnad, inte en eftertanke. Detta säkerställer att vår mission inte är beroende av överskott eller vinst, utan prioriteras redan från början, tillsammans med alla andra viktiga kostnader för att bedriva verksamhet.

I den här modellen vinner alla. Konsumenter och kunder får produkter som förbättrar deras liv. Entreprenörer, som tar detta Social Business 3.0 till marknaden, kompenseras för sina ansträngningar. Och viktigast av allt, utsatta barn får konsekvent och mätbar hjälp.





Socialt företagande bryter med den föråldrade idén att ett företag måste välja mellan att tjäna pengar och att göra skillnad. I själva verket kan det göra både och - och bör göra det. Det erkänner att ekonomisk hållbarhet och social påverkan kan och måste samexistera.

Och hjärtat i detta system? Kunderna. Faktum är att över 80 % av deltagarna i Hope Movement är kunder. Inte säljare. Inte marknadsförare. Bara människor som valt bra, banbrytande produkter - produkter som hjälper deras familjer - och som därigenom hjälper till att ge näring åt ett barn någon annanstans i världen. Dessa kunder är obesjungna hjältar. De är motorn som driver vårt uppdrag.

Men det finns mer att hämta från denna statistik. Dessa 80% är en stark indikator på ansvarsfulla affärsmetoder, produktvärde, efterfrågan på marknaden och långsiktig hållbarhet. Ett sådant förhållande skyddar inte bara vår verksamhet - det bekräftar att vi erbjuder produkter som människor verkligen vill ha, med eller utan en plattform för att generera inkomster. De är bara nöjda kunder. Det säger mycket om modellens integritet, och det försäkrar oss om att vi bygger något verkligt och varaktigt.



4. Framväxten av Social Business 3.0



Social Business 1.0 fokuserade på att ge - företag som TOMS Shoes använde modellen "buy one, give one" för att göra skillnad. Social Business 2.0 utökade distributionen och samarbetade med detaljhandelsnätverk, som ankarbutiker i köpcentrum, vilket gjorde att dess produkter och påverkan kunde tjäna fler människor på fler platser. De visade att de kunde utöka sitt uppdrag utan att tappa fokus, vilket ökade både tillgången och effektiviteten i olika samhällen.

Men båda modellerna hade sina begränsningar: de saknade ett sätt för vanliga människor att bli entreprenöriella ledare - och bli belönade för att främja ett visst uppdrag.



Social Business 3.0 förändrar allt. Det decentraliserar påverkan genom att göra det möjligt för vanliga människor - mammor, studenter, pensionärer, yrkesverksamma - att bli sociala entreprenörer. De köper eller donerar inte bara; de bygger; de leder. Med plattformar som Hope Movement bildar dessa individer "team av team", vilket skapar viral tillväxt genom nätverk av inflytande. Det här tillvägagångssättet är inte bara skalbart - det är byggt för att hålla.

Det ger också kunderna egenmakt. Genom att helt enkelt välja att köpa näringsrika, vetenskapligt validerade produkter ger kunderna inte bara näring åt sig själva - deras inköp är matchade för att ge näring åt barn. De är en del av en ny typ av påverkansekonomi, där varje transaktion räknas för mer.

5: Acemannan - det vetenskapliga genombrottet bakom uppdraget

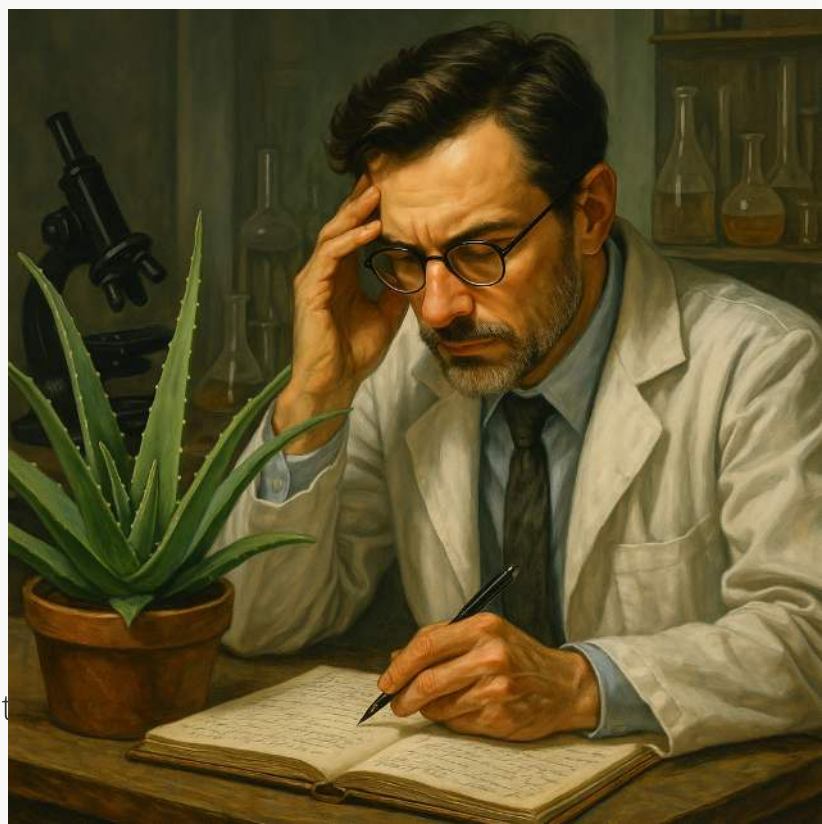
Acemannan är mer än en ingrediens. Det är grundbulten i Hope Movement - en naturligt framställd förening med kraftfulla biologiska effekter. Acemannan finns i aloe vera-växtens inre bladgel och är en långkedjig polysackarid (en typ av komplex sockerart) med djupgående immunmodulerande egenskaper.

I sin råa form börjar acemannan brytas ned snabbt när den separerats från aloe vera-plantan. Upptäckten att den kunde stabiliseras för terapeutisk användning innebar ett genombrott inom näringsvetenskapen. Stabiliserad acemannan hjälper till att balansera immunförsvaret - genom att stimulera underaktiva system och lugna överaktiva.

Denna dubbla verkan gör acemannan till en ny och lovande behandling för en rad olika tillstånd, från inflammation och tarmproblem till immunförsvarshämning och energibrist.

Det som verkligen skiljer Acemannan från mängden är djupet och bredden i det vetenskapliga stödet. Fram till 1995 hade mer än 100 miljoner dollar investerats i forskning om dess effekter - från att hjälpa brännskadade att återhämta sig till att stödja tumörbekämpning i veterinära miljöer. Det har visat sig stimulera makrofagaktiviteten, förbättra den intercellulära kommunikationen, stödja tarmbarriärens integritet och öka mitokondriernas effektivitet (kroppens energimotorer). I grund och botten stöder det kroppens naturliga förmåga att läka, skydda och frodas.

Carrington Laboratories, pionjärerna bakom stabiliserad acemannan, patenterade bearbetningen och ledde ett brett spektrum av kliniska och prekliniska prövningar. Men i flera år var detta genombrott endast känt av elitforskare och medicinska specialister - tills Sam Caster såg dess bredare potential.





När han introducerades för Acemannan genom Carrington Labs såg han en molekyl som inte bara var vetenskapligt sund utan som också kunde vara djupt förenlig med ett bredare uppdrag att förbättra människors hälsa och globala välbefinnande. Uppgifterna var övertygande, behovet var akut och en ny typ av syftesdriven verksamhet var född.

Acemannan är ingen hype. Det är förankrat i rigorösa undersökningar. Med över 700 referentgranskade studier har Acemannan förtjänat sitt rykte som ett trovärdigt och effektivt hälsopreparat. Dess roll i immunmodulering, cellulär reparation och inflammationskontroll har dokumenterats i ansedd forskning i årtionden; och nya studier kommer fortfarande ut.

Om Acemannan bara vore en produkt på hyllan i hälsokostbutiken skulle det finnas många effektiva alternativ. Men det är det inte. Acemannan bryts ned snabbt om det inte stabiliseras noggrant. Enligt patentinnehavaren, Dr Bill McAnalley, testar de flesta tillverkare inte ens om det finns i deras slutprodukter. Det är därför som "Stabiliserad Aloe" inte är samma sak som "Stabiliserad Acemannan" - ett genombrott som kan omdefiniera hälsa, läkning och hopp för många.

6: Acemannan i praktiken - från personligt välbefinnande till global påverkan

Vetenskapliga genombrott är bara viktiga om de når de människor som behöver dem. Det är här både uppdraget och marknadsföringsstrategin kommer in i bilden, som två kugghjul som snurrar perfekt synkroniserat. Genom en patentskyddad stabiliseringsprocess levereras Acemannan nu i sin mest bioaktiva och effektiva form - både som en fristående förening och som en viktig ingrediens i näringsprodukter för dagligt bruk. När kunderna använder dessa produkter gör de mer än att stödja sin egen hälsa - de hjälper till att leverera samma livsförändrande molekyl till ett barn som annars kanske inte skulle ha överlevt.

Detta är kraften i Social Business 3.0. Ett så djärvt uppdrag - att bekämpa global undernäring - kräver produkter med obestridligt värde, trovärdighet och dragningskraft. Att erbjuda något mindre skulle vara att försvaga själva uppdraget. Om vi vill att människor ska ansluta sig till oss, köpa från oss och dela vår historia måste vi leverera något som får folk att se upp, vinner förtroende och ger synliga resultat. Acemannan levererar.



HopeQuestGlobal.com spelar en central roll när det gäller att göra uppdraget tillgängligt. Där kan besökarna utforska ett bibliotek med vetenskapliga studier som översatts från komplicerat akademiskt språk till enkla, vardagliga termer. Det handlar inte bara om att göra vetenskapen mer lättläst (vilket den också är) - det handlar om att ge vanliga människor möjlighet att förstå och delta i något meningsfullt och känna till de vetenskapliga skälen till varför. När klinisk forskning förblir begravd i teknisk jargong förblir den utom räckhåll för de flesta. Men genom HopeQuestGlobal.com har du tillgång till data som förenklar, informerar, utrustar och inspirerar till handling.

Exempel på titlar på vetenskapliga studier på HopeQuestGlobal.com

Kopplingen till inflammation: Aloe Acemannans inverkan på immunprofilen vid Alzheimers sjukdom. Hopp i en växt: Aloe-baserat tillskott lovar gott för Alzheimerpatienter

När läkning behöver stöd: Utforska acemannans roll under kemoterapi. Hopp i den svåraste kampen: Vad kemoterapipatienter kanske vill veta om acemannan

Genombrott för hjärnhälsa hos möss med Aloe Arboressens och dess aktiva föreningar. Acemannan och kognitiv räddning: Ny forskning i rampljuset

Den förbisedda naturliga föreningen som hjälper till att bekämpa biverkningar av strålning: Två studier sammanställda. Aloe Vera-sammansättningen som kan skydda mot strålningsskador



Acemannan avmystifierad: Att skilja Aloe-fakta från marknadsföringsfiktio.
Vetenskapen bakom acemannan: Vad de flesta Aloe-produkter saknar

Undersökning av den kognitiva effekten av ett acemannanbaserat tillskott vid Alzheimers sjukdom: En titt på BDNF och hjärnans funktion. Hjärnan om acemannan: Vad en studie från 2017 antyder om minnesstöd vid Alzheimers sjukdom

Acemannan och neuroskydd: Beteendemässiga och biokemiska effekter på diabetiska råttor: Aloe Vera Gel förbättrar minnet och minskar oxidativ stress hos diabetiska råttor

Acemannan ökar nivåerna av glutation: Tidig studie belyser kraftfullt stöd för antioxidanter. En förändring på 5 minuter: Experimentet som visade Acemannans omedelbara effekt

Oberoende studie bekräftar Acemannans immunmodulerande effekt: En bedömning i 5 delar. Det immunologiska uppvaknandet: En djupdykning i Acemannans verifierade effekt

Hoppet inuti Aloe: Acemannans labbprovade stöd för hjärnan. Acemannans neuroprotektiva potential: Insikter från Alzheimers cellforskning

Aspekter av Aloe Inner-leaf Gel och Aloe Vera Whole-Leaf Extract. Ökad absorption och permeabilitet av läkemedel och kosttillskott



Acemannan hämmar virusinfektion: Kinesisk studie. Vetenskapen bakom acemannan: Överlevnadsgrad hos virusinfekterade möss

Tillsammans med dessa lättförståeliga vetenskapliga studier ingår även bloggar, podcastinspelningar och vittnesmål för att utbilda och inspirera, och hålla vårt team i framkant när det gäller viktiga uppdateringar och betydande utvecklingar. Denna kostnadsfria webbplats kommer att vara ett produktivt verktyg i händerna på dem som vill dela med sig till andra.

Eftersom vi alla har en hektisk livsstil kan de som besöker webbplatsen vara säkra på att alla ljud och videor har redigerats för att göra dem så kortfattade som möjligt, men ändå fyllda med tydlighet, relevans och värde - så varje minut räknas.

Du kommer att bli glad att veta att vi på HopeQuestGlobal inte har några stigman. Det finns ingen marknadsföringshype; inga manipulationer; inga överdrivna påståenden; inget försäljningsfluff; ingen hård försäljning. Inget av detta existerar här. Den etik som styr våra värdeförslag är rotad i sanning, öppenhet och förtroende. Vi tror att verklig påverkan talar för sig själv - och att när människor stöter på något som är genuint bra - bra för dem och deras familjer och bra för ett bredare uppdrag - behöver de inte pressas till handling. De behöver bara bli inbjudna.

Det är den bron HopeQuestGlobal bygger - mellan hård vetenskap och mänsklig tillämpning, mellan akademisk upptäckt och omvandling i den verkliga världen. Det är också en bro till klarhet, förståelse och självförtroende.



För att klara vårt uppdrag på global nivå måste vi erbjuda mer än hopp. Vi måste erbjuda effektiva lösningar med en beprövad meritlista. Acemannan är den typen av lösning. Det bidrar med välbefinnande till dem som väljer det och livräddande näring till dem som är i desperat behov av det. En produkt som fungerar i båda ändar av spektrumet är sällsynt. Men det är precis vad vårt uppdrag kräver.

När vi säger "båda ändarna av spektrumet" menar vi att Acemannan verkar över vad vi skulle kunna kalla Wellness-to-Survival Spectrum. I ena änden finns de som strävar efter större vitalitet - människor som söker energi, immunförsvarsbalans och proaktivt välbefinnande. På den andra sidan finns utsatta barn som står inför livshotande undernäring och för vilka Acemannan ger ett viktigt immun- och näringsstöd. Det är få produkter som når båda ändarna av detta kontinuum och erbjuder fördelar för både de som mår bra och de som knappt överlever. Men det är det som gör Acemannan så unikt kraftfull - och det är därför den är central för vårt uppdrag.

Allt börjar med att en kund väljer att bry sig - att ta emot fördelarna med en banbrytande hälsoprodukt och samtidigt hjälpa till att ge samma effekt till någon i akut behov. Detta är inte bara en transaktion. Det är en omvandling **som är ett resultat av genialiteten och godheten i Social Business 3.0** - personligt och globalt.

7. På väg in på marknaden: Acemannan var bara början

Acemannan var och är vår katalysator, men inte vår slutsats. Det var gnistan som tände elden - en introduktion till vad som är möjligt när vetenskap och uppdrag går hand i hand.

Men hur kraftfull den än är, är Acemannan bara en del av en mycket större historia. De genombrott vi gör på marknaden handlar inte bara om vad den här molekylen kan göra, utan också om hur den öppnade dörren till en hel bioplattform med produkter, protokoll och möjligheter - alla utformade med samma kompromisslösa kvalitetsstandard.



Det råder ingen tvekan om att Acemannan utgör ett marknadsföringsankare utan motstycke för Hope-rörelsen. Men även om Acemannan fortfarande är kärnan i vår näringsmässiga grund, sträcker sig vår vision bortom denna enda innovation. Vi avviker inte från Acemannans fördelar genom att fylla vårt övriga produktsortiment med trendiga tillägg. Istället har vi åtagit oss att bygga upp en fokuserad arsenal av hälsoverktyg som är utformade för att stödja den individuella hälsan på samma marknad där vi söker lösningar på globala problem.

Dessutom har vi proprietära fördelar. Det innebär att vi har en viss dominerande närvaro på nutritionsmarknaden eftersom en avgörande del av vår affärsstrategi är att försöka bli exklusiva distributörer av våra produkter och tillhörande teknik.





Och det är bara startpunkten. Med Acemannan som utgångspunkt har vi byggt upp en portfölj av produkter och teknik som utformats med samma noggrannhet och höga standard för att tillgodose verkliga behov.

Marknaden är den plats där våra uppdragsmål uppfylls. Det innebär att vi måste följa affärsreglerna och svara upp mot marknadens förväntningar på ett autentiskt sätt. Inget magiskt händer bara för att vi har ett ädelt uppdrag. De som står oss närmast förstår våra sociala rötter, men i den normala affärsverksamheten har vi blivit en marknadskraft i egen rätt, skild från vårt uppdrag.

Det är därför det inte bara är uppdraget som lockar människor; de kanske inte ens är medvetna om det - många dras till något mycket mer omedelbart och praktiskt: de exceptionella produkterna där branschledande kvalitet råder.

Vi svarar på marknadens efterfrågan, men vi höjer ribban genom att förutse denna efterfrågan och leverera mer än vad som krävs. Varje produkt måste utmärka sig. Varje resultat måste vara märkbart. Varje steg framåt måste stärka kundernas förtroende och driva på en hållbar tillväxt på marknaden.

Ur vårt Social Business-perspektiv beror det på att liv står på spel. Men ur vårt marknadsföringsperspektiv handlar det om att bygga förtroende, tillgodose verkliga behov och leverera värde som gör att människor kommer tillbaka.



8. Hope-rörelsens standard: Vad som går in i våra produkter - och vad som inte gör det

Låt oss först klargöra en sak. Det finns ingredienser som vi vägrar att inkludera i vår produktlinje.

Inga artificiella smakämnen: Vi använder naturliga smakämnen som härrör från växter, inte från djur eller insekter.

Inga artificiella sötningsmedel: Forskning har visat att flera problem uppstår vid konsumtion av artificiella sötningsmedel, allt från viktökning till skador på friska tarmbakterier.

Inga konstgjorda färgämnen: Vi använder naturliga färgämnen från rödbetor, gurkmeja, spirulina och andra vegetabiliska källor.

Inga GMO:er: Trots publicerade studier som visar att genetiskt modifierade organismer är säkra väljer vi att undvika dem.

Förutom vårt Acemannan Extract finns det andra viktiga ingredienser som utgör en produktlinje som riktar sig till en målgrupp som bryr sig mycket om egenvård och välbefinnande. Några av dessa ingredienser och teknologier finns med här.

ProLain™

ProLain™ är ett patenterat extrakt från rödbetor som är helt fritt från socker och innehåller standardiserade, högpotenta nivåer av betalainer - naturliga föreningar som är kända för sina antiinflammatoriska egenskaper. Till skillnad från vanliga betextrakt, som kan innehålla upp till 70 % socker och inkonsekventa betalainnivåer, erbjuder ProLain™ en renad form som i kliniska studier visat sig minska inflammationsmarkörer med upp till 47 % och öka energin med mer än 120 %. Den hemliga mördaren: inflammation

Inflammation fungerar som kroppens naturliga försvarsmekanism så länge den är akut. Men om den är kronisk och långvarig blir den skadlig och skadar friska vävnader och organ. Över tid är den kopplad till stora hälsoproblem. Alla vuxna bör engagera sig i en integrativ hälsobaserad proaktiv strategi för att minska den. En intressant före- och eftergrafik finns [här på den här länken](#).

Time Magazine

Den hemliga mördaren: inflammation



Diosgenin

Diosgenin är en växtbaserad förening som härrör från vilda jams, som ofta används i laboratorier för att skapa steroidhormoner som kortison eller progesteron - även om denna omvandling inte sker naturligt i människokroppen. Även om det liknar steroidhormoner i strukturen är diosgenin inte en steroid och fungerar inte som en. Istället kan det stödja antioxidantaktivitet och hjälpa till att balansera hormoner, särskilt under klimakteriet eller för övergripande hormonell välbefinnande hos både kvinnor och män.

Jag har haft mer än en kvinna som upphetsat ville berätta för mig i blandat sällskap om effekterna av detta hormons kompletterande ingrediens. Jag lyssnade respektfullt men drog den pinsamma slutsatsen att det var "för mycket information".

S7®

S7® är en blandning av växtbaserade ingredienser som kliniskt har visat sig öka produktionen av kväveoxid (NO) i kroppen med upp till 230%. Kväveoxid är en kärlvidgande substans som får blodkärlen att slappna av, vilket ökar blodflödet, syretillförseln och tillförseln av bränsle till cellerna.

När en proteinshake innehåller S7® får du inte bara i dig protein och bygger muskler - du får också stöd för blodflöde och energi.



Extrakt från hela livsmedel

Vi använder växtbaserade vitaminer, mineraler och groddar som levererar biotillgängliga näringsämnen och matsmältningsenzymer för att stödja friska celler och ämnesomsättning.

Märker du att vi inte är glada över syntetiska ämnen? Vår filosofi om dem går på tvärs med näringsmarknaden där 90-95% av vitaminerna och mineralerna är syntetiska. Biotillgängliga extrakt från hela livsmedel är typiska för våra höga standarder.

Oregonol™

Oregonol™ är en av naturens mest kraftfulla antioxidanter. Detta patenterade extrakt av tallbark från Nya Zeeland är 20 gånger mer kraftfullt än C-vitamin, 50 gånger mer kraftfullt än vitamin E och passerar blodhjärnbarriären. Det hjälper till att förebygga tandköttsinflammation och tandröta, och hjälper till att lindra halsont, täppta näsor och hosta.

Detta är Nutrition 101: där hälsointresserade människor använder kraftfulla antioxidanter för att ta itu med fria radikaler, som är instabila molekyler som saknar en eller flera elektroner och som försöker stjäla elektroner från andra molekyler och orsaka cellskador. Oregonol™ i mixen ger ett stort bidrag till den nödvändiga interventionen.



ElevATP®

Denna cellulära energiaktivator, utvunnen ur uråldrig torv och äppelpolyfenoler, arbetar med kroppens egna energibanor för att öka ATP-produktionen med upp till 64% utan att öka oxidativ stress eller mjölksyra (en biprodukt av intensiv träning som kan orsaka muskeltrötthet och ömhet); och den ger dig en energiboost på cellnivå.

När en energidryck är formulerad för att fungera med kroppen på cellnivå utan krasch, nervositet eller stress som kan känneteckna populära energidrycker, kan du känna dig trygg med att använda den.

Sensoril

Denna växtbaserade formulering är en "adaptogen" (stabiliserande). Det visade sig i kliniska prövningar att det hjälper kroppen att minska överflödiga kortisolnivåer. Den innehåller också ett patenterat fiberkomplex med flera hälsofördelar, inklusive en effektiv prebiotika. Detta fiberkomplex stöder också en hälsosam matsmältningsfunktion.

En hälsosam dryck som hjälper till att stabilisera dig när du avslutar dagen känns som en gåva. Att veta att den arbetar bakom kulisserna - hjälper till att hantera stresshormoner, stöder tarmhälsan och återställer balansen - ger dig en sak mindre att oroa dig för.

Glyco prebiotika:

Glykoprebiotika stöder tarmhälsan genom att ge näring åt nyttiga bakterier, främja matsmältningen, förbättra näringsupptaget och stärka immunförsvaret. De bidrar också till att balansera tarmfloran, minska inflammation och förbättra kommunikationen mellan cellerna.

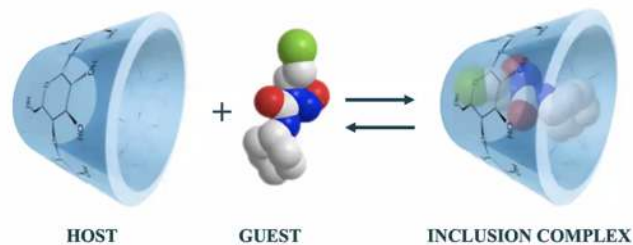
Över 80 % av immunförsvaret finns i tarmen. Genom att fokusera på tarmen för att säkerställa dess hälsa är ett stort steg mot övergripande välbefinnande.

System för leverans av cyklodextrin

Ett patenterat leveranssystem för fettlösliga föreningar och för andra ingredienser som absorberas dåligt. Cyklodextriner har visat sig öka biotillgängligheten från 5-15% till 80-90%, samtidigt som ingrediensens stabilitet förbättras.

Detta leveranssystem är en del av det geniala tema som kännetecknar denna e-bok. Det är inte bara vad som finns i produkten - det är hur den levereras som gör den biotillgängliga skillnaden. Denna -teknik säkerställer att viktiga näringsämnen inte går till spillo i matsmältningsprocessen utan absorberas där de betyder mest. Den speglar den typ av smart innovation som förvandlar bra ingredienser till fantastiska resultat.

CYCLODEXTRIN ENCAPSULATION



Enhances Bioavailability

Förbättrar biotillgängligheten

Alla produkter från Hope Movement innehåller Acemannan som en del av sin formulering.



Hopprörelsen - Socialt företagande 3.0 - Köp en, ge näring åt en

Genialiteten och godheten i Social Business 3.0



9. Marknadsplatsmodellen: Varför enbart välgörenhet kommer till korta

Traditionell välgörenhet, särskilt för att bekämpa global undernäring, är visserligen ädel och utgör en viktig del av det missionsbaserade samhället, men den är bristfällig. Donationer är begränsade. Ekonomiska nedgångar torkar upp finansieringen. Expansionsinsatser för att nå fler människor - det vi kallar skalning - blir en uppförsbacke enligt traditionella modeller. Och ofta är det de organisationer som gör mycket gott som kämpar för att hålla sig flytande. Eller så förminskas deras inverkan, även om den är mätbart effektiv och hedervärd, av den överväldigande omfattningen av global undernäring där sju miljoner barn dör varje år.

Social Business 3.0 erbjuder en bättre lösning genom att utnyttja det som aldrig tar slut: marknaden. Människor spenderar pengar varje dag på marknaden; på hälsa, mat, kosttillskott och tusen andra saker. Genom att anpassa dessa vardagliga inköp till sociala resultat förvandlar Social Business 3.0 kapitalismen till en utökad kraft för det goda. Det handlar inte om att be om donationer - det handlar om att erbjuda värde. Och när värde och vision går hand i hand följer hållbarheten med.

Dessutom, när människor köper något de älskar och det inte bara gör dem gott, utan även gör gott för andra, då föds rörelser. Det är Hope-rörelsen.

Institutioner förändrar inte världen, men det gör folkrörelser.



10. Hope-rörelsen: En plattform med ett syfte

The Hope Movement är förkroppsligandet av Social Business 3.0. Det är en plattform, en sak och en gemenskap. Den bygger på årtionden av erfarenhet och har som mål att utrota undernäring hos barn och samtidigt förändra livet för deltagarna.

Varje kund som gör en beställning genom Hope Movement gör mer än att köpa en effektiv produkt - de blir en del av ett uppdrag. Varje köp, varje hänvisning, varje konversation hjälper barn runt om i världen att överleva och frodas. Det är en enkel handling med varaktig inverkan. Dessutom belönar Hope Movement kunder med produktkrediter för köp och för rekommendationer som de genererar.

För dem som vill gå längre erbjuder Hope Movement en väg - inte bara till bättre hälsa, utan till en ändamålsstyrd inkomst. Som social entreprenör får du tillgång till förstklassiga näringsprodukter, beprövade affärsverktyg, personlig coachning och en växande kunskapsbas med stöd. Men mer än så, du går med i ett växande nätverk av människor som är engagerade i att bygga ett arv av hälsa, värdighet och möjligheter.

Muhammed Yunus, 2006 års vinnare av Nobels fredspris för socialt entreprenörskap, sa att om man vill förändra världen ska man hitta de människor som känner mest för det problem man vill angripa och knyta dem till projektet. Hitta sedan ett sätt att kompensera dem för att de deltar. Om du kompenserar dem kommer de att driva din sak till världens ände.



Det är helt rätt att skapa ett egenintresse i ett livräddande projekt. Och de fyrtio miljoner människor som har påverkats av denna Nobelpristagares geniala sociala entreprenörskap är ett bevis på detta.

I centrum för allt detta står HopeQuestGlobal - plattformen som utrustar, utbildar och stöder både kunder och entreprenörer. Oavsett om du vill göra skillnad med ditt köp eller starta ett uppdragsdrivet företag är HopeQuestGlobal din startpunkt.

När du är informerad är du bemyndigad. Genom att tillhandahålla tydlig, vetenskapligt underbyggd information om våra näringsprodukter ger vi människor kunskap och självförtroende att fatta varaktiga beslut för sin hälsa. Detta stärker inte bara förtroendet - det upprätthåller ett långsiktigt engagemang, vilket är avgörande för att vi ska lyckas med vårt uppdrag. **Om du inte redan har gjort det, gå med i vår e-postlista.** Det är det bästa sättet att fortsätta lära sig, hålla sig inspirerad och förbli en del av en rörelse som förvandlar vardagliga val till meningsfull påverkan.

11. Hur modellen fungerar: Köp en, ge näring åt en

Varje produkt som köps genom Hope Movement frigör portioner av näringstätt stöd till behövande barn. Denna "Buy One, Nourish One"-modell går utöver symbolisk påverkan - den är spårbar, uppmätt och verifierbar. Varje Social Business Partner i den här rörelsen kan se sina totala näringsmässiga portioner som genererats via deras personliga "fotavtryck", inklusive deras teams påverkan och initiativets totala globala räckvidd.

Det är en modell som bygger på transparens och ansvarsskyldighet. I takt med att ditt team växer, växer också din påverkan. I takt med att din påverkan ökar, ökar också dina produktkrediter, om du är kund, och din inkomst, om du är en Social Business Partner. Den hållbarhet som krävs för att ta itu med detta största globala problem finner sin plats i en evig cykel: syfte föder vinst, och vinst finansierar syfte.

12. Berättelser om påverkan: Från barnhem till regeringar

Hope Movement pratar inte bara om påverkan - de bevisar det också. I Mexiko samarbetade den tidigare presidenten Vicente Fox med Hope Movement för att ge näring åt tusentals barn genom sin ideella organisation Vamos Mexico. Detta inkluderar barnhem och hjälporganisationer som distribuerar Acemannan-baserad näring till de mest utsatta.



"Marta och jag är glada över att samarbeta med Hope Movement för att tillhandahålla de bästa immunstödjande produkterna till våra mest utsatta barn. Vi inbjuder er alla till Mexiko för att bevittna det fantastiska arbete vi gör tillsammans."

– Vicente Fox
Mexikos president



Sjukhus, kyrkor och till och med underjordiska räddningsoperationer har använt denna plattform för att stödja läkning under traumatiska förhållanden. Det här är inte teoretiska resultat - det är dokumenterade förändringar. Hälsan förbättras. Hoppet återvänder. Liv räddas.

Allt börjar med en kunds val att bry sig - att få personliga fördelar av en produkt som också levereras till dem som behöver den mest.

13. Gå med i rörelsen: HopeQuestGlobal.com

Du behöver inte ha en MBA eller en marknadsföringsexamen. Du behöver bara en önskan att göra något meningsfullt. HopeQuestGlobal tillhandahåller systemen, verktygen och mentorskapet. Du bidrar med din röst, din berättelse och din gemenskap.

Oavsett om du letar efter heltidsinkomst, extra intäkter eller ett sätt att omsätta dina värderingar i handling, välkomnar Hope Movement dig. Den är utformad för den icke-professionella. Den introverta. Den upptagna föräldern. Idealisten. Realisten. Vem som helst kan vara med. Alla kan spela roll.

Oavsett om du bygger ett team eller bara handlar, driver ditt deltagande verklig förändring. Social Business 3.0 ger alla en livräddande roll.



14. Slutsats: När vinst möter syfte räddas liv

Under alltför lång tid har världen utgått från ett felaktigt antagande: att vi måste välja mellan att göra skillnad och att finansiera våra personliga kungadömen. Att göra gott för andra och göra gott för oss själva i marknadsekonomin är skilda spår. Men det är de inte.

Social Business 3.0 bevisar att syfte och produktivitet kan gå hand i hand - att generositet och uppdragsbaserad innovation hör hemma på samma väg.

Denna modell är ett system som bygger på idén att vetenskap, handel och medkänsla kan förenas för att möta ett av världens mest akuta behov: undernäring. Det är där syfte och vinst kan arbeta synergistiskt för varandras framgång.

I centrum står Acemannan - en vetenskapligt validerad förening som ger ett betydande bidrag till hälsa och välbefinnande. Det är mer än en produkt; det är ett verktyg för återställande i händerna på de ansvarsfulla och medkännande. Och när det delas genom en modell som ger - och ger ännu mer i takt med att det växer på marknaden - blir det något ännu större.

Så vad är det som gör den här modellen genial?



Den är genial för att den bidrar till att lösa två problem samtidigt: personligt välbefinnande och global undernäring - genom att koppla samman dem med en produkt som fungerar och ett system som delar med sig.

Det är genialt hur det finansierar uppdraget inifrån, inte genom att be om mer, utan genom att utforma en struktur där det goda arbetet är inbyggt i själva verksamheten.

Det är genialt eftersom det är hållbart. Skalbart. Upprepningsbart. Och för att det ger vanliga människor en roll i en extraordinär historia.

Och det är bra. Bra för att det tjänar de mest utsatta. Bra för att det återställer värdigheten. Bra eftersom det bjuder in alla - på alla nivåer - att vara en del av läkning och hopp.

Detta är det geniala och goda med Social Business 3.0 - en modell som förenar marknadsföringsinnovation med medkänsla, näringsvetenskap med service och omtänksamma människor med ett syfte.

Och allt börjar med ett enda beslut: det här är din inbjudan att agera.

HopeQuestGlobal.com är din startpunkt - en plats där kunskap blir till handling och handling blir till påverkan. Utforska. Lär dig mer. Dela med dig. Och låt din berättelse bli en del av något mycket större.



Och vi hoppas att du kommer att bygga ett liv där du alltid är noga med att upprätthålla goda gärningar för att tillgodose akuta behov och bli hjältar för din generation.

Jag tjänar teamet som är HopeQuestGlobal.com. Du är välkommen att kontakta mig på Tony@TonyMcWilliams.com.

Kontakta mig så sätter jag dig i kontakt med Hope Movement-ledare i din region.

Om du inte redan har gjort det, klicka här för att gå med i vår e-postlista.

* Uttalandena i denna e-bok har inte utvärderats av Food and Drug Administration. Dessa produkter är inte avsedda att diagnostisera, behandla, bota eller förebygga någon sjukdom.

Om de vetenskapliga studierna: Förenkla vetenskapen. Förstärka effekten

De studier och dokument som sammanställts på HopeQuestGlobal.com visar på relevansen och effektiviteten hos de patentskyddade ingredienser och molekyler som är centrala för Hope-rörelsen. Den främsta av dessa är Acemannan - som redan från början erkändes som ett stort genombrott inom naturlig hälsa och immunologi. Dess unika struktur och breda bioaktivitet väckte tidigt vetenskapligt intresse och spänning och fortsätter att bekräftas av årtionden av forskning. Ju mer du lär dig, desto mer kan du dela de tidiga forskarnas övertygelse.



Vi gör inte anspråk på att vara auktoriteter - bara kuratorer. Vi organiserar befintlig forskning för att stärka vår gemenskap och förstärka bevisen bakom vår produktlinje. Vårt mål är inte att bevisa, utan att presentera - att göra vetenskapen tillgänglig och meningsfull för dem som bryr sig mycket om välbefinnande och förebyggande åtgärder. Bevismaterialet är övertygande.

Varje vetenskaplig studie är förenklad för tydlighet och sammanhang. Resultaten är lovande, men ingen enskild studie berättar hela historien. Forskning är en resa, en resa som redan är minst fyrtio år gammal i dessa moderna tider, och vi är fast beslutna att samla in och dela med oss av så mycket vi kan - särskilt om Acemannan. Varje studie lägger en värdefull bit till pusslet.

Fler studier kommer tillsammans med förstahandsvittnesmål för att bekräfta hur denna forskning översätts till verkliga resultat.

Obs: Vissa studier omfattar tester på försöksdjur, som så vitt vi vet har utförts enligt etiska normer, men detta kan vara känsligt för vissa läsare.

Genialiteten och godheten i sociala företag 3.0-A Synopsis

Genialiteten och godheten i sociala företag 3.0 introducerar en ny djärv modell där affärer och medmännisklighet går hand i hand. I centrum står Acemannan - en vetenskapligt underbyggd hälsomolekyl som skapar en omvälvande dynamik på den traditionella och kliniska marknaden. När andra hälsoprodukter erbjuder marginella fördelar uppvisar Acemannan, i sin stabiliserade form, kliniskt observerade biologiska effekter, vilket skiljer den från de typiska receptfria kosttillskotten. Dessutom har Acemannan integrerats i ett uppdrag att bekämpa global undernäring genom vardagliga inköp - ett autentiskt och effektivt sätt att utnyttja marknadens kraft. Det här är inte välgörenhet. Det är hållbar påverkan som drivs av kunder som bryr sig. Lär dig hur Social Business 3.0 ger människor, inte institutioner, möjlighet att driva förändring - genom att förena vinst och syfte på ett sätt som är skalbart, trovärdigt och djupt personligt. Från barnhem i Rumänien till partnerskap med världsledare till din egen inflytandesfär - den här rörelsen bevisar att det inte längre är separata mål att göra skillnad och få meningsfulla belöningar - utan att de nu sammanstrålar till ett enda, enhetligt resultat. Med inspirerande berättelser, validerad vetenskap och innovativ strategi visar den här boken hur ett enda beslut att bry sig kan förändra ditt liv - och någon annans.