



**QNET célèbre son 23e anniversaire et lance sa convention bi-annuelle phare
La société de vente directe QNET utilise la technologie 3D pour transformer sa plus
grande convention en une expérience immersive en VR pour un public mondial de
500.000 personnes**

Casablanca – le 21 octobre 2020 : La célèbre société asiatique de vente directe basée sur le commerce électronique, QNET, a soufflé sa 23e bougie, ce 8 septembre. L'occasion a été marquée à travers une célébration virtuelle diffusée en direct dans les bureaux de QNET et à ses milliers de distributeurs et clients dans plus de 50 pays à travers le monde.

Les célébrations ont été suivies de la convention annuelle de QNET, V-Convention Connect, en octobre, pour la troisième fois dans son format virtuel.

La V-Convention Connect (VCC2021) s'est déroulée sur trois jours, du 9 au 11 octobre. La convention semestrielle phare s'est ouverte avec une audience mondiale record avec plus de 500.000 personnes. La V-Convention, généralement célébrée par un événement physique deux fois par an sur une période de cinq jours, présente l'entreprise à sa base de distributeurs mondiaux. Compte tenu de la pandémie, QNET est passé au format virtuel et a continué d'attirer davantage de participants de plus de 50 pays.

L'ensemble de l'événement a été produit et diffusé simultanément à partir de deux studios situés dans des fuseaux horaires différents, virtuellement connectés au cours de la période de trois jours pour recréer l'effet de la diffusion en continu à partir des deux lieux originaux de la V-Convention physique : la Malaisie et les Émirats arabes unis. En utilisant le célèbre moteur de jeux vidéo, Unreal Engine intégré à une suite de production virtuelle qui a permis la création et le contrôle d'une scène à la pointe de la technologie et de mondes virtuels immersifs, #VCC2021 a permis aux spectateurs de suivre des orateurs se promener au cœur du centre-ville de Kuala Lumpur et de la Dubaï Expo 2021 dans un parfait rendu en 3D. Des traductions en direct ont été fournies dans 13 langues pour répondre aux spectateurs de plus de 50 pays. Mieux encore, plus de 50 agents ont été déployés pour gérer plus de 12.000 sessions de tchat et d'assistance pendant l'événement. Leur objectif ? S'assurer que les orateurs puissent répondre aux questions des spectateurs pendant les sessions questions/réponses et en même temps les aider à résoudre rapidement les défis de leur plate-forme.

La première édition du V-Convention Connect de 2021 qui s'est tenu plus tôt en mars de cette année a été dédié au thème « Renouveler, raviver, renaître », transmettant un message d'espoir et d'encouragement durant une période pandémique ayant présenté des défis à de nombreuses personnes à travers le monde. Cette nouvelle édition de V-Convention Connect a donné un nouvel angle au thème, en se focalisant sur



l'embrasement de la passion pour trouver "le clic". Un moment de changement significatif dont le but est d'inspirer sa communauté à ouvrir un nouveau chapitre de la vie avec la volonté de réaliser ses rêves.

La convention a compris des programmes de formation par des professionnels de la vente directe et des leaders de QNET, des lancements de nouveaux produits, des sessions d'information sur l'état de la vente directe animées par des intervenants du secteur et la présentation de l'héritage de leadership de QNET en matière de service, basé sur sa Fondation RYTHM, ou Raise Yourself To Help Mankind (Élevez-vous pour aider l'humanité, en français). Parallèlement à la Convention, QNET a lancé une campagne numérique multiplateforme, #VCC2021, à l'approche de l'événement pour créer une expérience interactive pour les participants et les impliquer dans la préparation.

Les points saillants de la convention comprennent :

- Le lancement mondial de la gamme de produits HomePure Complete Water Line de QNET, qui comprend son système de filtration d'eau à 9 étapes HomePure Nova, le nouveau préfiltre HomePure 1-mc et le filtre HomePure Novasoft. Conçue en Europe, la ligne d'eau complète "HomePure" est un système de traitement de l'eau en plusieurs étapes qui fournit aux utilisateurs une eau exceptionnellement purifiée et exempte de contaminants.
- L'annonce des prochaines collections de Bernhard H. Mayer, la marque suisse de montres et de bijoux de luxe de QNET. Ce segment a dévoilé une superbe gamme de montres habillées en or rose, une montre automatique de plongée en édition limitée et deux nouvelles lignes de bijoux : la collection Pearl Icons et le bracelet classé Bernhard H. Mayer.
- Une introduction au nouveau EDG3 Plus, un supplément nutritionnel composé d'ingrédients brevetés aux États-Unis pour améliorer et renforcer l'immunité.
- Un dossier sur les initiatives sociales et les programmes RSE de QNET à travers le monde menés par la Fondation RYTHM.
- L'annonce du parrainage par QNET d'un film de Bollywood qui capture le parcours et l'histoire de l'équipe indienne de cricket qui a remporté le championnat T20 en 2007.

« Le succès de V-Convention Connect et de la célébration virtuelle de l'anniversaire de QNET est le signal le plus clair que la numérisation est l'avenir de QNET et de l'industrie de la vente directe dans son ensemble », a déclaré Malou Caluza, PDG de QNET. Et d'ajouter, « les événements virtuels sont un atout <inestimable : ils nous permettent de nous connecter à un public plus large et contournent toutes les limitations physiques telles que les frais de voyage et les restrictions de visa. Nous sommes ravis de continuer à organiser des événements et des activités dans un mode hybride pour garantir que chaque personne ait la



chance de découvrir les produits et ressources fantastiques, les plateformes de services innovantes et la communauté mondiale solide qu'offre QNET. »

L'IDENTITÉ DE QNET : TRANSFORMER L'ADVERSITÉ EN UNE SUCCESS STORY

QNET a été créé en 1998 lorsqu'un groupe d'entrepreneurs s'est retrouvé coincé dans une situation délicate. Ils avaient découvert que l'ancienne société de vente directe à laquelle ils étaient associés avait disparue du jour au lendemain avec des dettes de plus de 250.000 USD, une équipe de 100 personnes dans la subsistance dépendent d'eux.

À l'époque, le monde connaissait deux changements importants : la crise financière asiatique et la bulle Internet des années 90, qui ont mis en difficultés plusieurs économies mondiales.

Le dicton dit : « de l'adversité vient l'opportunité ». C'est la description parfaite de l'histoire de QNET. Les fondateurs de l'entreprise ont vu l'opportunité de créer leur propre entreprise pour soutenir les équipes qu'ils avaient constituées et ont combiné leurs connaissances et leur expertise dans la vente directe en tirant parti de la puissance du commerce électronique qui en était à ses premiers balbutiements.

« Il est vrai que les premières années chez QNET ont été difficiles », raconte Malou. Et d'ajouter, « j'ai commencé dans l'entreprise alors qu'elle n'avait que six mois. Non seulement nous étions confrontés à d'autres concurrents établis dans le secteur de la vente directe, la situation économique de l'époque était tout aussi inquiétante. Mais la vision de nos fondateurs et leur croyance en notre mission principale de RYTHM - Raise Yourself To Help Mankind, nous ont permis de nous adapter et de surmonter toutes les adversités pour faire de QNET un succès. Je suis ravi d'être ici aujourd'hui pour célébrer 23 ans de succès avec nos employés, distributeurs et clients du monde entier. »

À propos de QNET

QNET est l'une des principales sociétés de vente directe basées sur le commerce électronique en Asie. Elle offre une large gamme de produits de bien-être et de style de vie pour permettre aux gens de mener une vie meilleure. Le modèle commercial de QNET a aidé à autonomiser des millions d'entrepreneurs dans près de 100 pays à travers le monde depuis sa création en 1998.

QNET, dont le siège est situé à Hong Kong, a une présence locale dans plus de 25 pays à travers le monde.



QNET est membre de la Direct Selling Association dans plusieurs pays et fait également partie de la Hong Kong Health Food Association et de la Health Supplements Industry Association de Singapour, entre autres.

QNET est également active dans le parrainage sportif. Son partenariat le plus populaire dans le monde du football est celui qui la lie au Manchester City Football Club, en tant que partenaire officiel de vente directe.

Pour plus d'informations, veuillez visiter le site Web de QNET à l'adresse www.qnet.net