



**Amway**



**ZASADY KORZYSTANIA Z PORTALI  
SPOŁECZNOŚCIOWYCH W EUROPIE**

# Zasady korzystania z portali społecznościowych w Europie

Termin „Portal społecznościowy” obejmuje narzędzia internetowe umożliwiające zamieszczanie zawartości folderów, tworzenie profili, dzielenie się opiniami, doświadczeniami, zainteresowaniami i perspektywami oraz konwersacje i interakcje online między grupami ludzi. Narzędzia te to blogi, tablice ogłoszeń, fora internetowe, podkasty, filmy wideo, strony internetowe, strony networkingowe, społecznościowe i wiki.

Amway zaobserwował, że coraz więcej PA korzysta z portali społecznościowych – FACEBOOK™, MIXI™, TWITTER™, MYSPACE™, LIVEJOURNAL™, YOUTUBE™, aby łączyć się z innymi ludźmi. Amway przygotował zasady korzystania z portali społecznościowych w celu wsparcia PA w procesie wykorzystania maksymalnego potencjału portali społecznościowych przy jednoczesnym przestrzeganiu Zasad współpracy z Amway. Nie oznacza to zmiany obecnych Zasad współpracy z Amway – naszym celem jest wsparcie w procesie zastosowania zasad podczas działań na portalach społecznościowych. Niniejsze reguły pozostają zgodne z obecnymi Zasadami współpracy z Amway, odnoszącymi się do indywidualnych praktyk biznesowych.

## ■ BĄDŹ TRANSPARENTNY, AUTENTYCZNY I SZCZERY

Bądź szczery i prawdomówny w każdej sytuacji. Osoby, które wprowadzają w błąd i promują fałszywe twierdzenia w najlepszym wypadku zachowują się nieuczciwie, a w najgorszym robią coś nielegalnego, co może zaszkodzić ich własnej reputacji, reputacji ich biznesu Amway oraz całej firmy. Jeżeli jesteś otwarty, uczciwy i szczery, prawdopodobnie zbudujesz grupę lojalnych zwolenników. Przedstawienie prawdziwej sytuacji pomoże czytelnikom zrozumieć Twoją obecność online. Zawsze informuj o fakcie, że jesteś PA; w momencie, kiedy jesteś o to pytany i/lub w chwili, gdy rozmowy schodzą na tematy biznesowe.

## ■ ZAWSZE MÓW NA TEMAT I BĄDŹ WIARYGODNY. WYKREUJ WARTOŚĆ DODANĄ

Opowiadaj swoją historię w interesujący, szczery sposób. Pomyśl o pozytywnych aspektach, które chcesz zaprezentować swojej rodzinie, przyjaciołom oraz osobom czytającym to, co piszesz. Dostosuj wiadomości i posty do osób, do których mówisz – pisz/mów o tym, co spowoduje reakcję Twoich odbiorców. Dodaj wartość do konwersacji. Jeżeli chcesz opisać swoje doświadczenia, wykorzystaj techniki miękkiej sprzedaży.

Badania pokazują, że czytelników odrzuca przesadna reklama i retoryka.

Wykorzystaj zdobyte doświadczenie, dzieląc się z innymi swoją wiedzą. Przedstawiaj proste, solidne i trafne porady.

Oferując konstruktywne porady możesz zbudować wiarygodność i zdobyć zaufanie swoich czytelników.

## ■ WYKORZYSTANIE LOGOTYPÓW I ZDJĘĆ PRODUKTÓW

Wykorzystanie logotypów i zdjęć produktów AMWAY w profilach znajdujących się na portalach społecznościowych jest niedopuszczalne bez zgody Amway.

## ■ NAZWA TWOJEJ STRONY

W nazwie strony zabronione jest wykorzystywanie znaków handlowych i nazw handlowych należących do Amway. Sugerujemy używanie swojego pełnego imienia i nazwiska. Osoby, które szukają informacji o Tobie w Internecie, szybciej zapamiętają i będą wykorzystywać Twoje nazwisko niż skomplikowaną nazwę strony internetowej.

Akceptowane, np. „Imperium Piękna Anny Chang”  
Nieakceptowane, np. „Imperium SATINIQUE® Anny Chang” (niezatwierdzone wykorzystanie nazwy marki Amway).

## ■ ZAKAZ AKTYWNEGO POSZUKIWANIA OSÓB POTENCJALNIE ZAINTERESOWANYCH BIZNESEM AMWAY

Nie wykorzystuj portali społecznościowych do aktywnego poszukiwania osób potencjalnie zainteresowanych – może to odrzucać ludzi, co z kolei może mieć niekorzystny wpływ na reputację wszystkich PA i Amway.

Zapraszanie przyjaciół czy zwolenników do kontaktowania się w sprawie możliwości biznesowych jest dozwolone jedynie w przypadku, gdy w ustawieniach prywatności

na portalu społecznościowym włączona została opcja umożliwiająca stworzenie zamkniętej grupy.

## ■ POSZUKIWANIE KLIENTÓW

---

Te same zasady, które dotyczą poszukiwania osób potencjalnie zainteresowanych poza Internetem, dotyczą poszukiwania potencjalnych klientów w sieci. W związku z koniecznością dostosowania się do zasad reklamowania obowiązujących w biznesie Amway, klientów można poszukiwać w zamkniętej grupie.

## ■ TWIERDZENIA NA TEMAT BIZNESU I PRODUKTÓW

---

Twierdzenia na temat produktów muszą być prawidłowe i uzasadnione. Wykorzystywać można jedynie informacje bieżące, w dosłownej formie, publikowane przez Amway.

## ■ USTAWIENIA PRYWATNOŚCI

---

Większość portali społecznościowych umożliwia zarządzanie ustawieniami prywatności w celu kontrolowania dostępu do Twoich zdjęć, profilu, aktualizacji przez innych użytkowników. Amway zaleca, aby ustawieniami prywatności zarządzać w sposób umożliwiający dostęp do aktualizacji jedynie przyjaciółom i znajomym z pracy. Niektóre strony, takie jak TWITTER, wykorzystywane są w celu dzielenia się informacjami. Kiedy masz zamiar zostać uczestnikiem tego typu otwartych portali, stosuj się do Zasad współpracy z Amway, które pomogą Ci chronić reputację Twoją i Amway. W swoim profilu możesz umieścić adres Twojej osobistej strony internetowej, ale jeżeli dzielić się będziesz informacjami związanymi z Amway, pamiętaj, aby używać funkcji wiadomości bezpośredniej, jeżeli posty prowadzić będą do dalszych pytań na temat sprzedaży produktów lub możliwości biznesowych.

## ■ CROSS-LINING (KONKURENCJA WEWNĘTRZNA)

---

Jeżeli na portalu społecznościowym spotkasz PA z innej linii rekomendacji (LOS) lub z innej Organizacji Szkoleniowej (LOA), poproś o pomoc partnera z górnej linii rekomendacji. Portale społecznościowych nie wykorzystuj do spierania się, angażowania się w długie dyskusje lub wysyłania bezpośrednich wiadomości do innych PA odnośnie Twojej linii rekomendacji lub innych organizacji szkoleniowych.

## ■ FILMY WIDEO

---

Nie wykorzystuj żadnych materiałów, szczególnie filmów wideo stworzonych przez osoby lub jednostki inne niż Amway bez uzyskania wcześniejszej autoryzacji i opinii Amway odnośnie możliwości wykorzystania takich materiałów w środowisku portali społecznościowych. Na portalu YouTube nie zamieszczaj filmów wideo, które nie uzyskały autoryzacji Amway, są fałszywe, wprowadzające w błąd lub niewłaściwe.

PA/SKP mogą używać własności intelektualnej osób trzecich takich jak materiały chronione prawem autorskim, znaki towarowe, nazwy handlowe, znaki usługowe lub inne prawa własności intelektualnej osób trzecich tylko na podstawie wyraźnej zgody lub licencji wydanej przez właściciela tych praw własności intelektualnej.

PA/SKP ponosi osobistą odpowiedzialność za wszelkie naruszenia własności intelektualnej osób trzecich, Amway, jego filii lub każdego innego podmiotu z nim powiązanego, wynikające z użycia lub nadużycia przez PA/SKP jakiegokolwiek własności intelektualnej. PA/SKP powinien chronić Amway, jego filie i podmioty z nim powiązane przed odpowiedzialnością za wszelkie zobowiązania, koszty i szkody spowodowane lub wynikające z wszelkich tego typu roszczeń

## ■ REPUTACJA, REPUTACJA, REPUTACJA!

---

Portale społecznościowe są dobrym narzędziem do budowania międzynarodowej reputacji – Amway i Twojej.

Jeżeli przestrzegasz niniejszych zasad oraz Zasad współpracy z Amway, obecność na portalach społecznościowych może umocnić Twoją reputację, jak również międzynarodową reputację Amway. Więcej szczegółowych informacji i przykładów znajdziesz w dokumencie pt. „Zasady używania portali społecznościowych - wskazówki dla współpracujących z Amway.”, dostępnym na stronie internetowej [www.amway.pl](http://www.amway.pl).

## ■ NIESTOSOWANIE SIĘ DO ZASAD

---

Firma Amway rozpatrywać będzie wszelkie okoliczności lub skargi sugerujące potencjalne naruszenie niniejszych zasad, dążąc do zidentyfikowania wszelkich dowodów i faktów związanych z wyżej wymienionymi okolicznościami na podstawie sekcji 11 i 12 Zasad współpracy z Amway.

A decorative graphic in the bottom left corner consisting of three overlapping squares: a yellow one on top, a grey one on the left, and a blue one on the right.

## Twój Zespół Amway

Amway Polska Sp. z o. o.  
ul. Puławska 366a  
02-819 Warszawa

Tel.: +48 22 32 71 900 / +48 22 54 64 900  
Faks: +48 22 32 71 850

[www.amway.pl](http://www.amway.pl)

03/2015