



Amway



## СТАНДАРТИ ЗА ДИГИТАЛНИ КОМУНИКАЦИИ

ЯНУАРИ 2019

# СТАНДАРТИ ЗА ДИГИТАЛНИ КОМУНИКАЦИИ

Дигиталните комуникации са електронни трансмисии (като цяло през компютър или мобилно устройство) на текстови данни, изображения, видео, глас и друга информация, включително, но без ограничения, всички постове и публикации, предоставени на разположение в рамките на дигитална среда, включително електронни съобщения, видео, излъчване на живо, дигитални събития, подкастове, блог постове, мобилни приложения, реклами, форуми, уеб страници и чрез всяка социална медия или платформа за съобщения например Facebook®, YouTube Instagram®, Twitter®, WeChat®, VK®, Line®, LinkedIn®, WhatsApp® или Snapchat® (“Дигитални комуникации”).

## ■ ЗАДЪЛЖЕНИЯ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ

СБА трябва да спазват Правилата за поведение на Amway, Стандартите и Политиките, по-специално Европейските Стандарти за МБП и Политики и Политика за уеб-сайт и настоящите Стандарти за дигитални комуникации (“СДК”), по отношение на всички Дигитални комуникации относно възможността за бизнес с Amway, продуктите на Amway или услугите на Amway (пряко или косвено), или когато Дигиталните комуникации представляват Материали за бизнес подкрепа (МБП), съгласно дефиницията на Правилата.

СБА трябва винаги да спазват всички приложими закони, както и условията и правилата за използване на дигиталната платформа, която те използват. СБА трябва да бъдат честни, точни и да не подвеждат.

Amway може да изиска от СБА да премахне, отмени, оттегли, изтрие, промени или да предприеме действие по друг начин, съгласно исканията на Amway във връзка с неговите/нейните Дигитални комуникации. Моля, имайте предвид, че предоставените в този документ примери са само илюстрация и не обхващат всички ситуации, които са позволени или не са позволени.

## ■ ЗАБРАНЕНИ КОМУНИКАЦИИ - СПАМ

СБА никога не трябва да се ангажират в спам-комуникации.

Спам се дефинира като Дигитални комуникации, изпратени до лица, с които СБА няма лично, съществуващо предварително бизнес взаимоотношение във връзка с Amway (т.е. взаимни и преки бизнес взаимоотношения между СБА и лице, които се случват преди представяне на възможност за бизнес с Amway или продуктите на Amway). Спам също включва комуникации, изпратени до лица, които не са се съгласили да получават комуникацията или изпратени до лица, които изрично са посочили нежелание, т.е. изрично са поискали да бъдат премахнати от бъдеща комуникация.

„Съгласие“ е когато лицата търсят, за да открият и по желание избират да следват, харесват, бъдат ангажирани, абонирани или по друг начин демонстрират желание да получават Дигитални комуникации.

## ■ ИЗГРАЖДАНЕ НА ОНЛАЙН ОБЩНОСТИ

Онлайн общностите са групи от личности, които използват Дигитални комуникации, за да дискутират интереси или теми. СБА могат да изградят онлайн общности, за да дискутират възможност за бизнес с Amway като използват насочени или ненасочени комуникации. Използването на подход за насочена или ненасочена комуникация описан по-долу може да помогне на СБА да предотвратят спам. При никакви обстоятелства СБА няма право пряко или косвено да убеждава, подпомага, опитва да склонява или окуражава друг СБА, в или извън неговата/нейната общност да иска промяна на позиция в линията на спонсорство (ЛС).

### Изграждане на Вашата онлайн общност чрез ненасочена комуникация

СБА имат право да публикуват съдържание в публична или лична среда, като създават възможност за трети лица да откриват съдържанието и да се абонират за него. Това е известно като ненасочена комуникация. Подход на ненасочена комуникация е когато СБА създава или използва съдържание с дигитални собствениности, което изцяло притежава или контролира, така че трети лица да могат да го откриват и по желание да избират да следват, харесват, бъдат ангажирани или да се абонират или по друг начин изрично да покажат желание да получават Дигитални комуникации и в резултат, изразяват съгласие за него. Когато се изгражда общност, това гарантира, че лицата, които разглеждат съдържанието, не получават спам и са направили избор да се свържат със СБА.

### Примери за ненасочени комуникации:

- Дадено лице открива блог на СБА относно бизнес Amway и прави коментар. СБА **има право** да комуникира с това лице, тъй като СБА притежава или контролира дигиталната собственост, лицето е открило информацията и е изразило съгласие да се присъедини към общността, коментирайки в блога.
- СБА създава публична Facebook страница за своя бизнес Amway. Това е **позволено**, тъй като СБА притежава или контролира дигиталната собственост и лицето трябва да се съгласи да бъде включено в тази общност, за да вижда бъдещи публикации.
- СБА създава хаштаг #LifewithAmway и дадено лице открива СБА чрез търсене в Instagram. Това е

**позволено**, тъй като СБА притежава или контролира дигиталната собственост, където са публикували хаштага и лицето го е открило и е демонстрирало интерес към общността на СБА в Instagram, т.е. изразило е съгласие.

- СБА твитва относно гланц за устни Artistry Light Up на своя публичен профил в Twitter. Дадено лице търси на Twitter и открива и харесва твита. СБА последва лицето като твитва към него. Това е **позволено**, тъй като чрез харесването на твита лицето е демонстрирало интерес към общността на СБА, т.е. изразило е съгласие.
- СБА публикува връзка, която промотира неговия уеб-сайт Amway в коментари на публично видео на YouTube. Това **не е позволено**, защото СБА не притежава или не контролира дигиталната собственост (YouTube канала), на което коментира.

### Изграждане на Вашата онлайн общност чрез насочена комуникация

Подход на насочена комуникация е когато СБА директно се свързва с лица или насочва съдържание на дигитални собственици. Когато се изгражда общност, има два типа насочена комуникация: единият е позволен, докато другият - не е.

**Насочена комуникация - позволена:** СБА има право да изпраща дигитално съдържание на лица, с които той/тя има лични, предварително съществуващи бизнес взаимоотношения, тъй като те вече са част от общността на този СБА. В допълнение, СБА може да насочва дигитални комуникации към лица, които са се съгласили и са изразили интерес да се присъединят към общността на СБА.

### Позволена насочена комуникация - примери:

- СБА насочва съобщения относно продукти Nutrilite до лице, което го следва в Instagram. Това е **позволено**, тъй като лицето се е съгласило като е последвало СБА на неговата/нейната Instagram общност.
- СБА публикува съвети за красота на своята професионална Facebook страница, дадено лице открива и харесва публикацията и СБА изпраща директно съобщение до лицето, за да дискутират продуктите. Това е **позволено**, тъй като лицето се е съгласило да участва в общността като е харесало публикацията във Facebook.
- СБА се среща с дадено лице на благотворително събитие и както са се договорили, прави контакт с лично съобщение чрез WhatsApp относно възможност за бизнес с Amway. Това е **позволено**, тъй като по време на срещата, лицето е поискало да бъде осъществен контакт относно възможността за бизнес.
- СБА е едноличен собственик на Facebook група, посветена на интерес към лодки и публикува съдържание относно продукти на Amway за почистване на лодки. Като се имат предвид правилата за дигиталната собственост на собственика, това е **позволено**.
- Лице в онлайн група търси за препоръка като публикува „Търся дистрибутор на Amway“. Член на

групата предоставя името на СБА, който в последствие се свързва чрез лично съобщение. Това е **позволено**, тъй като чрез искането за препоръка лицето се е съгласило и СБА има право да се свърже с лицето.

**Насочена комуникация - непозволена:** СБА няма право да изпраща Дигитални комуникации на лица, с които той/тя няма лични, предварително съществуващи конкретни и действителни бизнес взаимоотношения, или до лица, които не са се съгласили да получават комуникация. Това се счита за спам и не е позволено, тъй като тези страни не са част от общността на този СБА.

### Непозволена насочена комуникация - примери:

- СБА изпраща съобщение до лице, което е открил на дискуссионно табло в група. Това **не е позволено**, тъй като СБА няма лични, предварително съществуващи взаимоотношения с това лице, нито лицето се е съгласило на комуникация или да бъде част от общността на СБА.
- СБА, който е член на голяма, професионална инженерна организация, придобива списък с електронните адреси на всички членове и ги кани чрез електронно съобщение на среща за проспекти. Това **не е позволено**, тъй като членството в професионална организация и придобиването на списък от електронни адреси не представлява лично, предварително съществуващо взаимоотношение и не предполага, че лицата са се съгласили да бъдат част от общността на СБА.
- СБА изпраща директно съобщение до член на група от възпитаници, когото не познава, относно възможност за бизнес с Amway чрез LinkedIn. Това **не е позволено**, тъй като СБА не притежава или не контролира LinkedIn групата и няма лично, предварително съществуващо взаимоотношение с лицето и затова това лице не е част от общността на СБА.

**Съдържание за лична среда на самия СБА, с изключение на излъчване на живо:** СБА имат право да публикуват или изпращат поверително следните типове съдържание до СБА общности:

- Списък на наличните и регистрирани/оторизирани МБП.
- Информация за промотиране на организация на обученията на СБА, включително, но без ограничение, дати на събития и цени за билети.

### Забранено съдържание за всяка среда

СБА нямат право да публикуват следните типове съдържание в лични или обществени общности:

- Информация за ЛС.
- Поверителни и/или бизнес конфиденциални материали, включително, но не само, информация за продукти преди лансиране, промени в мениджмънт, затваряне на заводи, придобивания и т.н.

### Комуникации в рамките на общността

След като дадено лице се е съгласило да бъде част от общността на СБА, всички комуникации с това лице са позволени, независимо дали те са насочени или

ненасочени, доколкото те са в съответствие с Правилата, Политиките и Стандартите. Подходите за насочени или ненасочени комуникации обаче трябва да бъдат използвани при изграждане на общности на СБА и трябва да са в съответствие с разделите по-долу.

## ■ ПРЕДСТАВЯНЕ НА ВЪЗМОЖНОСТТА ЗА БИЗНЕС С AMWAY

СБА може да презентира и представя възможността за бизнес с Amway на клиенти и потенциални СБА, включително като използва призив за действие на дигиталните собственисти, които СБА притежава или контролира, при условие че лицето се е съгласило на комуникации (ненасочени комуникации). Като алтернатива, СБА може да презентира на лице, с което има предварително съществуващо бизнес взаимоотношение (насочена комуникация).

### Генерирано от потребителя съдържание

СБА има право да презентира възможността за бизнес Amway и продуктите Amway като публикува генерирано от потребител съдържание, включително видео, аудио, изображения (продукти, хора и други) и изображения на самия себе си (селфи) с или без продукти на Amway, при условие че съпътстващият текст е верен, точен и не е подвеждащ. Обаче, генерирано от потребителя съдържание, съдържащо само интелектуална собственост на Amway (име на продукти/ брандове или лога) или продукти на Amway не може да бъде използвано в профилни снимки, снимки на корицата и други подобни съотносимии области в дигиталната собственост.

### Примери за презентиране:

- СБА публикува селфи на своя Instagram акаунт, на което държи продукт на Amway и добавя призив за действие: „Изпратете ми директно съобщение, за да научите повече за възможността за бизнес с Amway.“ Това е **позволено**, тъй като СБА притежава или контролира дигиталната собственост и тези, които избера да изпратят съобщение на СБА се съгласяват да получат допълнителна информация.
- СБА ретуитва пост от официалния Twitter акаунт на Amway относно възможността да станете Собственик на бизнес Amway. В ретуита, СБА споменава предимствата да бъдеш собственик на бизнес и моли своите последователи да се свържат с него/нея, за да се регистрират. Тоа е **позволено**, тъй като тези, които избера да следват, се съгласяват да получават повече информация за бизнеса.
- СБА публикува видео относно набиране на желаещи за бизнес Amway в блог на приятел. Това **не е позволено**, тъй като СБА не притежава и не контролира дигиталната собственост и затова хората в блога не са съгласили на тази комуникация.

## ■ ПРОДАЖБА/ТЪРГОВИЯ

СБА може да презентира продукти за продажба на клиенти и проспекти, включително като използва призив

за действие, на дигитални собственисти, които СБА притежава или контролира, при условие, че лицето се е съгласило да бъде част от общността на СБА.

СБА може да извършва действителни транзакции за продажба чрез

- Лични страници за търговия на дребно (ЛСТД), които се предлагат на Amway онлайн.
- Свой оторизиран от Amway уеб-сайт.
- СБА може винаги да извършва действителните транзакции за продажба офлайн.

### Ценообразуване

АВО може да не включва информация за ценообразуване (цена на продукта или отстъпки от цената на продукта) в цифрова собственост или цифрова комуникация освен в

- Частни цифрови комуникации от човек на човек, като текстови съобщения, директни съобщения, електронна поща и др.
- Директна връзка или публикация от официална дигитална собственост на Amway.

АВО може да включва информация за ценообразуване във всяка цифрова собственост, свързана с продажбата на дребно на продукти на Amway, а именно

- Неговият личен уебсайт за дребно (PRW).
- Неговият онлайн магазин, одобрен от Amway.

### Генерирано от потребителя съдържание/позициониране на продуктите

СБА има право да продава в съответствие с настоящите СДК като публикува генерирано от потребителя съдържание, включително видео, аудио, изображения (продукти, хора и други) и изображения на самия себе си (селфи) с или без продукти на Amway, при условие че съпътстващият текст е верен, точен и не е подвеждащ. Обаче, генерирано от потребителя съдържание, съдържащо само интелектуална собственост на Amway (име на продукти/ брандове или лога) или продукти на Amway не може да бъде използвано в профилни снимки, снимки на корицата и други подобни съотносимии области в дигиталната собственост.

СБА нямат право да използват или упълномощават лица, които не са СБА (инфлуенсъри, клиенти, търговци трети страни и т.н.) да продават или рекламират продукти и услуги на Amway от свое име, включително да използват каквито и да са подвеждащи тактики за увеличаване на продажбите или популярността на своите дигитални собственисти.

### Примери за продажби:

- СБА публикува призив за действие на Facebook страницата на Централата на Amway, с което окуражава хората да купуват от него. Това **не е позволено**, тъй като СБА не притежава или контролира Facebook страницата на Централата на Amway.
- СБА използва YouTube влогър, за да продава продукти на Amway и да промотира бизнеса на СБА. Влогърът може да промотира продуктите на Amway и да направи препратка към този СБА, при условие че влогърът не е получил компенсация за промоцията и референцията. Влогърът обаче няма право да продава продукти на Amway, тъй като той/

тя е трета страна, действаща от името на СБА и не е упълномощен да продава продукти на Amway.

## ■ СМЕСВАНЕ И ОКАЗВАНЕ НА ВЛИЯНИЕ НА ДРУГИ ОБЩНОСТИ/БИЗНЕСИ

Смесена дигитална собственост комбинира множество лични интереси или бизнеси на лична дигитална собственост на СБА. СБА имат право да смесват и оказват влияние със своя бизнес Amway с техни други социални общности и бизнеси. Това означава, че на смесени дигитални собственици, които СБА притежава или контролира, той/тя може да оказва влияние върху своите общности и бизнеси извън Amway, да продава продукти на Amway, както и да търси проспекти сред контактите, направени чрез този бизнес или общност. Това също означава, че в същата смесена дигитална собственост, СБА може да оказва влияние на своята общност Amway, да промотира, препоръчва и продава продукти, които не са на Amway и да търси проспекти чрез тази общност на Amway, при условие, че в момента СБА никога не е бил квалифициран на ниво Диамант или по-високо ниво. Смесената дигитална собственост на СБА не може да бъде посветена на единичен търговски бизнес или използвана за целите на онлайн търговия на дребно, т.е. дигитална собственост за транзакции на електронна търговия. СБА обаче не може да използва официални дигитални собственици на Amway или свои собствени дигитални собственици, посветени на Amway, за да търси проспекти за СБА или клиенти за членство, услуги или продукти в своя бизнес, който не е свързан с Amway. От друга страна, СБА не може да използва своите дигитални собственици, посветени на неговия/нейния бизнес, който не е свързан с Amway, за да рекламира или продава продукти Amway или услуги или да промотира възможността за бизнес с Amway. Смесената дигитална собственост трябва да спазва правилата и условията на тази собственост, общност или бизнес.

СБА не може да смесва или оказва влияние със следните бизнеси и общности:

- Продукти или конкурентни възможности за бизнес, като директни продажби или мултилевъл маркетинг бизнеси
- Продукти или услуги, които са забранени за продажба онлайн или които изискват лицензионен режим или разрешение за продажба, заеми, финансови инвестиции, правни услуги, медицински услуги, и т.н.
- Спорни бизнеси или начини на живот, например порнография, тютюн, политика, алтернативна медицина, религия, хазарт, инвестиционни схеми и т.н.

Общности, проектирани, за да привличат проспекти към Amway, например услуги включващи членство, обучения за начин на живот, консултации за женитба, духовно наставление, ораторство или развитие на предприемачески умения или всякакви услуги, които могат да бъдат използвани за привличане на хора към Amway, но предлагат продукти, услуги или интереси различни от Amway/ възможността за бизнес Amway. Освен това СБА може да смесват и свързват продукти, които директно

се конкурират и са функционално заменени с продукти от продуктовото портфолио на Amway. Въпреки това, СБА не могат да продават продукти на или чрез смесени дигитални собственици, нито могат да получават парична компенсация в замяна на смесването и свързването на такива продукти. При смесени общности, транзакциите за продажби на продукти Amway трябва да бъдат независими от транзакциите на продукти, които не са на Amway. СБА няма право да окомплектова продукти на Amway с други продукти като част от промоция или търговско предложение.

## Примери за смесване и оказване на влияние на други общности/бизнеси:

- СБА е ентузиаст по колоездене, който използва своята лична, нетърговска дигитална собственост, за да дискутира и споделя идеи с други ентузиастични колоездачи. СБА също използва тази дигитална собственост, за да промотира здравословен начин на живот чрез продукти Nutrilite и за продажби на аксесоари за колоездене. Това е **позволено**, тъй като СБА притежава или контролира дигиталната собственост, тя не съществува единствено за целите на онлайн търговия на дребно и всеки, който вижда съдържанието, трябва да се е съгласил на него.
- СБА на ниво Сребърен производител поддържа лична дигитална собственост, която съдържа информация относно нейното семейство, нейния бизнес Amway и нейния бизнес за ръчно правене на свещи. Тя публикува снимка на няколко свещи, като кани хората да се свържат с нея, ако искат да си купят. Това е **позволено**, тъй като СБА използва своята смесена дигитална собственост, за да продава продукти, които не са на Amway от позволен бизнес, различен от Amway, и тя още не е достигнала ниво Диамант на своя бизнес Amway.
- СБА поства в нейния блог списък с топ 5 любими червила, включващ едно червило Artistry. Това е **позволено**, тъй като дигиталната собственост е притежавана и контролирана от СБА, и тя може да смесва и свързва други продукти, които се конкурират директно с продуктите на Amway толкова дълго, колкото тя не ги продава на или чрез дигиталната собственост, или не получава парична компенсация за постове относно конкуриращи се продукти.
- СБА публикува на своя Instagram акаунт относно своя ресторантски бизнес информация за своя Amway бизнес. Това **не е позволено**, тъй като дигиталната собственост се използва единствено за ресторанта, самостоятелен търговски бизнес.
- СБА е музикант, който оперира уеб-сайт, за да промотира и продава своята музика. СБА използва своята специфична бизнес страница за Amway във Facebook, за да излъчва информация на живо относно своите предстоящи дати на турне и окуражава други СБА да закупят билети. Това **не е позволено**, тъй като СБА използва своята конкретна дигитална собственост за Amway, за да иска от проспекти да закупват билети за нейния бизнес, който не е свързан с Amway.
- СБА създава уеб-сайт, промотиращ нейната компания за лайф коучинг (обучения за начин на живот). Дадено

лице открива уеб-сайта и се среща със СБА, само за да открие, СБА използва уеб-сайта за да набира лица, които да бъдат Собственици на бизнес Amway. **Това не е позволено**, тъй като компанията е „фалшив“ бизнес и предоставената информация е подвеждаща.

## ■ РЕКЛАМА И ПРОМОЦИЯ

СБА имат право да рекламират като използват неплатени бизнес списъци на търсачки, включително да използват призив за действие, като използват един от следните одобрени от Amway шаблони (локализирани според пазара). Всички други формати изискват предварително одобрение от страна на Amway, за да се гарантира, но не само, правилното използване на IP на Amway и да се предотврати обръкване на марката.

### Примери за реклама:

- СБА създава вписване в Google My Business, за да рекламира своя бизнес Amway. Това е **позволено**, тъй като това е неплатено вписване за бизнес в търсачката. В допълнение, трябва да се използва одобрен от Amway шаблон.
- СБА създава спонсорирана реклама във Facebook на Artistry Crème LX™. Това **не е позволено**, тъй като това може да създаде обръкване с Amway.

## ■ ВИДЕО, АУДИО И ИЗЛЪЧВАНЕ НА ЖИВО

Видео, аудио и излъчване на живо (което включва видео и/или аудио [“Излъчване на живо”]) в рамките на Дигиталните комуникации като цяло не изисква предварително писмено одобрение от Amway, ако те се предоставят на собственици, които СБА притежава или контролира. СБА винаги имат опцията да представят видео и аудио на Amway за консултация и преглед преди публикуване [вижте раздел Подаване за одобрение в края на документа]. Съдържанието трябва да е съобразено с Правилата, Стандартите и Политиките на Amway.

Видео, аудио и излъчване на живо не могат да включват следното:

- Съдържание, създадено от доставчици на МБП и организации за подкрепа на СБА.
- Информация за ЛС.
- Неоторизирани искания.
- Списък на наличните МБП и цени (включително цени на билети).
- Поверителни и/или бизнес конфиденциални материали относно Amway, включително, но не само, информация за продукти преди лансиране, промени в мениджмънт, затваряне на заводи, придобивания и т.н.
- Всички други материали в разрез с Правилата, Стандартите и Политиките на Amway.

Излъчване на живо, когато не се запазват/запазва може да включва и следното:

- Информация за Плана за Продажби и Маркетинг на Amway със задължителни оповестявания включващи, но не само, как да правите пари и реализирате

доходи и квалификации, награди и възнаграждения от Amway.

- Разрешени МБП за проспекти
- Информация за промоции на организации за подкрепа на СБА, включително, без ограничение дати на събития и цени на билети.

Предварително писмено одобрение обаче се изисква за видео и аудио материал, включително запазени/запазени излъчвания на живо, които са направени с цел дистрибуция, продажба или използване по време на офлайн срещи.

В допълнение, видео, аудио и запазени/запазени излъчвания на живо, които съдържат следните елементи, също изискват СБА да получи предварително писмено одобрение от страна на Amway:

- План: Съдържание, използвано за описание на информация от План за продажби и маркетинг на Amway, включително, но не само, как да се правят продажби и да се получават приходи и квалификации, награди и възнаграждения чрез Amway, независимо дали за използване с проспекти или обучение на СБА за показване на Плана.
- Твърдения за продукти: Съдържание, което се отклонява от одобрените твърдения за продукти на Amway.
- Проспекти: Съдържание, свързано с обучение на проспекти, набиране на проспекти и техники за спонсориране.
- Презентиране на приходи.
- Интелектуална собственост на трети страни, включително, но не само, музика, знаци, логотипи, графики и изображения (които също изискват одобрение от третата страна).

## ■ УЕБ-САЙТОВЕ, МОБИЛНИ ПРИЛОЖЕНИЯ, ПОДКАСТОВЕ И БЛОГОВЕ

СБА трябва да получи предварителен преглед и оторизация от страна на Amway за концепции на уеб-сайтове, мобилни приложения, подкастове и блогове. URL не трябва да бъде измамен или подвеждащ или да нарушава Правилата за поведение на Amway (например Ezmoney. com, Retirenow@EU.com, Nosellingrequired.com).

### Уеб-сайтове на СБА

Ако СБА реши да създаде уеб-сайт в подкрепа на своя бизнес Amway, той трябва да съответства не само на Правилата за поведение на Amway, но и специално на настоящите Стандарти за дигитални комуникации.

Уеб-сайтовете на СБА са всички уеб-страници, генерирани за подкрепа и развитие на неговия бизнес Amway, независимо кой изгражда или хоства уеб-сайта на СБА. Всички уеб-сайтове трябва да бъдат подадени на Amway за преглед и оторизация преди тяхното стартиране. Това се прилага също за всички изменения, направени на оторизиран уеб сайт. Amway си запазва правото да наблюдава всички уеб сайтове на собственици на Amway бизнес за точност на съдържание и одобрено съдържание

и да предприема необходимите действия срещу всеки собственик на Amway бизнес, чийто сайт не следва указанията тук или други приложими разпоредби.

Прегледът и разрешението на Amway ще бъдат извършвани в съответствие с Правилата за поведение, Политиките и Стандартите на Amway. Съгласието на Amway за уеб-сайта и за всяка промяна в него не може да бъде отказвано неоснователно. СБА носят отговорност за съответствие с всички приложими закони и разпоредби по отношение на техните уеб-сайтове. Прегледът и оторизацията на уеб-сайтове на СБА от страна на Amway се ограничава до определени аспекти на тяхното съдържание, в частност по отношение на Правилата за поведение, Политиките и Стандартите на Amway и Учредителните документи, но няма намерение да разглежда, нито може да разглежда съответствие с всички закони и разпоредби, приложими към уеб сайта и следователно не освобождава СБА от неговата отговорност.

**Некорпоративни продукти, услуги или възможности за бизнес:** На уеб сайтовете на собственици на Amway бизнес не могат да се предлагат, презентират или продават продукти и услуги, различни от продуктите и услугите, предлагани от Amway, пряко или косвено чрез рекламен банер, връзка или рамка.

**Клиенти, низходяща линия и информация за потребители на сайта:** СБА трябва да публикува подходяща декларация за поверителност на своя уеб-сайт в съответствие с Политиката за поверителност на Amway и приложимото законодателство и разпоредби; това може да изисква СБА да потърси юридически съвет, който да гарантира, че неговите политики за поверителност са в съответствие с приложимото законодателство. Уеб-сайт може да изисква от всеки посетител да предостави лична информация до необходимата степен, която да позволи на посетителя възможността да изпрати имейл на операторите на сайта. В случай че уеб сайт на СБА предлага на посетителите възможност да изпратят имейл на собствениците на сайта, уеб сайтът трябва ясно да посочва, че използването на тази функция за имейл автоматично ще предостави на СБА адресът на имейла на потребителя и че този адрес ще бъде използван само за отговор на въпросите на посетителя, и без съгласието на посетителя няма да бъде използван за други цели.

**Приложимо законодателство и юрисдикция:** СБА трябва ясно да посочат законодателството и юрисдикцията, които са приложими към техните уеб-сайтове и предприетите транзакции от подобни уеб сайтове. Информация за собственост (изисквана по закон информация за собственика на уеб-сайта) трябва да бъде включена на място и трябва да бъде лесно откриваема от клиент.

**Обновяване на уеб-сайта:** Всички уеб-сайтове на СБА трябва да се обновяват редовно или поради определено събитие и трябва да съдържат декларация, указваща последната дата, на която сайтът е бил обновен. Всички изменения трябва да се изпращат на Amway за преглед и одобрение преди да бъдат публикувани.

### **Специални условия за качество за онлайн магазини**

Стандартите за качество на Amway осигуряват професионално и адекватно предлагане на продуктите на Amway и изграждане на доверие в марката Amway и продуктите марки на Amway. За да се осигури постоянство със стандартите за качество, заложи от Amway на официалните уеб сайтове на Amway по отношение на представянето и продажбата на продукти на Amway, тук са дефинирани условията за качество, които трябва да се спазят, когато СБА решат да създадат уеб сайт, свързан с Amway, бизнес възможността Amway и продуктите и услугите на Amway.

Тези условия отразяват стандартите за качество, заложи от Amway при създаването на официален уеб-сайт на Amway.

1. Личната информация на СБА трябва да е свързана с неговия Amway бизнес и личните постижения в Amway бизнеса.
2. Личните снимки и всички видео / аудио обръщения трябва да са в бизнес стил и свързани с Amway бизнеса.
3. Създайте ясно и добре подредено Интернет присъствие, професионално и адекватно по отношение на дизайн, стил и вид, сравними с професионалния стил на официалните уеб сайтове на Amway.
4. "Стандарти за качество за представяне на бизнес възможността Amway" - критериите, са следните:
  - ◆ Информацията за Amway и бизнес възможността Amway трябва да е вярна и точна, базирана на текущи факти.
  - ◆ Информацията за произход и статистика на икономическите тенденции и общата бизнес среда, бъдещите изчисления трябва да може да се идентифицира и да има точен източник.
  - ◆ Сайтовете с информация за бизнес възможност трябва да са защитени от парола.
5. "Стандарти за качество за публично предлагане на продукти на Amway" - критериите са следните:
  - ◆ За да предотвратите неверни, подвеждащи или неуместни твърдения към продуктите на Amway или други нарушения на приложимото законодателство, СБА трябва
    - (a) да използват само официални снимки на продуктите на Amway, лицензирани от Amway за това конкретно използване, или снимки, сравними като стил и качество.
    - (b) да използват само твърдения и декларации за продуктите, които са публикувани в актуалната литература на Amway или на официалните уеб-сайтове на Amway, предназначени за използване пред клиенти на съответния пазар. **Всяко изображение на продукти, разпространявани от Amway, което се появява на сайта, трябва да бъде изрично одобрено и лицензирано от Amway.**
  - ◆ Всички изисквани и необходими търговски марки и обозначения на авторско право трябва да се виждат ясно на сайта.
  - ◆ Спазвайте всички законни изисквания, както са изброени по-долу като например: Предоставяйте

точна и вярна информация на клиентите преди продажба през Интернет по точен и лесно достъпен начин. Това може да включва (като пример) следното:

- (a) Цялата информация трябва да бъде предоставена на езика на целевия пазар или пазари на уеб-сайта
- (b) Идентичността на СБА като доставчик на продуктите, както и адреса на неговото място на бизнес и към който адрес клиентът може да адресира всякакви оплаквания;
- (c) описание на стоките/услугите, предлагани за продажба на уеб-сайта на СБА;
- (d) цената на стоките или услугите, включително всички данъци (например ДДС);
- (e) разходите за доставка, ако има, и методът на доставка;
- (f) описание на метода на плащане;
- (g) уведомление, че клиентът може да промени намерението си за извършване на покупка в срок от две седмици без неустойка и, в някои случаи, като заплати само директните разходи за връщане на стоките на продавача („право на оттегляне“);
- (h) информация как да се упражни правото на оттегляне;
- (i) информация за всички услуги и гаранции след продажба.

Националните разпоредби, които прилагат правилата на ЕС Директивата относно дистанционни продажби или аналогично национално законодателство могат да променят точната информация, която се изисква да бъде предоставена на клиенти по някои аспекти.

**СБА винаги трябва да се консултират с юрист на местно ниво, за да се уверят, че техните уеб-сайтове предоставят цялата уместна информация, изисквана от националното законодателство.**

◆ Качество, както е дефинирано в общите стандарти за качество, например:

- (a) Обща ползваемост, по отношение на ясна визуална йерархия, лесни за отличаване водещи нива, лесни за разбиране и постоянна навигация.
- (b) Използване на уместен език
- (c) Представяне на сайта, структура и дизайн на сайта
- (d) Достъпност за потребители
- (e) Достъпност за устройства - приемливо ли работи сайта с различни браузъри, когато се печата или на преносими устройства.
- (f) Използвайте система за обезпечаване на плащанията, за да гарантирате сигурността на трансфер на данни и плащания.

6. Допълнително уместно съдържание:

◆ Онлайн формуляри и онлайн обработка на поръчки, които са в съответствие с приложимото национално законодателство и разпоредби, които позволяват купувачите да идентифицират и коригират всякакви грешки или да променят

своята поръчка, да изразяват свободно и информирано съгласие за покупка, и да поддържат пълен и точен запис на своята покупка.

◆ Лесни за използване, защитени механизми на плащане и информация за нивото на сигурност, което подобни механизми позволяват, в съответствие с приложимите закони и разпоредби за защита на данните.

## ■ ДИГИТАЛНИ СЪБИТИЯ

СБА имат право да домакинстват дигитални или виртуални събития във връзка с бизнеса на СБА, при условие че СБА спазва Правилата, Стандартите и Политиките и дигиталното събитие се провежда на собственост, която СБА притежава или контролира. Дигитални събития се дефинират като събития, провеждани във виртуална среда за определен период от време, с обща тема и конкретна група или общност (“Дигитални събития”). Дигиталните събития на собствености, които СБА не притежава или контролира, не са позволени без предварително писмено одобрение от страна на Amway и позволение от страна на домакина на събитието.

Всички Дигитални събития трябва да съответстват на следните изисквания:

- Ако се продават продукти, те трябва да бъдат в съответствие с темата на събитието.
- Всички онлайн продажби, направени по време на събитието, трябва да бъдат реализирани чрез PRW на СБА или оторизиран уеб-сайт на Amway. Продажби могат да се правят и офлайн.
- Amway трябва да одобри предварително всички материали, които ще бъдат използвани или предоставени на разположение по друг начин по време на събитието.
- Списък на налични и регистрирани/одобри МБП и информация за промоция на организация на обученията на СБА събития и билети е позволена само в общност, която се състои от СБА. Ако информацията за Плана за продажби и маркетинг на Amway бъде предоставяна на общност, която не се състои от СБА, тя трябва да бъде представена на Amway за одобрение.
- Съдържание от трети страни не може да бъде използвано без предварителното писмено одобрение от тази страна и от страна на Amway.

### Примери за дигитални събития:

- СБА създава виртуално Artistry парти във Facebook. Това е **позволено**, тъй като е на собственост, която СБА притежава или контролира.
- СБА създава публична покана във Facebook за събитие, за да рекламира свое предстоящо кулинарно събитие на Amway. Това е **позволено**, тъй като СБА притежава или контролира дигиталната собственост.
- СБА е поканен да бъде интервюиран за подкаст, в който дискутира своя опит с бизнеса Amway и продуктите на Amway. Това е **позволено** с предварителното писмено одобрение от страна на Amway, тъй като е на собственост, която СБА не притежава или не контролира.



- СБА се присъединява към виртуално парти по красота във Facebook в публичната група на приятел и започва да рекламира своя бизнес Amway. Това **не е позволено**, тъй като СБА не е получил предварително писмено одобрение от Amway или одобрението на домакиня, както и събитието е на собственост, която СБА не притежава или не контролира.

## ■ ТВЪРДЕНИЯ ЗА AMWAY

Твърденията относно Плана на Amway, възможността за бизнес, продуктите или услугите, предлагани чрез или от Amway, трябва да бъдат верни, точни и да не са подвеждащи, в съответствие с националното законодателство за реклама. Твърденията за продуктите и услугите на Amway трябва да използват език, специално одобрен от Amway, и не могат да бъдат променени (забележка към местните филиали: референтно местоположение на твърденията).

### Доходи и начин на живот

Всички представяния за пряк и косвен доход трябва да осигуряват реалистична, непреувеличена картина на потенциала за доход и очакванията за начина на живот. Материалите за доходи, начин на живот и Плана, които показват как средствата се изкарват чрез бизнеса Amway, може да изискват използване на съответно оповестяване.

### Пример за доходи и начин на живот:

СБА публикува в Instagram снимка на чекът, спечелен от Amway и пише, че е постигнал една от годишните си цели и е доволен, че е получил признание за тежката работа. Това е позволено, тъй като СБА може да публикува личните си преживявания ако твърденията са истинни, точни и неподвеждащи.

### Потвърждения и свидетелства

Потвържденията и свидетелствата трябва да отразяват искреното мнение, вярване или опит на техния издател. Потвърждение или свидетелство не може да бъде използвано за твърдение, което Amway не може да направи законно. СБА не трябва да предоставят никакви форми на компенсация в замяна на потвърждение, свидетелство или положителни мнения, с изключение на предоставяне на мостри на продукти. СБА нямат право да предоставят никаква форма на компенсация за закупуване на последователи или харесвания.

Ако между лицето, предоставящо потвърждение или свидетелство и Amway съществува някаква материална връзка и тази материална връзка не е известна или не се очаква от аудиторията, тя трябва да бъде разкрита. Например, материална връзка може да включва факта, че лицето е получило безплатен продукт в замяна на предоставяне на потвърждение или свидетелство, или лицето, което предоставя потвърждение или свидетелство е СБА. Оповестяванията трябва да бъдат ясни, видими, изразими, четливи и близо до твърдението.

### Примери за потвърждения и свидетелства:

- СБА ретуиращо свидетелство на клиент колко страхотно изглежда косата му след използване на мостра от

шампоана Satinique™. Това е **позволено**, тъй като разкриването на безплатния продукт е включено в туйта, и клиентът не е получил допълнителна компенсация.

- СБА предоставя на влогър две опаковки от SA8™ в замяна на положителни прегледи на нейния влог. Това **не е позволено**, тъй като количеството на продукта не е мостра.

### Изображения и видео материали “Преди и след”

Изображения и видео материали “Преди и след” са форма на свидетелство, независимо дали изображенията и видео материалите илюстрират СБА или някой друг. Свидетелството не може да бъде използвано за твърдение, което Amway не може да направи законно.

СБА трябва да получи предварително писмено одобрение от Amway за всички изображения и видео материали “преди и след”, които касаят продукти на Amway или тяхното използване. Следните изображения и видео материали “Преди и след” не изискват предварително писмено одобрение:

- Предоставени от Amway изображения и видео материали “Преди и след”, включително с всички задължителни оповестявания.
- Използване на цветна козметика (грим, това не включва продукти за грижа за кожата на лицето).
- Изображенията и видео материалите не могат да включват никакви надписи, текст или аудио, които надвишават обхвата на което и да е твърдение, което Amway е направило за продукта.
- Изображението или видеото не може да представят, показват или споменават продукти на трети страни.

Ако между лицето, предоставящо потвърждение или свидетелство и Amway съществува някаква материална връзка и тази материална връзка не е известна или не се очаква от аудиторията, тя трябва да бъде оповестена. Оповестяването трябва да бъде ясно, видимо, изразимо, четливо и близо до твърдението.

### Продуктови демонстрации

Продуктовите демонстрации са представяния на продуктите на Amway, които включват действително използване на продуктите, за да се покаже тяхната функция или резултат, който може да бъде постигнат от използване на продукта.

СБА трябва да получат предварително писмено одобрение от Amway за всички продуктови демонстрации, касаещи продукти на Amway. Следните продуктови демонстрации обаче не изискват предварително писмено одобрение:

- Използване на публикувани от Amway инструкции, които се следват стриктно.
- Предоставени от Amway продуктови демонстрации.
- Демонстрации, включващи използване на цветна козметика (грим, това не включва продукти за грижа за кожата на лицето) на Amway.
- Тези, които илюстрират СБА, използващи съдове за готвене на Amway в съответствие с тяхното предназначение (т.е. да приготвят и готвят храна).

Продуктовите демонстрации не могат да включват никакви надписи, текст или аудио, които надвишават обхвата на което и да е твърдение, което Amway е

направило за продукта. Продуктовите демонстрации не могат да представят, показват или споменават продукти на трети страни.

## ■ ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ

Интелектуалната собственост е творческа творба, върху която някой има права и за която може да се кандидатства за патент, авторско право, търговска марка и т.н. СБА може да използва само интелектуална собственост притежавана от Amway или от трета страна, за която е получило права за използване. Интелектуалната собственост може да включва музика, изображения, аудио, видео, текст, търговски марки, лога или други творби.

### Материали с авторско право

Материалите с авторско право включват, без ограничение, музика, книги, списания, статии и други писмени творби, включително извлечения и преводи, речи, фотографии, произведения на изкуството, включително онлайн изображения, уеб-сайтове, блогове и други публикации в социални медии, видео, филми, представления, скулптури, сгради и триизмерни форми и компютърен софтуер.

### Използване на материали, създадени от Amway

СБА няма право да използва материали с авторско право, създадени от Amway, без предварително съгласие, освен ако СБА не ги е получил от одобрени източници, както са посочени от Amway (моля, вижте [www.amway.bg](http://www.amway.bg)). СБА няма нужда от разрешение да споделя или изпраща връзка към официални дигитални собственици на Amway.

### Примери за използване на материали, създадени от Amway

- СБА споделя на своята страница изображение от официалната Facebook страница на Amway, която рекламира марката L.O.C. СБА **има право** да споделя публикацията, тъй като няма нужда от предварително разрешение да споделя официални дигитални собственици на Amway.
- СБА кликва с десен бутон и запазва или прави екранна снимка на изображение от продуктивния раздел на [Amway.com](http://Amway.com) и го публикува на своя профил в Twitter. Това **не е позволено**, тъй като правото за изображението може да се отнася единствено до уеб-сайта на компанията (например модели във фотография на уеб-сайта) и може да не се отнася до използване от страна на СБА. В допълнение може да се наруши качеството на изображението. СБА трябва да получи изображението от одобрен източник на Amway, за да се увери, че СБА използва висококачествено изображение с права за ползване.

### Използване на материали, създадени от трети страни

СБА не може да използва материали с авторско право от трети страни без предварителното придобиване на съответното писмено възлагане, лиценз или друго право от собственика на авторското право, освен ако

използването не е позволено по друг начин от приложимото законодателство. СБА трябва да запазва всички писмени разрешения, които получава за използване на материали с авторско право и да ги предостави на Amway при поискване. СБА трябва да спазва всички закони за авторско право в своите Дигитални комуникации.

Споделянето на връзка или използването на бутон за споделяне на статия, блог публикация или публикация в социална медия, написани от трета страна, е позволено, при условие че публикуваната връзка не е съпътствана от референции към продукти на Amway или възможност за бизнес с Amway. В допълнение, коментарите към публикуваната връзка не трябва да включват препратки към продукти на Amway или възможност за бизнес с Amway.

### Примери за използване на материали, създадени от трети страни:

- СБА чете онлайн статия в USA Today, която дискутира потенциалната връзка между рибното масло и намаляването на риска от сърдечни заболявания. СБА споделя статията в своя Facebook акаунт със следния текст: “Наистина интересна статия за потенциалната връзка между рибното масло и сърдечните заболявания.” Това **е позволено**, тъй като коментара на СБА не включва препратка към продукти на Amway.
- Forbes® публикува на своята официална Facebook страница връзка към статия на своя уеб-сайт. СБА споделя статията със своите последователи във Facebook. Ако оригиналната публикация на Forbes съдържа функция за “Споделяне”, Amway не забравяна на СБА да сподели тази публикация. Това **е позволено**, доколкото всички коментари, добавени от СБА са в съответствие с другите раздели на настоящите СДК. Например, съдържанието не трябва да предполага, че Forbes рекламира или по някакъв начин е свързано със СБА или Amway.
- СБА споделя статия на трета страна, която представя продукт на Amway на своя Twitter акаунт и коментира: “Вижте тази статия.” Това **е позволено**, тъй като коментара на СБА не включва препратка към продукти на Amway или бизнес.
- СБА се абонира към списание Forbes, вижда в него статия, която дискутира възможност за бизнес с Amway и споделя снимки на корицата и страниците от статията на своя Instagram. Това **не е позволено**, освен ако СБА не е получил предварително писмено съгласие от Forbes.
- СБА вижда видео в YouTube, създадено от друг СБА. СБА изтегля видеото и след това го качва във Facebook, като го споделя с всички свои последователи. Това **не е позволено**, освен ако СБА не е получил писмено разрешение от оригиналния собственик.
- СБА споделя статия от New York Times® на своя Facebook акаунт със следния текст: “Наистина интересна статия за потенциалната връзка между витамин D и депресията. Свържете се с мен, ако искате повече информация относно новата хранителна добавка Nutrilite витамин D!” Това **не е позволено**, тъй като публикацията включва препратка

към продукт на Amway и създава впечатление, че хранителната добавка Nutrilite Витамин D намалява или би могла да намали риска от депресия. Amway няма доказателства за подобно твърдение.

- СБА копира изображение от бест-селър книга от Google Изображения и я публикува в социалните медии. Това **не е позволено**, тъй като СБА не притежава правата за изображението.

### Музика

Музиката, която се възпроизвежда, свири, представя, записва, излъчва или предава през Интернет не може да бъде използвана без съответното писмено възлагане, лиценз или друго право на собственика или чрез приложимите закони, които позволяват използването. **КОГАТО СЕ ИЗПОЛЗВА ЗАПИСАНА МУЗИКА, ЧЕСТО СЕ ИЗИСКВА ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ЛИЦЕНЗ.** Всички получени писмени разрешения трябва да бъдат запазени от СБА и предоставени на Amway при поискване.

### Примери за музика:

- СБА записва 20 секунди демонстрация на нанасяне на грим, която представя продукти Artistry. Преди да публикува във Facebook, тя добавя 20 секунди от популярна песен като фонова музика. Освен ако СБА не е получил подходящ лиценз за този запис, публикацията **не е позволена**.
- СБА прави видео от 30 секунди на музикално изпълнение на живо на събитие на Amway и го публикува във Facebook. Освен ако координаторите на събитието не да изрично одобрили тази дейност или ако СБА независимо осигури правата за използване на изпълнението по този начин, това **не е позволено**.

### Права на публичност

“Правото на публичност” на дадено лице е правото му да контролира и печели от търговското използване на неговия собствен образ, включително неговите име, изображение, глас или други аспекти на неговата идентичност. От СБА се очаква да уважават правата на другите на публичност и да спазват всички приложими закони в Дигиталните комуникации на СБА и да спазват изискванията на други лица да спрат да използват техни образи. СБА няма право да използва правото на публичност на друго лице, за да рекламира своя бизнес без да получи предварително писмено съгласие от това лице.

Amway забранява СБА да публикуват съдържание, което съдържат образи на други лица или които видимо представят трета страна, освен ако СБА не е получил писмено разрешение от лицето, което се появява в съдържанието или Amway е одобрило това съдържание по някакъв начин.

### Примери за права на публичност:

- СБА е на плажа и прави селфи като държи кенче от XS power drink. На заден план могат да се видят група от хора, но камерата е фокусирана върху СБА и аспекти за идентификация на хората на заден план не могат да бъдат определени лесно. СБА публикува тази снимка с надпис “Невероятен ден на плажа, зареден от марката XS!” Вижте връзка в bio-то за повече информация как

да вземете вашите продукти XS!” Това е **позволено**, обаче Amway очаква от СБА да свали публикацията, ако хората са разпознаваеми на снимката и поискат публикацията да бъде премахната.

- СБА си прави селфи, на което популярен автор, на когото е платено да изнесе лекция и да раздаде автографи на събитие на Amway е на фокус на заден план. Това е **позволено**, при условие че указанията за събитието позволяват снимки на автора по време на събитието. Ако е позволено, СБА може да не загатва, че авторът е свързан с или подкрепя Amway.
- СБА ретуираща снимка на известен сноубордист, който пие XS power drink с надпис “Проверете това! Топ-атлети гарантират за марката XS™!” Това **не е позволено**, освен ако СБА не е получил писмено разрешение от сноубордиста.
- СБА е на плажа и прави селфи като държи кенче от XS power drink. Двама случайни минувачи влизат в кадъра на СБА като показват палци в знак на одобрение. СБА публикува тази снимка с надпис “Невероятен ден на плажа! Всички обичат XS™ power drinks! Вижте връзка в bio-то за повече информация как да вземете вашите продукти XS™!” Освен ако тези двама души не са предоставили съгласие на СБА, това **не е позволено** и създава впечатлението, че тези хора рекламират продуктите XS.

### Използване на търговска марка

СБА няма право да копира, разпространява или по друг начин да използва търговските марки на Amway или Alticor без предварителното писмено одобрение от страна на Amway. Търговските марки, собственост на Amway или Alticor и творческите произведения на лого, снимки на продукти и корпоративни изображения могат да бъдат получени само от одобрени източници, както са определени от Amway.

СБА няма право да копира, разпространява или по друг начин да използва търговските марки на трети страни без подходящо писмено възлагане, лиценз или друго право от собственика на търговската марка.

### Търговските марки на Amway

Търговските марки на Amway – включително Amway™, Nutrilite™, Artistry™, XS™ и други марки, лого или имена, които в момента се използват или могат да бъдат използвани в бъдеще – са от изключителна стойност за Amway.

Amway очаква от СБА да уважава нейните права като използва единствено търговски марки, собственост на Amway или Alticor и творческите произведения на лого, снимки на продукти и корпоративни изображения могат да бъдат поучени само от одобрени източници, както се определе определеноени от Amway.

СБА може да използва тези нередактирани ресурси без да иска предварително одобрение от страна на Amway. Когато се създава дигитална собственост (като Facebook или Instagram акаунт или уеб-сайт), СБА може да използва името на марката Amway (само като текст), за да опише връзката на СБА с Amway, както е уместно в “относно”, “bio” или сходни области на дигиталната собственост без да иска предварително одобрение.

СБА не може да използва притежавани от Amway търговски марки (продуктови имена или имена на брандове), изображения на продукти или брандове в името на домейна си, потребителското си име, името на страницата, имейл адрес, псевдоним, аватар, заден фон или други подобни области на дигиталната собственост, освен ако не е получил предварително писмено одобрение от Amway.

С изключение на активи, придобити от одобрени източници и които са описани в настоящия раздел, СБА няма право да копира, разпространява или използва по друг начин търговските марки на Amway без предварителното писмено одобрение от страна на Amway.

#### Примери за търговски марки на Amway:

- СБА създава Facebook страница в раздела за информация посочва “Собственик на бизнес Amway. Запазен по BodyKey и контрол на телото. Изпратете директно съобщение за повече информация.” Това е **позволено**, тъй като марката Amway може да бъде използвана в раздел информация.
- СБА създава Instagram акаунт с името username@amwayking. Това **не е позволено**, тъй като СБА използва Amway в потребителското име.
- СБА създава Twitter акаунт с името “My Nutrilite Account.” Това **не е позволено**, тъй като СБА използва притежавана от Amway марка - Nutrilite, в името.

#### Търговски марки на трети страни

СБА носи отговорност да не нарушава правата на търговските марки на трети страни в своите Дигитални комуникации. СБА няма право да представя или използва търговски марки на трети страни в дигитални комуникации по начин, който погрешно предполага сдружение или спонсорство между СБА или Amway и тази трета страна.

#### Примери за търговски марки на трети страни:

- СБА публикува изображение с логото на своята СБА организация на своя Instagram акаунт. Това е **позволено**, при условие че СБА организацията одобрява използването на логото търговска марка.
- СБА публикува видео във Facebook, което демонстрира (при пълно съответствие с правилата за твърдения на продукти) как продуктите на Amway се използват в кухнята. СБА има готварска книга на известен готвач, която е поставена на плота до продуктите на Amway и носи тениска с неговото лого, избродирана в предната част. Това **не е позволено**, тъй като публикуването на видеото може да бъде интерпретирано като предположение за съдружие между СБА и този готвач и/или между Amway и този готвач.

#### ■ ПОДАВАНЕ ЗА ОТОРИЗАЦИЯ

БМП често се приемат като книги, брошури, компакт-дискове и т.н., използвани за подкрепа, обучение, мотивация и допълнителна информация за СБА, проспекти и клиенти (вижте правило 7 на Правилата за поведение

на Amway и Европейските стандарти и политика за БМП). БМП могат също да включват дигитални активи като приложения, уеб-сайтове, подкастове и видео. Всички дигитални БМП трябва да съответстват на Правилата заложи в Стандартите и политиката за БМП.

Съгласно правилата, БМП трябва да бъдат подавани на Amway за преглед и одобрение преди тяхното използване. Дигиталните комуникации, които са БМП, но са спонтанни по своя характер, не изискват предварително одобрение, освен ако това изрично не е посочено в настоящите СДК. Следва списък на Дигиталните комуникации, които изискват предварително писмено одобрение от Amway преди използване:

- Интелектуална собственост на Amway, Alticor и трети страни.
- Изображения и видео материали “Преди и след” (генерирани от потребител, с изключение на цветна козметика).
- Концепции за блог.
- Дигитални събития, които използват интелектуална собственост на трети страни.
- Дигитални събития на собствености, които не са притежавани или контролирани от СБА.
- Дигитални събития, провеждани в общности, които не се състоят от СБА и където се разкрива информация за Плана за продажби и маркетинг на Amway.
- Мобилни приложения.
- Подкастове.
- Продуктови демонстрации (направени от потребител, с изключение на цветна козметика, съдове за готвене и готвене).
- Видео, аудио и запазени/запазени излъчвания на живо, които съдържат:
- План, Твърдения за продукти, Проспекти, Представяне за доходи и IP на трети страни
- Уеб-сайтове.

СБА трябва да изпрати всички заявки за преглед и одобрение до Бизнес поведение и правила. Заявките трябва да включват име и номер на СБА, съдържание и предназначение на използване.

Facebook® е регистрирана търговска марка на Facebook, Inc.; YouTube е регистрирана търговска марка на Google Inc.; Instagram® е регистрирана търговска марка на Instagram, LLC; Twitter® е регистрирана търговска марка на Twitter, Inc.; Wechat® е регистрирана търговска марка на Tencent Holdings Ltd.; VK® е регистрирана търговска марка на Limited Liability Company „V Kontakte“; Line® е търговска марка на Line Corporation; WhatsApp® е регистрирана търговска марка на WHATSAPP INC.; Snapchat® е регистрирана търговска марка на SNAP INC.

LinkedIn® е регистрирана търговска марка на LinkedIn Corporation

Forbes® е регистрирана търговска марка на Forbes LLC; The New York Times® е регистрирана търговска марка на The New York Times Company