

KODEKS ETYCZNY SATIVA LIFE

Katalog standardów i zachowań etycznych, określających sposób postępowania i zachowania Partnerów/Partnerów Biznesowych podczas realizowania zadań współpracy z SATIVA LIFE. Kodeks jest zbiorem zasad i wartości etycznych wyznaczających standardy postępowania na rzecz Użytkowników/Partnerów oraz wszystkich innych osób. Reguluje zasady postępowania, rozwiązywania sporów, rzetelnego prezentowania produktów oraz firmy SATIVA LIFE.

I. ZASADY ETYCZNEGO POSTĘPOWANIA WOBEC KLIENTÓW

1. Partnerzy Biznesowi firmy SATIVA LIFE podczas rozmowy z Klientem mają obowiązek przedstawić się z imienia i nazwiska oraz wyraźnie podkreślić, że są Partnerami firmy SATIVA LIFE.
2. Partnerzy mają obowiązek rzetelnie poinformować Klienta o właściwościach produktów firmy, o metodzie wytwarzania olejku z zawartością CBD, oraz produktach pochodnych jakie są wytwarzane przez firmę SATIVA LIFE.
3. Partnerzy mają obowiązek poinformować Klienta o zasadach współpracy gdy Klient wyraża chęć współpracy w zakresie biznesowym z SATIVA LIFE.
4. Wszelkie przekazywane informacje na temat produktów muszą być rzetelne, zgodne z prawdą. Nie wolno przekazywać Klientowi informacji niesprawdzonych o zaletach produktów, które mogłyby wprowadzić Klienta w błąd. Nie wolno składać oświadczeń o skuteczności produktów oraz insynuować, że produkty są preparatami leczniczymi (lekami). Nie wolno odradzać Klientowi zaprzestania stosowania terapii leczniczych lekami farmakologicznymi w zamian za stosowanie wyłącznie produktów SATIVA LIFE.
5. Partnerzy mogą przekazywać Klientowi informację na temat wykonanych badań naukowych, przesłać wyniki tych badań czy linki do publikacji w których prezentowane są badania lub opinie autorytetów naukowych w dziedzinie zastosowań produktów z grupy produktowej oferowanej przez SATIVA LIFE.
6. Nie wolno stosować jakichkolwiek form nacisków wobec Klientów aby przymusić Klienta do dokonania zakupów produktów. Decyzja o zakupie powinna być autonomiczną decyzją Klienta podjętą w rezultacie profesjonalnej prezentacji produktu.
7. Podczas rozmów telefonicznych lub w trakcie spotkania, jeżeli Klient zakomunikuje, że nie jest zainteresowany rozmową lub chciałby ją odbyć w innym czasie, Partnerzy powinni szanować wolę Klienta i nie stosować żadnych nacisków oraz odstąpić od przymuszania Klienta do kontynuowania rozmowy.
8. Nie wolno namawiać Klienta do zakupu produktów poprzez przekazywanie nieprawdziwych, niesprawdzanych informacji, składania obietnic skuteczności, tylko w celu osiągnięcia sukcesu sprzedaży. Klient dokonujący zakupu produktów powinien mieć świadomość o ich właściwościach i decyzję o zakupie powinien podjąć świadomie.
9. Partnerzy podczas rozmowy z Klientem nie mogą udostępniać informacji na temat swojego wynagrodzenia otrzymanego ze sprzedaży produktów.
10. Podczas rozmów z osobami starszymi, nieletnimi, lub obcojęzycznymi, Partnerzy muszą zwrócić szczególną uwagę na zrozumienie przez te osoby przekazywanych informacji.

II. ZASADY ETYCZNEGO POSTĘPOWANIA WOBEC PARTNERÓW

1. Partnerom nie wolno podejmować prób nakłaniania innych Partnerów do zmiany struktury sprzedażowej, do przeniesienia swojej aktywności do innej niż jego dotychczasowa struktura. Nakłanianie następuje wówczas, gdy osoba nakłaniana, jest zachęcana, oferowane są jej różne korzyści również finansowe. Nakłanianie występuje poprzez oferowanie, proponowanie produktów lub możliwości zarobkowych w innej firmie zajmującej się sprzedażą bezpośrednią.

Sposób nakłaniania może być bezpośredni lub ukryty wówczas gdy pod różnym pretekstem osoba nakłaniana otrzymuje nieoczekiwane informację, propozycje od innej osoby.

2. Zakazana jest rekomendacja krzyżowa, który następuje wówczas gdy Partner Biznesowy dokonuje nowych rejestracji w innych strukturach niż jego osobista struktura w celu osiągnięcia dodatkowych korzyści dla siebie lub w celu uzyskania dodatkowych korzyści dla innych Partnerów. Zakazane jest pozyskanie osoby fizycznej bądź prawnej albo spółki osobowej, która jest już Partnerem Biznesowym w innej strukturze sprzedażowej, bądź która rozpoczęła współpracę z SATIVA LIFE w ciągu ostatnich 6 miesięcy. Rekomendacja krzyżowa ma miejsce również wówczas gdy osoba posiadająca już Konto Partnerskie dokonuje rejestracji nowego konta, wykorzystując w tym celu dane współmałżonka, członka rodziny, spółki prawa handlowego, spółki osobowej, czy jakiegokolwiek innej strony trzeciej.
3. Partner nie powinien wypowiadać się negatywnie na temat innych partnerów, na temat sposobu ich pracy, obsługi Klientów, rezultatów sprzedażowych, wchodzić w spory z innymi partnerami, próbować przejmować Klientów obsługiwanych przez innych partnerów.
4. Partner będący Liderem dla innych osób znajdujących się w jego strukturze sprzedaży powinien być wzorem, dbać o edukację tych osób, wspierać ich w pracy, udzielać wartościowych wskazówek na temat budowania zespołów oraz dbać o prawidłowe uczciwe prezentowanie produktów przez osoby w jego zespole.
5. Nowe osoby, rejestrujące się w strukturze Partnera powinny być poinformowane przez niego o tym, że ich rezultaty sprzedażowe zależą głównie od ich aktywności, zaangażowania oraz rzetelności podczas pracy z produktami SATIVA LIFE.

III. ZASADY ETYCZNEGO POSTĘPOWANIA WOBEC SATIVA LIFE

1. Partner Biznesowy zobowiązuje się do nieujawniania poufnych lub zastrzeżonych informacji osobom trzecim, niewykorzystywania tych informacji do celów konkurencyjnych wobec SATIVA LIFE oraz niewykorzystywania w jakikolwiek inny sposób, który mógłby narazić na szkodę SATIVA LIFE lub Partnerów oraz osoby współpracujące z SATIVA LIFE.
2. Partnerzy Biznesowi SATIVA LIFE, mogą współpracować z innymi firmami sprzedaży bezpośredniej, wielopoziomowej lub marketingu sieciowego pod warunkiem, że produkty sprzedawane w tych firmach nie są w jakikolwiek sposób podobne do produktów SATIVA LIFE, nie konkurują z produktami firmy SATIVA LIFE.
3. Produkty z tych samych kategorii rodzajowych jak produkty SATIVA LIFE, bez względu na ich skład, różnice w cennie, jakości, docelową grupę odbiorców lub inne czynniki wyróżniające uważa się za produkty konkurujące. Partner Biznesowy zobowiązuje się do niesprzedawania jakichkolwiek produktów, które są konkurencyjne wobec produktów SATIVA LIFE.
4. Partnerzy Biznesowi współpracujący z innymi firmami sprzedaży bezpośredniej, nie mogą w jednym czasie podczas jednego spotkania/prezentacji, wyświetlać materiałów marketingowych innych firm oraz materiałów dotyczących SATIVA LIFE. Nie będą proponować podczas spotkań potencjalnym lub obecnym Klientom lub Partnerom, usług, produktów, możliwości biznesowych, oraz współpracy z innymi firmami poza firmą SATIVA LIFE. Zakaz dotyczy wszelkich możliwych form komunikacji, spotkań, czyli zarówno spotkań w formule tradycyjnej, jak również wideokonferencji, rozmów telefonicznych, webinarów organizowanych przez komunikatory internetowe.
5. Zabronione jest korzystanie z nieautoryzowanych przez SATIVA LIFE stron internetowych, publikowanie na nich treści marketingowych, produktów, możliwości biznesowych, znaków towarowych oraz handlowych SATIVA LIFE. Niedozwolone jest prowadzenie sprzedaży produktów SATIVA LIFE na platformach handlowych typu: Allegro; OLX; Amazon; eBay oraz innych temu podobnych.
6. Partnerzy Biznesowi mogą korzystać z mediów społecznościowych w celu publikacji informacji dotyczących produktów SATIVA LIFE, możliwości biznesowych, prowadzenia blogów, publikacji na forach internetowych. Partner ma prawo do zamieszczania oficjalnych materiałów SATIVA LIFE w mediach społecznościowych. W sytuacji gdy SATIVA LIFE uzna, że jakiegokolwiek treści zamieszczane w mediach społecznościowych, są niezgodne z Polityką informacyjną firmy lub niewłaściwe lub w jakikolwiek inny sposób narusza dobre imię firmy, Partner zobowiązany jest

do ich usunięcia w czasie najpóźniej 24 godzin od momentu zgłoszenia takiego zastrzeżenia przez SATIVA LIFE.

7. Partnerzy korzystający z mediów społecznościowych oraz promocji produktów i możliwości biznesowych SATIVA LIFE w internecie, którzy uzyskali stosowne akceptacje swoich działań, powinni przestrzegać przepisów prawa, norm społecznych i kulturowych.
8. Partnerzy nie mogą w nieformalny sposób, pod pretekstem badań, testów, ankiet, dokonywać sprzedaży produktów wykorzystując z tym celu nieuczciwe, wprowadzające w błąd działania.
9. Partnerzy posiadający dane osobowe indywidualnych osób, pozyskane w procesie sprzedaży, zobowiązani są przestrzegać wszelkich praw i przepisów dotyczących prywatności i ochrony danych osobowych.
10. Partnerzy gromadzący dane osobowe konsumentów indywidualnych zapewniają właściwą ochronę tych danych oraz powstrzymują się od udostępniania tych danych stronom trzecim.
11. Partnerzy zapewniają indywidualnym Klientom możliwość zaprzestania korzystania z danych osobowych w tym na życzenie Klienta zaniechają komunikacji i kontaktu z Klientem.
12. Partnerzy zobowiązują się znać oraz przestrzegać wszystkich przepisów ustawowych w zakresie komunikacji elektronicznej.
13. Partnerzy nie mogą rozpowszechniać treści za pomocą list dystrybucyjnych, do Klientów, którzy nie wyrazili zgody na taką komunikację lub osób z którymi nie mają stałego kontaktu. Rozsyłanie spamu, rozpowszechnianie listów sieciowych jest zabronione.
14. Partnerzy nie mogą rozpowszechniać treści, które są niezgodne z prawem, dotyczą zniesławienia, oszczerstwa, zawierają groźby, wulgarne sformułowania, lub inne niepożądane działania.
15. Partnerzy nie będą używać nazw lub znaków towarowych firmy SATIVA LIFE ani jakichkolwiek ich pochodnych lub skrótów jako nazwy domeny lub adresu e-mail, w celu reklamowania, sprzedaży lub promowania produktów lub możliwości biznesowych SATIVA LIFE.
16. Partnerzy nie mają prawa nagrywać lub powielać materiałów ze spotkań, imprez ani konferencji SATIVA LIFE, nie mogą publikować takich nagrań w sieci w całości lub ich części na forach i w serwisach społecznościowych bez zgody SATIVA LIFE.

IV. SANKCJE MOŻLIWE DO ZASTOSOWANIA PRZEZ SATIVA LIFE

1. W przypadku rażącego przekroczenia zapisów Kodeksu Etycznego, zwłaszcza w sytuacji gdy naruszenie zapisów jest kontynuowane a osoba naruszająca nie chce zaniechać swojego postępowania, wówczas SATIVA LIFE podejmie kroki zapobiegające dalszym naruszeniom a tym celu SATIVA LIFE może:
 - a. Zastosować upomnienia mające na celu polubowne zakończenie niedozwolonych działań.
 - b. Zawiesić konto oraz zamrozić wypłaty wynagrodzeń przysługujące Partnerowi do czasu wyjaśnienia sprawy oraz zaprzestania prowadzenia działań naruszających Kodeks Etyczny.
 - c. Wypowiedzieć Umowę Partnerską ze skutkiem natychmiastowym.

V. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Partnerzy SATIVA LIFE, zobowiązani są do przestrzegania zasad Kodeksu Etycznego.
2. Kodeks Etyczny obowiązuje bezterminowo i powinien być stosowany przez każdą osobę, która zawarła Umowę Partnerską.