



Amway



RICHTLIJNEN VOOR
SOCIALE MEDIA, EUROPA

RICHTLIJNEN VOOR SOCIALE MEDIA, EUROPA

De term „Sociale Media” omschrijft de online instrumenten die mensen gebruiken om teksten, profielen, meningen, inzichten, ervaringen, perspectieven en de media zelf met anderen te delen, om zo online gesprekken en interactie tussen groepen mensen mogelijk te maken. Dat zijn onder meer blogs, message boards, podcasts, video's, netwerken, communities, en wiki's.

Amway beseft dat steeds meer ABO's gebruik maken van sociale media – FACEBOOK™, MIXI™, TWITTER™, MYSPACE™, LIVEJOURNAL™, YOUTUBE™, enzovoorts, om met anderen in contact te komen. Om ABO's te helpen om de sociale media optimaal te gebruiken, maar wel de Gedragsregels te respecteren, heeft Amway™ deze Richtlijnen voor Sociale Media ontwikkeld.

Deze richtlijnen veranderen niets aan de huidige regels, maar zijn bedoeld om te worden toegepast op de interactie in de sociale media. Ze sluiten aan op de bestaande regels die gelden voor de één-op-één zakelijke praktijken.

WEES TRANSPARANT, OPRECHT EN EERLIJK

Wees altijd eerlijk en correct. Mensen die misleidende of onjuiste beweringen doen, zijn in het gunstigste geval oneerlijk en begaan in het ongunstigste geval een overtreding. Zo kunnen ze hun eigen reputatie, hun Amway business en de reputatie van Amway in gevaar brengen. Als u open, eerlijk en recht door zee bent, zult u eerder een trouwe groep volgers opbouwen. Als u duidelijk aangeeft wat uw bedoelingen zijn, begrijpen lezers beter waarom u online bent. Wanneer u het over de Amway business heeft, maak dan altijd in een vroeg stadium en op een geschikt moment duidelijk dat u een ABO bent.

WEES BONDIG EN GELOOFWAARDIG. ZORG VOOR TOEGEVOEGDE WAARDE

Zorg dat uw verhaal interessant is en oprecht overkomt. Denk aan de positieve aspecten die u wilt overbrengen aan uw familie, vrienden en lezers. Zorg dat uw berichten en publicaties van belang zijn voor de mensen tot wie u zich richt. Schrijf en praat over zaken die uw publiek aanspreken.

Geef de communicatie een meerwaarde. Als u wilt laten zien hoe deskundig u bent, doe dit dan op een subtiele manier.

Onderzoek heeft uitgewezen dat lezers afknappen op jubelcampagnes en retoriek.

Laat zien wat u waard bent door uw kennis met anderen te delen. Geef eenvoudig, zakelijk en goed advies. Geef opbouwend advies. Zo komt u geloofwaardig over en wint u het vertrouwen van uw lezers.

■ GEBRUIK VAN MERKAFBEELDINGEN EN LOGO'S

Het is niet toegestaan om logo's en productafbeeldingen van Amway™ te gebruiken in de sociale media zonder toestemming van Amway.

■ NAAMGEVING VAN UW SITE

Het gebruik van handelsmerken of handelsnamen van Amway is niet toegestaan. We adviseren u om uw eigen naam te gebruiken. Mensen die u online zoeken, onthouden eerder uw eigen naam dan een of andere slim bedachte naam voor uw website.

Wel toegestaan is bijvoorbeeld: „Ann Chang's Schoonheidssalon” Niet toegestaan is: „Ann Chang's SATINIQUE® winkel” (ongoorloofd gebruik van een merknaam van Amway).

■ HET IS NIET TOEGESTAAN OM PROSPECTS TE WERVEN VOOR DE ZAKELIJKE MOGELIJKHEID

Gebruik de sociale media niet om prospects te werven. Dit kan mensen afstoten, en niet alleen uw eigen reputatie in gevaar brengen, maar ook die van andere ABO's en van Amway.

Nodig uw vrienden of volgers alleen uit om contact met u op te nemen over de zakelijke mogelijkheid wanneer u dankzij uw privacy-instellingen een gesloten omgeving heeft gecreëerd.

■ KLANTENWERVING

Voor de online klantenwerving gelden dezelfde regels als voor het werven van prospects voor de zakelijke

mogelijkheid. Klantenwerving dient plaats te vinden in een gesloten omgeving om ervoor te zorgen dat dit gebeurt in overeenstemming met de Gedragsregels van Amway met betrekking tot adverteren.

■ UITSPRAKEN OVER DE BUSINESS EN PRODUCTEN

Uitspraken over de business en producten dienen nauwkeurig geformuleerd en goed onderbouwd te zijn. Er mag uitsluitend actuele informatie over de business en de producten worden gebruikt, die woordelijk overeenkomt met door Amway opgestelde documenten of publicaties.

■ PRIVACY-INSTELLINGEN

In de meeste sociale mediakanalen kunt u met uw privacyinstellingen aangeven wie uw foto's, profiel en updates mogen zien en u mogen volgen. Amway adviseert om de privacy-instellingen zo aan te passen dat alleen uw vrienden en andere ABO's uw updates kunnen bekijken.

Sommige sites, zoals TWITTER, worden meer gebruikt om informatie te delen. Als u deelneemt aan dit soort open internetfora, volg dan de Amway Zakelijke Voorwaarden om uw eigen reputatie en die van Amway te beschermen.

U kunt het adres van uw persoonlijke website in uw profiel opnemen, maar als u informatie over Amway deelt, moet u de functie voor privéberichten gebruiken als uw berichten tot verdere vragen over de verkoop van producten of de zakelijke mogelijkheid leiden.

■ CROSS-LINING

Het kan voorkomen dat u via sociale media een ABO van een andere LOS (Line of Sponsorship) of LOA (Line of Affiliation) tegenkomt. Neem in zo'n geval contact op met uw upline. Gebruik sociale media niet om te redetwisten, een lange discussie aan te gaan of rechtstreeks berichten te sturen aan andere ABO's over uw LOS of LOA.

■ VIDEO'S

Gebruik in een 'social media' omgeving voor uw Amway Business geen Amway intellectueel eigendom in enig materiaal, zeker niet in video's gemaakt door mensen of entiteiten anders dan Amway zonder dat dit materiaal voor gebruik beoordeeld en goedgekeurd is door Amway.

media'-omgeving. Upload geen video's gebruik makende van Amway intellectueel eigendom op Youtube, die niet goedgekeurd zijn door Amway, of foute, misleidende of onjuiste video's. 'Third Party Intellectual Property'-ABO's mogen alleen auteursrechtelijk beschermd materiaal, een handelsmerk, handelsnaam, service merk of ander intellectueel eigendom gebruiken van derden met uitdrukkelijke toestemming en / of concessie van de intellectueel eigendom eigenaar. De ABO blijft zelf verantwoordelijk voor alle intellectuele eigendomszaken waarbij een inbreuk van derden of andere intellectuele eigendomsvorderingen tegen de ABO, Amway, zijn filialen of enig andere partij gerelateerd aan of voortvloeiende uit het gebruik of misbruik van het intellectuele eigendom door de ABO. De ABO vrijwaart Amway en zijn filialen van en tegen enige en alle schulden, uitgaven en schades veroorzaakt door of voortvloeiend uit een dergelijke vordering.


■ REPUTATIE, REPUTATIE, REPUTATIE!

Sociale media zijn goed voor de wereldwijde reputatie van Amway, en die van u.

Als u deze richtlijnen en de Gedragsregels naleeft, kunnen de sociale media zowel uw reputatie als de wereldwijde reputatie van Amway verbeteren. Zie voor nadere informatie en praktische voorbeelden ook de Europese richtlijnen voor sociale media op www.amway.nl of www.amway.be.

■ OVERTREDINGEN

Amway zal alle omstandigheden of klachten die wijzen op een mogelijke overtreding van deze richtlijnen onderzoeken, zoals aangegeven in sectie 11 en 12 van de Amway Zakelijke Voorwaarden.

A decorative graphic in the bottom left corner consists of three overlapping squares: a gold square at the top, a grey square to the left, and a blue square at the bottom.

Amway België Co.
Kunstlaan 50/18
B-1000 Brussel
België

Tel: +32 (0)2 200 89 07
Fax: +32 (0)2 200 89 08
E-mail: info_belgium@amway.com

www.amway.be