

A young couple with blonde and dark curly hair are sitting at a table in a library, smiling and looking at a smartphone together. They are wearing casual polo shirts. The background shows bookshelves filled with books.

USPEH NA VAŠ NAČIN

ORIFLAME
— SWEDEN —

GROW
YOUR WAY

Do uspeha z Oriflamom

**Želimo vam dolgo in uspešno pot z Oriflamom.
Ko gradite svojo kariero, je pomembno, da razumete
osnove tega, kaj pomeni biti Brand partner,
da boste pripravljeni za uspeh.**

Vaše Oriflame potovanje je razdeljeno na tri faze: Brand partner, Menedžer in Direktor. Na svoji poti boste razvijali veščine, ki vam bodo omogočile obvladovanje vaše trenutne ravni in vam pomagale doseči naslednjo. Te veščine se bodo nadgrajevale in vam pomagale do dolgotrajne kariere. Tri glavne veščine so priporočanje izdelkov, izgradnja timov in mentorstvo.



Priporočanje izdelkov

Kot Brand partner je vaš glavni fokus ustvarjanje navade redne uporabe, priporočanja in prodaje izdelkov tako na spletu kot osebno ter delitev Oriflame priložnosti. Ustvarjanje močne digitalne prisotnosti je ključ do vašega uspeha.



Izgradnja tima

Kot Menedžer je vaš glavni fokus osredotočanje na razširitev vedenja za izgradnjo posla, ki ste ga že vzpostavili. To pomeni, da morate še naprej priporočati in prodajati izdelke z veliko skupino ljudi in aktivno vabiti nove Brand partnerje, da se pridružijo vašemu timu.



Mentorstvo

Kot Direktor je vaš glavni fokus osredotočanje na nadaljevanje modeliranja najboljših praks, ki so vas pripeljale do te ravni uspeha. Tukaj je vaša primarna naloga razvoj Direktorjev znotraj vašega tima z mentorstvom. To zagotavlja dolgoročno uspešnost vašega posla.

Delite svojo osebno
povezavo in zaslužite do

30 %
od prodaje

Povabite druge
in pridobite provizijo od
prodaje vašega tima



Pomagajte drugim doseči
višje statusse in pridobiti
dodatne 3 % na vso
prodajo svojega tima



Razvijajte svoje veščine
preko brezplačne platforme
za e-učenje, lepotnih in
poslovnih usposabljanj



Prejmite do
30 %
popusta na osebna
naročila

Prejmite denarne
nagrade kot prepoznavo
vaših dosežkov



Uživajte v naših vodilnih
poslovnih orodjih in
aplikacijah



Sledite našemu programu
za uvajanje v posel
za hitrejše rezultate



Odkrijte materiale
za družbena omrežja,
ki smo jih razvili v podporo



Obožujete lepoto?

Čutite strast do lepote in nege kože? Uživajte v zdravem
življenjskem slogu, kjer sijete od znotraj navzven?
Potem ste na pravem mestu.

Ko se pridružite Oriflamu, dobite priložnost delati z visoko
kakovostnimi izdelki in zaslužiti pod lastnimi pogoji. Sami se
odločite, kako daleč želite priti – in mi vas podpiramo v celoti.

Še danes postanite Oriflame Brand partner!

Priporočanje izdelkov Oriflame je enostavno in zabavno!
Ni vam treba biti strokovnjak za lepoto ali zdrav način življenja,
da bi delili in promovirali naše izdelke ter začeli služiti.
Če se želite razvijati in izvedeti več o lepoti, vam bomo
z veseljem pomagali z našimi brezplačnimi internimi tečaji.

Priporočanje prijateljem

Če imate radi naše izdelke, zakaj jih ne bi priporočili? Kot
Brand partner lahko začnete deliti svoja priporočila prek lastne
povezave 'Share & Earn' od trenutka, ko se pridružite, kot del
vašega članstva. Oriflame poskrbi za vse administrativne
aktivnosti. Plačila strank in dostavo prepustite nam! Naše izdelke
lahko preprosto delite in priporočate ter pri tem zaslužite.
Več ko delite, več VIP strank imate, več zaslužite!

Postanite Brand partner

Če vas zanima lepota, lahko postanete Brand partner. Kot Brand
partner imate dostop do naših brezplačnih internih izobraževanj, ki
lahko izboljšajo vaše znanje o lepoti. Gostili boste lahko delavnice
nege kože in povečali svojo prodajo s predstavitvijo naših izdelkov.
Z izvajanjem delavnic nege kože ali Wellness delavnic lahko
povečate vašo prodajo in pritegnete zveste stranke.





Zaslужek in prihranek z Oriflamom

Kot Brand partnerju vam je zagotovljen 20 % popust pri nakupu izdelkov zase in za svojo družino, če plačate članarino in jo obnavljate. Naše poslovne priložnosti lahko izkoristite tudi s prodajo in rekrutiranjem na lastno odgovornost in po lastni volji.

Iskanje strank je najboljši način za zaslužek, ko se šele podajate v posel. Zato bomo Brand partnerjem ponudili možnost, da izkoristijo med 20 % in 30 % pri naročilih svojih VIP strank in pri njihovih lastnih naročilih, to se imenuje Osební popust. Gre za kombinacijo Osebnega popusta in bonusa za VIP stranke.

Osební bonus točke (OBP)

Vsako naročilo, ki ga oddate vi ali vaša VIP stranka, bo pripomoglo k številu vaših osebníh bonus točk (OBP). Bonus točke (BP) se dodelijo vsakemu posameznemu izdelku na podlagi njegove cene, za več informacij glejte Slovar izrazov. OBP predstavlja skupne BP, zbrane z vašimi osebnimi naročili kot Brand partner in VIP strank.

Razpon OBP	Osební popust
0 - 99 OBP	20%
100 OBP - 219 OBP	25%
220 OBP ali več	30%

Osebni popust

Osebni popust je sestavljen iz zjamčenega takojšnjega popusta in Popusta na zvestobo (PZ). Vsak registriran Brand partner je upravičen do zjamčenega takojšnjega popusta v višini 20 % za vsako vrednost osebnega naročila. Dodaten popust 5 % ali 10 % je mogoče doseči glede na skupni obseg ravni OBP. Ta dodatni PZ se lahko uporabi za prihodnja naročila.

Kako deluje:

- Na koncu kat. obdobja se skupna raven Osebnega popusta izračuna na podlagi vašega doseženega obsega OBP.
- 20 % takojšnji popust za osebna naročila je bil zagotovljen takoj v trenutnem kat. obdobju.
- Dodatnih 5 % ali 10 % je potencialen PZ, izračunan kot razlika med doseženo stopnjo Osebnega popusta (20 %, 25 %, ali 30 %) in takojšnjim 20 % popustom.
- Potencialni PZ lahko uporabite v naslednjem kat. obdobju, ko znova oddate naročila. Vaš PZ ne sme preseči 50 % vašega dejanskega osebnega naročila.
- Vaš PZ bo veljaven v naslednjem kat. obdobju in bo potekel po zaključku tega obdobja.

Razpon OBP	Takojšnji popust	Popust zvestobe	Skupni osebni popust
0 - 99 OBP	20%	0%	20%
100 OBP - 219 OBP	20%	5%	25%
220 OBP ali več	20%	10%	30%

Primer: Osebni popust

Med enim kat. obdobjem ste oddali naročila v vrednosti 200 € z 22 % DDV. Vaš obseg OBP je 200*. Imate 20 % zjamčen takojšnji popust in prejmete tudi dodatnih 5 % kot Popust zvestobe. To pomeni, da boste poleg običajnega 20 % popusta prejeli 10 € popusta, ki ga boste porabili v naslednjem kat. obdobju.

*Za potrebe izračuna primera je 1 BP = 1 BV = 1 €



Bonus za VIP stranke

Kot del vašega Osebnega popusta boste prejeli bonus za VIP stranke za vsakega od naročil vaših VIP strank. Bonus za VIP stranke se giblje od 20 % do 30 % vrednosti naročila, odvisno od vaših OBP.

Kako deluje?

Na koncu vsakega kat. obdobja se vaš bonus za VIP stranke izračuna na podlagi vaše skupne vrednosti naročil vaših VIP strank, brez DDV. Več VIP strank kot imate na spletu in več ko naročajo, višji odstotek in znesek boste prejeli. Bonus za VIP stranke se izplača kot del provizije po Načrtu uspeha na začetku naslednjega kat. obdobja.

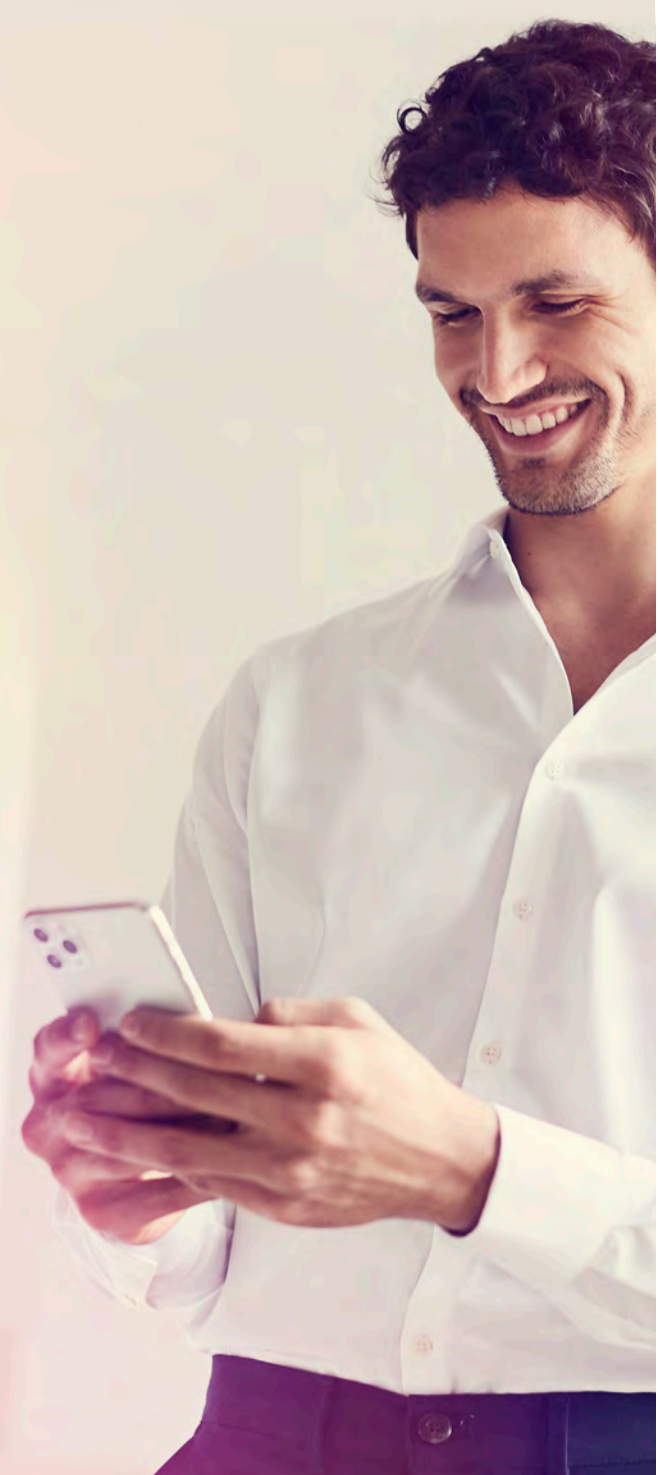
Razpon OBP	Bonus za VIP stranke
0 - 99 OBP	20%
100 OBP - 219 OBP	25%
220 OBP ali več	30%

Primer: Bonus za VIP stranke

Bili ste zelo aktivni na družbenih omrežjih in ste pritegnili 5 VIP strank. Registrirali so se kot VIP stranke in vsaka od njih je naročila izdelke za nego kože v vrednosti 80 €. Njihova vrednost naročila je predstavljala 400 €. Vaš skupni bonus za VIP stranke, upoštevajoč 22 % DDV, za to obdobje je 94 €*, izračunan kot (400 € – 22 % DDV x 30 %).

*Za potrebe izračuna primera je 1 BP = 1 BV = 1 €

Navedena primera sta samo za ilustracijo.



Delitev poslovne priložnosti

Bi radi postali uspešen Oriflame Lider?
Z vašim razvojem je tesno povezano potovanje.
Tu so 3 faze potovanja z Oriflamom:

Brand partner:
Brand partner lahko postanete tako, da se registrirate.
Ko plačate članarino in jo vsako leto podaljšate, ste upravičeni do vseh ugodnosti za Brand partnerje.
Primarni fokus Brand partnerja bi moral biti na uporabi in uživanju v izdelkih ter prodaji in povabilu drugih, da se pridružijo Oriflamu.

Kot Brand partner gradite svojo samozavest, ko ponavljate svoje uspehe. Brand partnerji lahko tudi naročajo izdelke zase in za svojo družino z zajamčenim takojšnjim popustom v višini 20 %.

Menedžer:
Naslednja faza na vašem Oriflamovem potovanju je postati Menedžer. Glavni fokus Menedžerja je poučiti svojo strukturo, kako postati uspešni Brand partnerji s prodajo in povabilom drugih, da se pridružijo in prodajajo. Menedžer daje zgled s prodajo in vabi druge k prodaji. Bolj kot raste vaš tim, več časa porabite za usposabljanje svoje mreže Brand partnerjev.

Direktor:
Naslednji korak je postati Direktor, s primarnim fokusom na izgradnji in usposabljanju Menedžerjev in drugih Direktorjev. Vendar pa je še vedno pomembno voditi z zgledom in izpolnjevati vlogi Brand partnerja in Menedžerja s prodajo, povabilom drugih, da se pridružijo in prodajajo, in osnovnimi vidiki izgradnje Menedžerjev. Samo nebo je meja.

Ta tabela prikazuje oceno vašega časa med potovanjem

	Brand partnerji	Menedžerji	Direktorji
Porabljen čas	1-5 ur/teden	6-15 ur/teden	16+ ur/teden
Prodaja	Učenje	Mentoriranje in nadaljevanje z delom	Mentoriranje in nadaljevanje z delom
Rekrutiranje	Učenje	Mentoriranje in nadaljevanje z delom	Mentoriranje in nadaljevanje z delom
Izgradnja timov	-	Učenje	Mentoriranje in nadaljevanje z delom
Mentorstvo	-	-	Učenje in mentorstvo

Stopenjski bonus (SB)
Kot nagrada za delitev poslovne priložnosti s povabilom drugih, da se pridružijo in prodajajo, boste upravičeni do Stopenjskega bonusa na podlagi naročil v vaši mreži. Ta bonus je mogoče pridobiti že od prvega naročila vašega prvega včlanjenega. Večja kot bo vaša mreža in več naročil kot oddajo, višji bo vaš Stopenjski bonus. Ko dosežete višje statuse, se bo vaš Stopenjski bonus povečal v odstotkih in ravneh, na katerih se izplačuje.

Velikost vaše mreže določajo vsi Brand partnerji v vaši strukturi, kar pomeni vi in vsi pod vami in vseh ravneh navzdol.

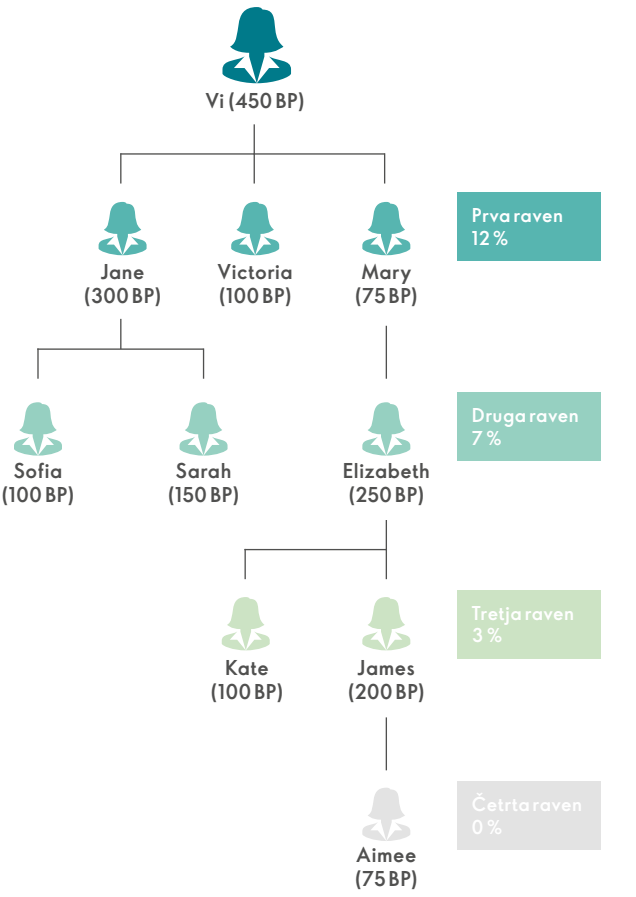
Stopenjski bonus temelji na prodajnem obsegu (BV) petih ravni pod vami v vaši strukturi. Za izračun BV si oglejte Slovar. Raven je položaj, ki ga ima Brand partner v razmerju z drugim Brand partnerjem.

Primer: Stopenjski % na Brand partnerjih s prve ravni

Statusi	Stopenjski % na Brand partnerjih s prve ravni
Bronasti Brand partner	8%
Srebrni Brand partner	9%
Zlati Brand partner	10%
Platinasti Brand partner	11%
Tim Menedžer	12%

Primer: Stopenjski bonus
Registrirali ste tri Brand partnerje. Začeli so služiti prek spletne povezave Share & Earn in so nekaj svojih prijateljev registrirali kot Brand partnerje. V tem primeru imate tri kvalificirane skupine za bonus in bonus točke strukture (BPS), s čimer dosežete status Tim Menedžer, tako da prejmete Stopenjski bonus do Brand partnerjev na tretji ravni. Vaš skupni Stopenjski bonus bo 101 €* (za dodatne informacije o tem, kako izračunati svoj zaslužek, preverite naše module e-učenja). Oglejte si tabelo na strani »Kako se kvalificirati«, če želite izvedeti več o odstotkih Stopenjskega bonusa.

*Za potrebe izračuna primera 1BP = 1BV = 1€.





Mentoriranje vašega tima

Kot smo že omenili, bi se moral Direktor osredotočiti predvsem na razvoj Menedžerjev in Direktorjev. Zato je mentorstvo ključ do razvoja trajnostnega Oriflame posla. Kot nagrada za razvoj vašega tima in izgradnjo Menedžerjev in Liderjev boste prejeli Generacijski bonus.

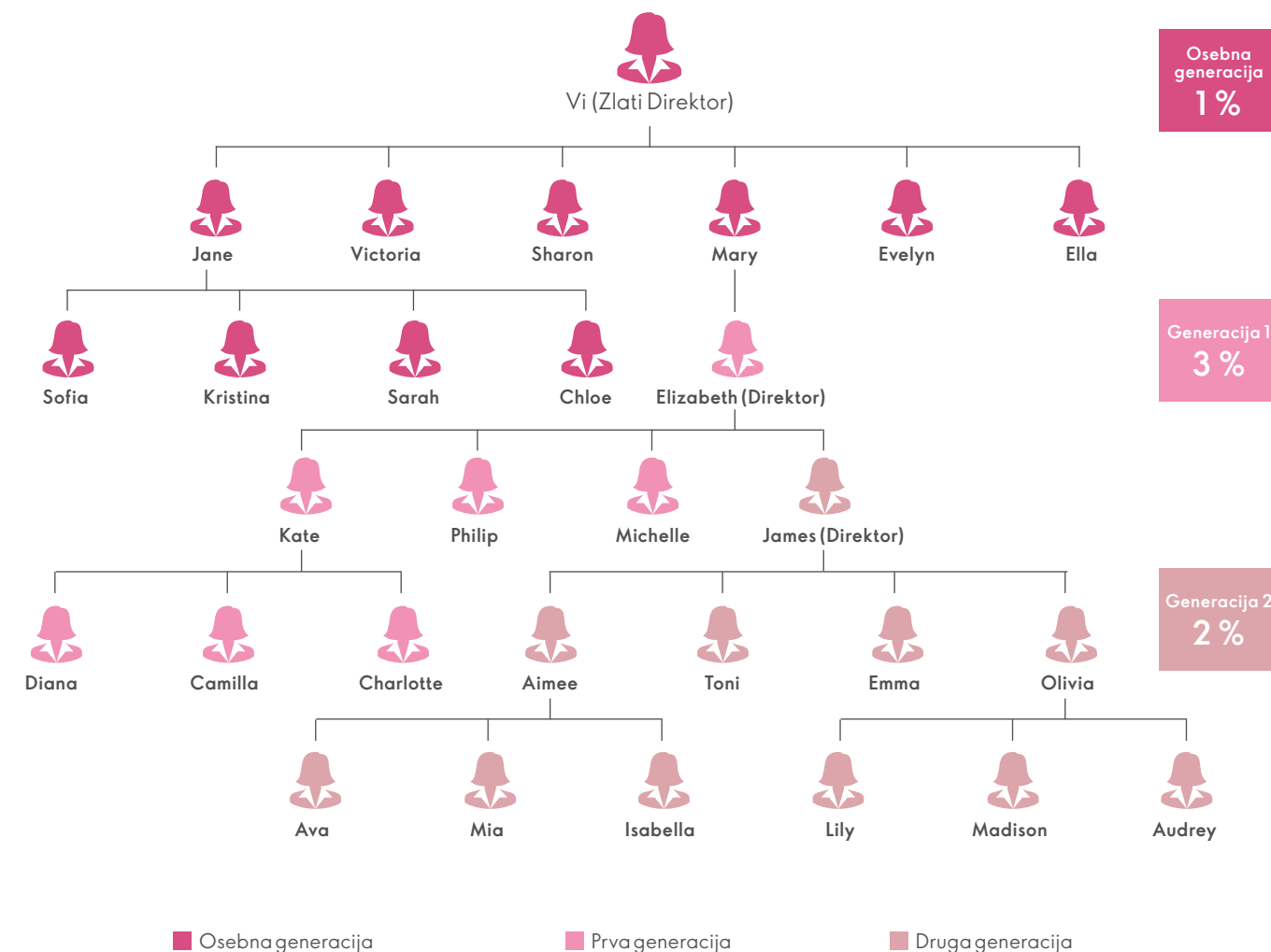
Generacijski bonus (GB)

Napredovanje vašega tima vam odpira popolnoma novo skupino bonusov. Ko dosežete status Direktorja, boste upravičeni do Generacijskih bonusov, poleg vseh vaših drugih zaslužkov. Če imate status Direktorja ali višjega, boste prejeli dodaten 1 % bonus od BV vaše Osebne generacije. Ko dosežete status Zlatega Direktorja ali višjega, boste pridobili GB od Direktorskih generacij pod vami.

Višji kot imate status, več generacijam bo ta bonus obračunan. Lahko sega do 5 generacij v globino, kar pomeni, da lahko zaslužite na velikem številu ljudi. Poleg Stopenjskega bonusa prejmete GB in običajno je, da se ti bonusi prekrivajo. Generacija je skupina, ki se je oblikovala v strukturi Brand partnerja, začevši z Brand partnerjem v njegovi strukturi, ki ima Karierni status Direktorja ali višjega in vključuje vse pod njim, do naslednjega Kariernega statusa Direktorja, vendar ne vključno z njim, oz. višje.

Primer: Vaše mentorstvo:

Če nadaljujete s prodajo in vabite druge, da se pridružijo in prodajajo, dajete zgled svoji strukturi. Naučili ste se, kako se izkazati v obeh veččinah in zdaj lahko usposabljate svojo lastno strukturo. To je pripeljalo do njihove lastne rasti, saj so se razvili v Direktorje. Zdaj boste zaslužili dodaten 1 % na celotni osebni skupini in dodatne 3 % na vso generacijo Elizabeth, ki je vaša generacija na prvi ravni. Vaš cilj je zdaj postati Safirni Direktor. Takoj, ko to dosežete, boste upravičeni do dodatnih 2 % na celotno Jamesovo generacijo, vašo generacijo na drugi ravni (za dodatne informacije o tem, kako izračunati svoj zaslužek, preverite naše module e-učenja). Glejte tabelo na strani »Kako se kvalificirati«, če želite izvedeti več o odstotkih GB.



Kvalifikacije in nagrade

Oriflame je ustvaril sistem, ki vam olajša razumevanje in poučevanje statusov. Sistem spodbuja stabilnost tima znotraj vašega tima in vaš uspeh.

Plačilni status

Ta status določa, koliko zaslužite. Temelji na uspešnosti v aktualnem kat. obdobju in se zato lahko razlikuje v posameznem obdobju. Ko se kat. obdobje zaključi, je vaš Plačilni status status, ki ga imate ob zaključku obdobja. Plačilni status je zaseben, znan je le vam in vaši zgornji liniji, in se ga ne bo delilo z drugimi Brand partnerji.

Karierni status

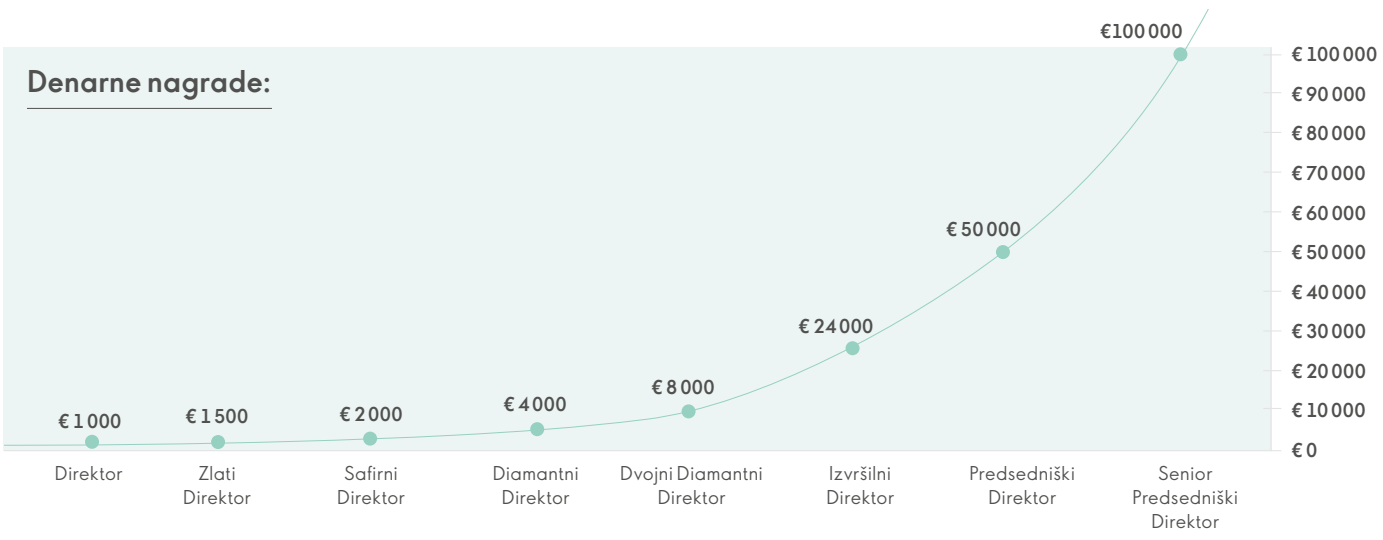
Vaš Karierni status se ne spreminja pogosto in se uporablja za prepoznavo in Generacijski bonus. To je Karierni status, ki ga delite s svojim timom. Ko prvič dosežete nov Karierni status, začne ta novi status veljati od prvega dne kat. obdobja, v katerem je bil dosežen.

Ohranitev Kariernega statusa

Na začetku vaše poti, ko imate status od Brand partnerja do Senior Tim Menedžerja, se lahko vaš Plačilni status razlikuje glede na posamezno kat. obdobje, vendar bo vaš Karierni status vedno ostal enak. Ko dosežete višji status od Senior Tim Menedžerja, boste morali ohraniti svojo uspešnost v vsaj 4 od 9 kat. obdobjih, da boste ohranili svoj Karierni status, sicer boste izgubili ta status, dokler ne boste ponovno dosegli Kariernega statusa. Svoj Karierni status si lahko znova prislužite tako, da dosežete Plačilni status, ki se ujema z vašim želenim Kariernim statusom v 4 od 9 kat. obdobjih.

Denarna nagrada

Upravičeni ste do denarne nagrade, ko dosežete status Direktorja ali višji Karierni status. Denarna nagrada je enkratni bonus, razdeljen na dve izplačili. Prvo izplačilo bo izvedeno v času začetnega napredovanja, drugo pa, ko se boste ponovno kvalificirali za isti (ali višji) Karierni status v svojem prvem obdobju ponovne kvalifikacije. Če dosežete višji Direktorski karierni status, medtem ko še vedno zaslužite dele za nižji status, si lahko prislužite obe denarni nagradi.



Primer: Vaš status

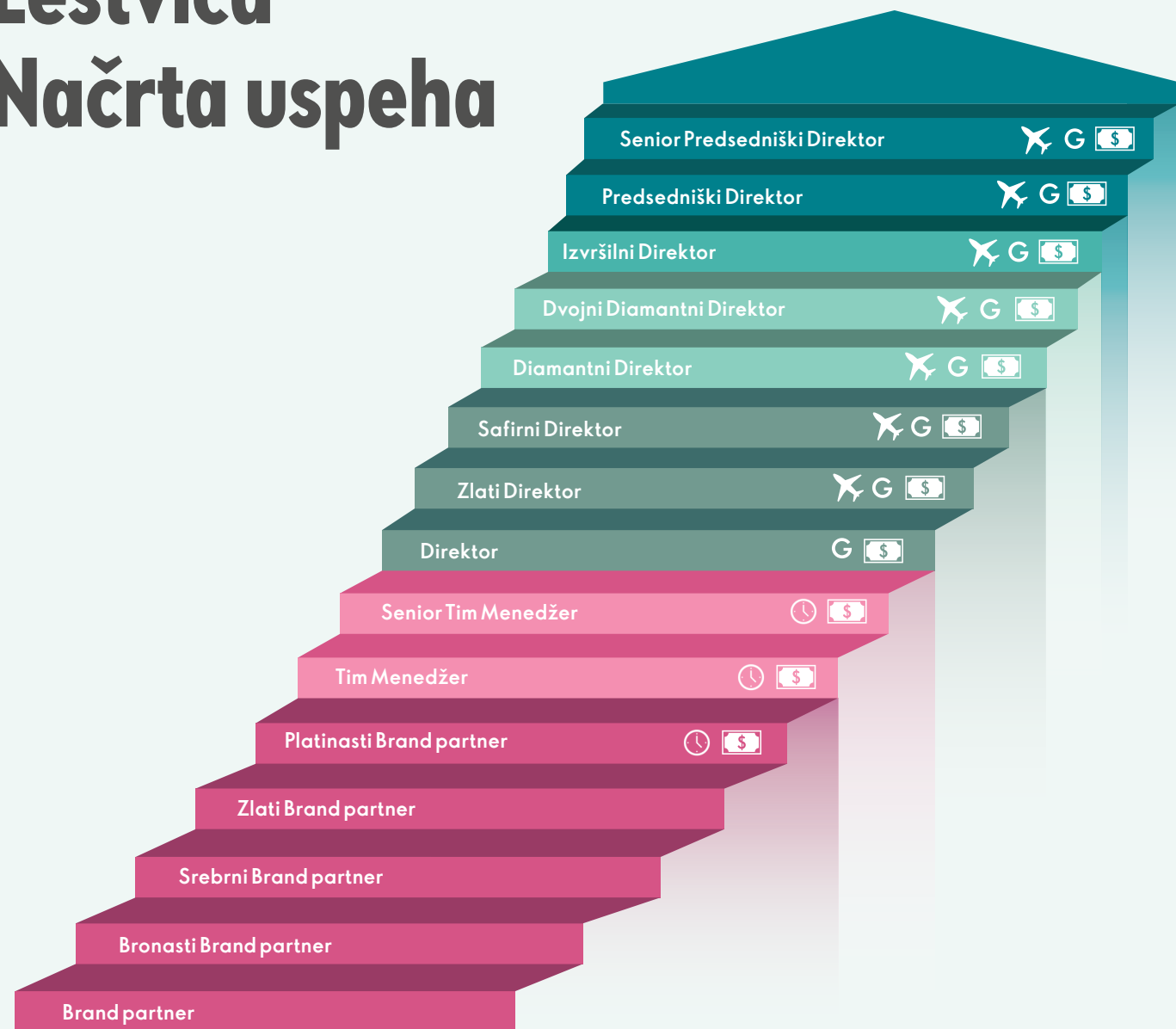
V kat. obdobju 17 ste bili prvič povišani v Zlatega Direktorja. Če želite obdržati svoj Karierni status, se bo moral vaš Plačilni status ujemati z Zlatim Direktorjem v 4 od 9 kat. obdobjih. Kat. obdobje, v katerem ste napredovali, že šteje.

V tem primeru se vaš Plačilni status ujema z vašim Kariernim statusom Zlatega Direktorja v 5 od 9 kat. obdobjih. To pomeni, da se bo vaš Karierni status Zlatega Direktorja ohranil ob pričetku K9. Od zaključka K9 bomo vedno upoštevali zadnjih 9 kat. obdobj.

Prejeli ste celotno denarno nagrado, čestitke! Prejeli ste 750 € s svojimi K17 bonusi in še 750 € z bonusi za kat. obdobje 5.

Kat. obdobje	K16	K17	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
Plačilni status	Direktor	Zlati Direktor (prvič)	Direktor	Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Direktor	Direktor	Zlati Direktor	Direktor	Direktor
Karierni status	Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor	Zlati Direktor

Lestvica Načrta uspeha



6 dejstev o Oriflame Kariernih statusih

- 1 Ko se prvič kvalificirate za nov Karierni status, potem ta status velja za nazaj do prvega dneva kat. obdobja, v katerem je bil dosežen.
- 2 Če gre za status Senior Tim Menedžerja ali nižjega, boste obdržali isti Karierni status brez potrebe po prekvalifikaciji, a le dokler ste aktivni pri Oriflamu. Vaš Plačilni status se bo razlikoval, odvisno od uspešnosti posameznega kat. obdobja.
- 3 Za status Direktorja ali višjega boste obdržali isti Karierni status v 9 kat. obdobjih (vključno s kat. obdobjem, ko je dosežen nov status). V tem obdobju morate doseči Plačilni status v štirih od 9 kat. obdobjih gledano nazaj, trenutno kat. obdobje in prejšnjih 8 obdobji. To bo ostalo kot tekoči postopek z 9 kat. obdobji kot osnovo.
- 4 Če se Direktor ali višji status ne uspe ponovno kvalificirati za svoj Karierni status, ker ni dosegel Plačilnega statusa v vsaj 4 od 9 kat. obdobjih, bo njegov Karierni status najvišji Karierni status, za katerega se je kvalificiral vsaj štirikrat med tistimi 9 kat. obdobji, vendar ne nižji od Senior Tim Menedžerja.
- 5 Brand partnerji, ki so nekoč dosegli Karierni status Direktorja ali višjega ter pozneje izgubili ta Karierni status, morajo doseči isti Plačilni status v vsaj 4 od 9 kat. obdobjih, preden bodo drugič (ali naslednjič) napredovali na ta Karierni status. V tem obdobju bodo še vedno plačani glede na status, za katerega so kvalificirani, kar pomeni, da bodo morda imeli Plačilni status, ki je višji od njihovega Kariernega statusa.
- 6 To pomeni, da se lahko ponovno kvalificirate ali se vam zniža več kot en status hkrati, odvisno od najvišjega Plačilnega statusa, ki ste ga dosegli 4-krat v prejšnjih 9 kat. obdobjih.

Za dodatne informacije o tem, kako se kvalificirati za statuse, si oglejte naše module e-učenja.

Vaš status bo določen s kombinacijo dejavnikov

Osebnostne bonus točke (OBP):

Predstavlja skupne BP točke, zbrane z vašimi osebnimi naročili kot Brand partner in vaših VIP strank.

Kvalificirana skupina za bonus:

Gre za skupino z vsaj enim Brand partnerjem, ki se je kvalificiral za bonus (100 OBP ali več) kjer koli v skupini. Lahko sega neskončno v globino.

Kvalificirana skupina za status:

Gre za skupino, ki ima vsaj en Plačilni status nekje v tej skupini. Lahko sega neskončno v globino.

Bonus točke strukture (BPS):

Je skupna vsota vseh OBP, ki jih zberejo vsi Brand partnerji v strukturi Brand partnerja in lahko sega neskončno v globino. BPS je merilo celotne velikosti mreže.

Pravilo najmočnejše skupine:

Ne več kot 50 % zahteve za BPS za status lahko izhaja iz vaših OBP ali katere koli posamezne skupine. To pravilo velja samo za status Direktorja ali višjega in vam pomaga zgraditi trdno organizacijo z močno prodajo v vseh skupinah.

Bonus točke Osebnostne generacije:

Za status Direktorja in višjega morate vedno imeti minimalno raven BP točk v vaši Osebnostni generaciji. To pravilo vas spodbuja, da še naprej razvijate nove Liderje v vaši Osebnostni generaciji.

Novi Direktor+ generacije (NDG):

Vsaj enkrat v 17 kat. obdobjih, kot Izvršni Direktor ali višji status, morate imeti nekoga, ki je prvič napredoval v Direktorja, iz vaše Osebnostne generacije. Za napredovanje ni potrebna nova Direktorska skupina. To vam omogoča, da še naprej razvijate svoj tim za dolgoročni uspeh.

Oglejte si popolne opise v Slovarju

Kako se kvalificirati

V tabelah si lahko preberete o različnih zahtevah, ki jih morate izpolnjevati za statuse, Stopenjske bonuse in Generacijske bonuse.

Statusi:

	Statusi	Osebn bonus točke (OBP)	Bonus točke strukture (BPS)	Pravilo najmočnejše skupine	Bonus točke Osebn generacije	Kvalificirana skupina za bonus	Kvalificirane skupine za status	Novi Direktor (vsakih 17 kat. obdobj)
Direktorji	Senior Predsedniški Direktor	300	700 000	350 000	3 000	8	5 Direktorjev+ in 3 Safirni Direktorji+	1
	Predsedniški Direktor	300	320 000	160 000	3 000	8	6 Direktorjev+ in 2 Safirna Direktorja+	1
	Izvršilni Direktor	300	160 000	80 000	3 000	8	7 Direktorjev+ in 1 Safirni Direktor+	1
	Dvojni Diamantni Direktor	300	80 000	40 000	3 000	6	6 Direktorjev+	-
	Diamantni Direktor	300	40 000	20 000	3 000	4	4 Direktorji+	-
	Safirni Direktor	300	22 000	11 000	3 000	4	2 Direktorja+	-
	Zlati Direktor	300	12 500	6 250	3 000	4	1 Platinasti Brand partner+ in 1 Direktor+	-
	Direktor	300	7 000	3 500	3 000	4	2 Platinasta Brand partnerja+	-
Menedžerji	Senior Tim Menedžer	300	3 500	-	-	4	1 Srebrni Brand partner+ in 1 Platinasti Brand partner+	-
	Tim Menedžer	250	1 800	-	-	3	2 Srebrna Brand partnerja+	-
Brand partner	Platinasti Brand partner	200	1 000	-	-	-	-	-
	Zlati Brand partner	150	500	-	-	-	-	-
	Srebrni Brand partner	125	300	-	-	-	-	-
	Bronasti Brand partner	100	200	-	-	-	-	-
	Brand partner	-	-	-	-	-	-	-

Stopenjski bonusi:

	Statusi	1. raven	2. raven	3. raven	4. raven	5. raven
Direktorji	Senior Predsedniški Direktor	12%	9%	5%	2%	1%
	Predsedniški Direktor	12%	9%	5%	2%	1%
	Izvršilni Direktor	12%	9%	5%	2%	1%
	Dvojni Diamantni Direktor	12%	9%	5%	2%	1%
	Diamantni Direktor	12%	9%	5%	2%	1%
	Safirni Direktor	12%	9%	5%	2%	1%
	Zlati Direktor	12%	9%	5%	2%	-
	Direktor	12%	9%	5%	2%	-
Menedžerji	Senior Tim Menedžer	12%	8%	4%	-	-
	Tim Menedžer	12%	7%	3%	-	-
Brand partner	Platinasti Brand partner	11%	6%	-	-	-
	Zlati Brand partner	10%	5%	-	-	-
	Srebrni Brand partner	9%	-	-	-	-
	Bronasti Brand partner	8%	-	-	-	-
	Brand partner	-	-	-	-	-

Generacijski bonusi:

	Statusi	Osebna generacija	Direktor+ Generacija 1	Direktor+ Generacija 2	Direktor+ Generacija 3	Direktor+ Generacija 4	Direktor+ Generacija 5
Direktorji	Senior Predsedniški Direktor	1%	3%	2%	1%	1%	1%
	Predsedniški Direktor	1%	3%	2%	1%	1%	1%
	Izvršilni Direktor	1%	3%	2%	1%	1%	1%
	Dvojni Diamantni Direktor	1%	3%	2%	1%	1%	-
	Diamantni Direktor	1%	3%	2%	1%	-	-
	Safirni Direktor	1%	3%	2%	-	-	-
	Zlati Direktor	1%	3%	-	-	-	-
	Direktor	1%	-	-	-	-	-
Menedžerji	Senior Tim Menedžer	-	-	-	-	-	-
	Tim Menedžer	-	-	-	-	-	-
Brand partner	Platinasti Brand partner	-	-	-	-	-	-
	Zlati Brand partner	-	-	-	-	-	-
	Srebrni Brand partner	-	-	-	-	-	-
	Bronasti Brand partner	-	-	-	-	-	-
	Brand partner	-	-	-	-	-	-

Slovar izrazov

AKTIVNI BRAND PARTNER

Brand partner z osebnimi bonus točkami v določenem kat. obdobju. Osebn bonus točke se lahko ustvarijo z lastnimi naročili Brand partnerjev in lastnimi naročili povezanih VIP strank.

AKTIVNOST

Delež v % članov, ki imajo osebne bonus točke v trenutnem kat. obdobju.

BONUSI: Bonusi so nagrada, ki jo je mogoče doseči z delitvijo poslovne priložnosti z drugimi, da se pridružijo Oriflamu, in razvojem Liderjev.

BONUS TOČKE (BP)

Vsakemu izdelku je dodeljeno določeno število bonus točk. Izdelki in seti z višjo ceno imajo več bonus točk. Bonus točke se izračunajo tako, da se BV deli z razmerjem BV/BP. Razmerje BV/BP je mogoče na novo definirati glede na tržne razmere. Najnovejšo vrednost razmerja BV/BP lahko najdete na spletni strani Oriflama v Mobilni pisarni, poleg različnih variacij BP glede na različne segmente izdelkov.

KVALIFICIRANI BRAND PARTNER ZA BONUS

Brand partner, ki je v kat. obdobju zbral 100 OBP. Za osebna naročila ni nobenih zahtev, zato je Brand partner lahko kvalificiran za bonus, tudi če ni oddal nobenega osebnega naročila, medtem ko je zahteva 100 OBP izpolnjena z naročili njegovih VIP strank.

KVALIFICIRANA SKUPINA ZA BONUS

Gre za skupino z vsaj enim Brand partnerjem, ki se je kvalificiral za bonus (100 OBP ali več) kjer koli v skupini ter lahko sega neskončno v globino.

PRODAJNI OBSEG (BV)

Denarna vrednost prodaje izdelkov pri največjem osebnem popustu 30 %, zmanjšana za DDV in druge davke. Znesek vaših bonusov bo izračunan kot odstotek celotnega BV. Prodajni obseg se lahko izračuna nekoliko drugače glede na različne segmente izdelkov, te razlike najdete na spletni strani Oriflame.

DENARNE NAGRADE

Enkratna denarna nagrada, ko prvič dosežete nov status po Načrtu uspeha z razvojem in usposabljanjem mreže, začenši s statusom Direktorja.

TOP TIM

Top tim je sestavljen iz Brand partnerjev, ki si prizadevajo postati Liderji. Običajno je sestavljen iz treh do petih Brand partnerjev pod vodstvom Menedžerja ali Direktorja.

STRANKA

Oseba, ki kupuje izdelke pri vas ali pri katerem koli Brand partnerju.

KATALOŠKA CENA

Cena, ki vam jo stranke plačajo za izdelke.

STATUSI DIAMANTNEGA DIREKTORJA

Vključuje statusa Diamantni Direktor in Dvojni Diamantni Direktor.

DIREKTORSKI STATUSI

Vključuje statuse Direktor, Zlati Direktor in Safirni Direktor.

STRUKTURA

Vsi Brand partnerji pod vami v vaši mreži so vaša struktura.

BONUS TOČKE STRUKTURE (BPS)

Je skupna vsota vseh OBP, ki jih zberejo vsi Brand partnerji v strukturi Brand partnerja. BPS so vaše OBP in od vseh pod vami. Gre za merilo skupne velikosti mreže.

KATALOŠKO OBDOBJE

Kat. obdobje običajno traja 21 dni. Kat. obdobje se uporablja za izračun bonusov, kvalifikacije za status, kvalifikacije za konference in kataloške ponudbe.

KARIERNI STATUS

Uporablja se za prepoznavo in bonuse. To je status, ki ga boste delili s svojim timom. Ko prvič dosežete nov Karierni status, ta novi status velja za celotno kat. obdobje, v katerem je dosežen.

STATUSI IZVRŠNEGA DIREKTORJA

Vključuje Karierni status Izvršnega Direktorja.

BRAND PARTNERJI V PRVI LINIJI

Brand partnerji, ki jih včlanite sami in jih neposredno sponzorirate.

GENERACIJA

Generacija je skupina, ki se je oblikovala v strukturi Brand partnerja, začenši z Brand partnerjem v njegovi strukturi, ki ima Karierni status Direktorja ali višjega in vključuje vse pod njim, do naslednjega Kariernega statusa Direktorja, vendar ne vključno z njim, oz. višje. Ko Brand partner v vaši Osebn generaciji doseže Karierni status Direktorja, zapusti vašo Osebno generacijo in postane samostojna generacija, skupaj s svojimi Brand partnerji.

NEAKTIVNI BRAND PARTNER

Brand partner brez osebnih bonus točk v določenem kat. obdobju. Brand partner je lahko Neaktiven 1 (OBP je imel v prejšnjem kat. obdobju), Neaktiven 2 (OBP je imel pred dvema kat. obdobjema), Neaktiven 3 (OBP je imel pred tremi obdobji in bo izključen iz aktivnih Brand partnerjev ob zaključku aktualnega kat. obdobja, v kolikor ne bo imel OBP).

NEODVISNI ORIFLAME BRAND PARTNER

Pogosto imenovan "Brand partner". Oseba, bodisi Brand partner, Menedžer, Direktor ali Lider, ki se prijavi in plača članarino za registracijo pri Oriflamu.

NEODVISNI ORIFLAME DIREKTOR

Pogosto ga imenujemo kar "Direktor". Ta izraz se uporablja za vse statuse od Direktorja do najvišjega statusa Direktorja, Senior Predsedniški Direktor.

NEODVISNI ORIFLAME MENEDŽER

Pogosto imenovan "Menedžer". Ta izraz se uporablja za statusa Tim Menedžer in Senior Tim Menedžer.

LIDER

Ta izraz se nanaša na Brand partnerje, ki sponzorirajo in vodijo druge Brand partnerje. Uporablja se za vse statuse od Tim Menedžerja do najvišjega statusa, Senior Predsedniški Direktor.

SKUPINA

Sestavlja jo Brand partner iz prve linije in njegova celotna struktura.

RAVEN

Brand partnerji v vaši osebni skupini pod vašo prvo linijo se štejejo v ravneh.

STATUSI MENEDŽERJA

Vključuje statusa Tim Menedžer in Senior Tim Menedžer.

ČLANI

Vsi člani (Brand partnerji in VIP stranke), ki imajo osebne bonus točke v zadnjih 3 kataloških obdobjih. Za VIP stranke se osebne bonus točke lahko ustvarijo z lastnimi naročili. Za Brand partnerje se osebne bonus točke lahko ustvarijo z lastnimi naročili Brand partnerjev in lastnimi naročili povezanih VIP strank.

NOVI DIREKTOR+ GENERACIJA (NDG)

Vsaj enkrat v 17 kat. obdobjih morate kot Lider imeti nekoga, ki je prvič napredoval v Direktorja. Ta zahteva velja od statusa Izvršnega Direktorja. Oriflame za dosego tega položaja zahteva samo novega člana tima prve generacije. Za napredovanje ni potrebna nova Direktorska skupina. NDG vas spodbuja, da še naprej razvijate svoj tim za dolgoročni uspeh v vaši karieri in karieri vaših struktur.

MREŽA

Po Načrtu uspeha se ta izraz nanaša na vse Brand partnerje v vaši strukturi, vključno s Kariernim statusom Direktorja ali višjim in njihovimi strukturami.

PLAČILNI STATUS

Določa, kaj zaslužite; temelji na uspešnosti v trenutnem kat. obdobju in se zato lahko razlikuje v posameznem kat. obdobju. Ob zaključku vsakega kat. obdobja bo vaš Plačilni status status, ki ga imate ob zaključku obdobja.

OSEBNE BONUS TOČKE (OBP)

Je skupna vsota vseh BP točk, ki jih zbere Brand partner in vse njegove VIP stranke v posameznem kat. obdobju.

BP TOČKE OSEBNE GENERACIJE

Za status Direktorja in višjega morate vedno imeti minimalno raven BP točk v vaši Osebn generaciji. To pravilo vas spodbuja, da še naprej razvijate nove Liderje v vaši Osebn generaciji.

OSEBNA GENERACIJA (OG)

Vaša Osebna generacija obsega vse Brand partnerje, ki jih neposredno sponzorirate (vaša prva linija), kot tudi njihove strukture – ne pa tudi Brand partnerje, ki so sami dosegli Karierni status Direktorja ali višjega in njihove strukture. Lahko jo imenujemo tudi osebna skupina.

STATUSI PREDSEDNIŠKEGA DIREKTORJA

Vključuje statusa Predsedniški Direktor in Senior Predsedniški Direktor.

SPLETNA POVEZAVA SHARE & EARN

Je edinstveno spletno orodje za trženje, ki je na voljo vsem Brand partnerjem, ki vam z deljenjem povezave, ki je bila ustvarjena posebej za vas, med drugim omogoča, da povabite nove VIP stranke in povečate svoj zaslužek od njihove spletne prodaje ter delite z njimi Oriflame poslovno priložnost.

SPONZOR

Sponzor uvaja nove Brand partnerje, da se pridružijo Oriflamu, ter jih usposablja in podpira pri njihovih dejavnostih. Vi ste sponzor Brand partnerjem iz prve linije.

PRAVILO NAJMOČNEJŠE SKUPINE

Največ 50 % zahteve glede BPS za status lahko izvira iz vaših lastnih OBP ali iz katere koli posamezne skupine. To pravilo vam pomaga zgraditi trdno organizacijo z močno prodajo v vseh skupinah.

ZAHEVE GLEDE STRUKTURE

Obstajata dve vrsti zahtev za izgradnjo trdnega posla: kvalificirane skupine za bonus in kvalificirane skupine za status.

KVALIFICIRANA SKUPINA ZA STATUS

Gre za skupino, ki ima vsaj en Plačilni status nekje v tej skupini. Lahko sega neskončno v globino.

ZGORNJA LINIJA

Vaš lastni sponzor in vsi Brand partnerji nad vašim sponzorjem so vaša zgornja linija.

VIP STRANKA

Oseba, ki se registrira kot stranka pri Oriflamu brez članarine za registracijo z namenom nakupa izdelkov Oriflame preko spleta.

Izjave in primeri, predstavljeni v tem dokumentu, so zgolj za ilustracijo. Oriflame ne jamči glede zaslužka. Dejanski finančni rezultati se lahko razlikujejo med Brand partnerji, na njih pa vplivajo dejavniki kot so večina vsakega Brand partnerja, poslovne izkušnje, sposobnost posameznika, vložen trud in čas.



Pravilnik poslovanja: Etični kodeks in Pravilnik vedenja

Pomembno je, da si preberete Oriflamov etični kodeks (»Kodeks«) in pravilnik vedenja (»Pravilnik«), saj sta sestavni del pogojev v prijavnici za Brand partnerje. Brand partner se mora strinjati s Kodeksom in Pravilnikom ter vsemi spremembami, ki so objavljene v novicah ali Brand partnerjem posredovane na drugačen način. Oriflame si pridržuje pravico, da takoj in kadar koli prekine članstvo Brand partnerja, ki bi v prijavnici navedel neresnične podatke ali zlorabljal Kodeks ali Pravilnik. Brand partnerji,

ki jim je bila članska številka ukinjena, izgubijo vse pravice in ugodnosti, ki izhajajo iz članstva, vključno z njihovo mrežo. Kodeks in Pravilnik sta namenjena vaši zaščiti, z njima želimo zagotoviti, da bodo vsi Oriflamovi Brand partnerji ravnali po enakih visokih standardih. Skladno z Oriflamovimi etičnimi standardi se od vseh Brand partnerjev pričakuje in zahteva, da ravnajo v skladu z vsemi zakonskimi obveznostmi države, v kateri poslujejo, tudi v primeru, da nekatere obveznosti niso navedene v Kodeksu ali Pravilniku.

ETIČNI KODEKS DRUŽBE ORIFLAME

**Kot Brand partner družbe Oriflame
soglašam, da bom svoje poslovanje
z družbo Oriflame izvajal na
naslednji način:**

1. Upošteval in izvajal bom pravila, navedena v tem uradnem priročniku s pravili in drugi literaturi družbe Oriflame. Upošteval bom ne samo »zapis« temveč tudi »duh« Pravilnika.
2. Moje vodilno načelo za poslovanje je, da vse ljudi, ki jih srečam kot Brand partner družbe Oriflame, obravnavam tako, kot bi želel biti obravnavan sam.
3. Predstavitve izdelkov družbe Oriflame, priložnosti za zaslužek družbe Oriflame, s tem povezana usposabljanja in druge priložnosti in koristi, ki jih družba Oriflame ponuja strankam in Brand partnerjem, bom opravljal na pošten in verodostojen način. Pisno ali ustno bom podal samo tiste informacije v povezavi z izdelki, zaslužki in drugimi priložnostmi, ki so omenjeni v uradni literaturi družbe Oriflame (vključno s Prilogo 1).
4. Pri izvajanju storitev, sprejemanju naročil od strank in reševanju reklamacij bom ravnal spoštljivo in brez obotavljanja. Pri zamenjavi izdelkov bom sledil postopkom, navedenim v uradni literaturi družbe Oriflame.
5. Sprejemal in izvajal bom predpisane odgovornosti Brand partnerja družbe Oriflame (in tiste, ki mi jih ob napredovanju določita moj sponzor in Direktor (in oseba na višjem položaju), kot je opredeljeno v uradni literaturi družbe Oriflame.
6. Obnašal se bom tako, da to v največji meri izraža integriteto, poštenost in odgovornost.
7. Mreže družbe Oriflame v nobenem primeru ne bom uporabljal za trženje drugih izdelkov ali storitev, ki jih ni odobrila družba Oriflame. Spoštoval bom način distribucije z direktno prodajo kupcu in izdelkov ne bom prodajal prek kakršnih koli trgovin na drobno.
8. Upošteval bom vse zakone in predpise države, kjer delujem kot Brand partner družbe Oriflame, in držav gostiteljic, če vzpostavljam mednarodno skupino.
9. Razumem, da je spoštovanje tega Kodeksa in Pravilnika pogoj za moje članstvo v Oriflamu.

ETIČNI KODEKS DRUŽBE ORIFLAME

1. Definicije

A. »Oriflame Brand partner« za namene tega dokumenta zajema vse Brand partnerje družbe Oriflame ne glede na status in raven (vključno z Menedžerji skupin, Direktorji in osebami na višjem položaju).

B. Share & Earn povezava: Je edinstveno spletno orodje za trženje, ki je na voljo vsem Brand partnerjem, da povabijo nove VIP stranke in povečajo svoj zaslužek z njihovo spletno prodajo ter z njimi delijo poslovno priložnost na izbranih trgih.

C. »Oriflame« se v tem dokumentu nanaša na lokalno poslovno enoto Oriflame, prek katere ste izpolnili prijavitni obrazec za Oriflame Brand partnerja, razen če je navedeno drugače.

D. »Sponzorska linija« zajema Brand partnerja, njegovega sponzorja itd. vzdolž linije, ki se konča z družbo Oriflame.

E. »Osebná skupina« zajema vse Brand partnerje družbe Oriflame, ki so pod neposrednim ali posrednim sponzorstvom Oriflame Brand partnerja, vendar pa ne zajema neposredno sponzoriranih Menedžerjev ali njihovih struktur.

F. »Skupina« se nanaša na celotno strukturo, vključno z vsemi Brand partnerji, Menedžerji in njihovimi strukturami.

G. »Literatura družbe Oriflame« zajema Načrt uspeha (vključno s tem priročnikom s pravili), kataloge z izdelki, literaturo v začetnem kompletu za delo z družbo Oriflame, glasilo in vse druge informacije, natisnjene ali objavljene na uradnem spletnem mestu družbe Oriflame.

H. »Sponzor« pomeni osebo, ki novo osebo uvede v svetovanje družbe Oriflame.

Besede, ki se v izvirniku pišejo z veliko začetnico, vendar tukaj niso opredeljene, imajo enak pomen kot v predhodnih poglavjih Načrta uspeha.

2. Članstvo

2.1 Kandidata za članstvo za Brand partnerja družbe Oriflame mora praviloma uvesti v delo registriran Brand partner družbe Oriflame. V posebnih okoliščinah (pogoji, ki jih določa Oriflame) lahko družba Oriflame bodočega Oriflame Brand partnerja dodeli v katero koli skupino.

2.2 Vsak posameznik lahko razpolaga samo z enim članstvom v družbi Oriflame, ki je lahko neposredno ali posredno. Posredno članstvo je članstvo, pridobljeno z lastništvom delnic v družbi, ki je registriran kot Brand partner družbe Oriflame.

2.3 Družba Oriflame si pridržuje pravico, da zavrne katero koli prošnjo za članstvo ali ponovno članstvo.

2.4 Prosilec za izvajanje del Brand partnerja družbe Oriflame mora dosegati starost poslovne sposobnosti. Družba

Oriflame lahko po lastni presoji na podlagi pisnega dovoljenja skrbnika sprejme tudi druge prosilce z minimalno starostjo 16 let.

2.5 Članstvo se lahko posameznikom, družbi z omejeno odgovornostjo ali partnerskim družbam odobri samo, kadar sta pogodbeni stranki zakonca ali starši in otrok/otroci, kadar je družba Oriflame predhodno odobrila prenos poslovnega postopka. Pravna oseba mora posredovati ime osebe, ki je pooblaščená za delovanje v njenem imenu, in tudi vse omejitve teh pooblastil. Partnerji so vzajemno odgovorni in družba Oriflame lahko v primeru neplačevanja terja plačilo od enega ali obeh partnerjev.

2.6 Brand partner družbe Oriflame lahko odstopi od svojega članstva v roku 30 dni od pridružitve (ali kasneje, če tako dovoljuje lokalna zakonodaja), družba Oriflame pa mu vrne ves denar za članarino ter potrebne začetne materiale in izdelke.

2.7 Brand partnerji lahko od članstva s pisnim obvestilom družbi Oriflame odstopijo kadar koli po 30 dneh od pridružitve. V tem primeru družba Oriflame ni odgovorna za povračilo stroškov, opredeljenih v točki 2.6., razen morebitnih potrebnih pristojbin, ki jih Oriflame Brand partner plača, da postane ali ostane Brand partner v 30 dneh pred odstopom od članstva.

2.8 Članstvo poteče na obletnico registracije.

2.9 Članstvo se lahko obnovi s plačilom letne članarine, ki je zajeta v prvem računu po obletnici registracije.

2.10 Če želi zakonski partner Oriflame Brand partnerja postati Oriflame Brand partner, morata biti oba zakonca ali pod skupnim sponzorstvom pod isto člansko številko (v obliki družbe z omejeno odgovornostjo ali partnerstva) ali kot ločeno pod ženo oz. možem, glede na to, kdo je prvi postal Brand partner družbe Oriflame.

Če se zakonski partner včlani pod ločenim članstvom, bo vsaka denarna nagrada, ki jo je zaslužil zakonec, odštetá od višje denarne nagrade zakonca, ki se je prvi pridružil – če je takšna denarna nagrada posledica preklica članstva zakonca, ki se je iz kakršnega koli razloga pridružil drugi liniji.

2.11 Nekdanji Brand partnerji družbe Oriflame (ali zakonski partnerji nekdanjih Oriflame Brand partnerjev) lahko zaprosijo za novo članstvo pod naslednjimi pogoji:

a) Od predhodnega članstva, ki je bilo preklicano z odpovedjo, je preteklo najmanj šest mesecev (razen če je drugače dogovorjeno z družbo Oriflame).

b) V novi prošnji mora biti navedeno, da je skladna s tem Pravilnikom.

c) Nekdanji Oriflame Brand partner lahko nemudoma znova zaprosi za članstvo, brez da bi navedel, da je bil Oriflame Brand partner, če je njegovo članstvo prenehalo zaradi najmanj 12-mesečne neaktivnosti, kadar je prenehanje posledica nepodaljšanja članstva.

2.12 Oriflame ima pravico prekiniti članstvo Oriflame Brand partnerja zaradi kakršne koli kršitve Etičnega kodeksa in / ali Pravilnika vedenja.

2.13 Družba Oriflame si pridržuje pravico do začasnega preklica članstva Oriflame Brand partnerja do 12 mesecev s takojšnjim učinkom za namene preiskav kršenja Pravilnika.

3. Vzdrževanje sponzorskih linij

3.1 Oriflame Brand partnerji se smejo znova prijaviti samo v drugi sponzorski liniji, če odstopijo od članstva in zaprosijo za novega pod točko 2.11. Če odstopijo, izgubijo svojo celotno skupino, ki se prenese na njihovega prvotnega sponzorja.

3.2 Prenos članstva od ene osebi k drugi je mogoč samo v posebnih primerih in po lastni presoji družbe Oriflame.

3.3 Brand partnerji družbe Oriflame, ki želijo prenesti svoje članstvo, to lahko storijo, vendar samo svojim najbližjim (po presoji družbe Oriflame). Družbi

Oriflame morajo poslati prošnjo za prenos članstva.

Brand partnerji družbe Oriflame, ki so skladno s tem

Pravilnikom prenesli svoje članstvo, lahko znova

zaprosijo za članstvo, če je od prenosa njihovega

zadnjega članstva preteklo vsaj šest mesecev.

3.4 V primeru smrti Oriflame Brand partnerja se članstvo prekine v treh mesecih po dnevu smrti, če družba od najbližjega sorodnika ne prejme prošnje za prenos članstva v skladu s točko 6.4. Po prenehanju članstva bodo vsa plačila, ki jih družba Oriflame dolguje preminulemu, izvršena zakonitemu dediču ali dedičem Oriflame Brand partnerja.

Družba Oriflame si pridržuje pravico, da kot pogoj za izplačilo od zakonitega dediča ali dedičev zahteva dokazila o dedovanju.

3.5 Prenos skupine ali dela skupine ni dovoljen.

4. Odgovornosti Brand partnerja

Splošne obveznosti

4.1 Brand partnerji družbe Oriflame morajo ob prijavi za članstvo izpolnjevati vse zakone, predpise in kodekse ravnanja, vključno z davčno zakonodajo in predpisi glede prijave in urejanja davkov. Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo opravljati nobene dejavnosti, zaradi katere bi sami ali družba Oriflame prišli na slab glas.

4.2 Brand partnerji družbe Oriflame morajo ustrezno ukrepati, da zagotovijo zaščito vseh zasebnih podatkov, ki jih posreduje stranka, potencialna stranka in drug Brand partner družbe Oriflame, in sicer v skladu z lokalnimi zakoni, ki veljajo za varstvo zasebnosti in podatkov.

Obveznosti do strank

4.3 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo izvajati zavajajočih, varljivih ali nepoštenih praks.

4.4 Brand partner družbe Oriflame se mora že ob prvem stiku s potencialno stranko predstaviti in pojasniti svoj namen pristopa k potencialni stranki ali namen priložnosti. Brand partner družbe Oriflame mora zagotoviti popolno transparentnost svojega predstavljanja kot Brand partner družbe Oriflame v kateri koli povezani komunikaciji preko elektronske pošte, spletnega mesta, družbenih omrežij itd. Potrebno je navesti ime, podatke za stik in podatek, da pošiljatelj ni uradni predstavnik družbe Oriflame.

Pri predstavitvi pošiljatelja, kot je podpis v elektronski pošti, na poslovnih vizitkah, spletnem mestu, družbenih omrežjih ipd. mora biti pred navedbo »Brand partner družbe Oriflame« vselej navedeno tudi »neodvisni«.

4.5 Brand partnerji družbe Oriflame morajo strankam ponuditi natančne in popolne razlage izdelkov in predstavitev glede cene in po potrebi glede kreditnih pogojev; plačilnih pogojev; obdobja za razmislek, vključno z vračilom blaga; garancijskih pogojev; poprodajnih storitev; in časa dostave. Brand partnerji družbe Oriflame morajo podati točne in razumljive odgovore na vsa vprašanja strank.

4.6 V obsegu, v katerem se trditve nanašajo na učinkovitost izdelka, mora Brand partner družbe Oriflame podati le tiste ustne ali pisne trditve, ki jih je odobrila družba Oriflame.

4.7 Brand partnerji družbe Oriflame morajo za vso prodajo izdelkov potencialnim strankam predati ali dati na razpolago naročilnico za izdelek, ki: identificira družbo Oriflame, identificira Brand partnerja, ki prodaja, vključno z njegovim imenom, naslovom in telefonsko številko, vse bistvene pogoje prodaje, garancijske pogoje in/ali pogoje jamstva, podrobnosti in omejitve ali poprodajne storitve, trajanje garancije in popravne ukrepe, ki so na voljo stranki.

4.8 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo uporabiti nobenih izjav ali pričevanj, ki so nepooblaščené, neresnične, zastarele ali kako drugače neuporabne, ki niso povezane s ponudbo ali so uporabljene na kakršen koli način, ki bi lahko zavedel potencialno stranko.

4.9 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo uporabljati primerjav, ki so zavajajoče. Primerjava mora temeljiti na dejstvih, ki jih je mogoče podkrepiti. Brand partnerji ne smejo blatiti katere koli druge družbe, podjetja ali izdelka, neposredno ali posredno. Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo nepošteno izkoristiti dobrega imena, povezanega s trgovskim imenom in simbolom drugega podjetja, družbe ali izdelka.

4.10 Brand partnerji družbe Oriflame morajo spoštovati rok preklica naročila (14 koledarskih dni) in vrniti že dostavljeno blago v zameno za vračilo denarja, in sicer za blago, ki se lahko ponovno prodaja kot novo. Ko stranka zahteva, da se jamstvo zadovoljstva družbe Oriflame izpolni, mora Brand partner družbe Oriflame stranki ponuditi izbiro celotnega povračila nakupne cene ali celotnega dobroimetja za zamenjavo z istim ali drugim Oriflamevim izdelkom. Informacije o obdobju za razmislek in jamstvu zadovoljstva družbe Oriflame je potrebno jasno posredovati vsem, ki poslujejo z družbo Oriflame.

4.11 Brand partner družbe Oriflame bo stranke kontaktiral osebno, preko telefona ali elektronsko, in sicer na razumen način in v razumnem času, da prepreči vsiljivost. Brand partner družbe Oriflame bo na zahtevo potencialne

stranke prekinil demonstracijo ali prodajno predstavitev.

4.12 Informacije, ki jih stranki posreduje Brand partner družbe Oriflame, morajo biti podane na jasen in razumljiv način, upoštevajoč načela dobre vere v trgovskih poslih in načela o varovanju tistih, ki skladno z državno zakonodajo ne morejo podati svojega dovoljenja, kot so na primer nepolnoletne osebe.

4.13 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo izrabljati zaupanja posameznih strank in morajo spoštovati njihovo pomanjkanje izkušenj pri trgovanju, prav tako ne smejo izkoriščati starosti, bolezni, psihične ali fizične bolezni, lahkovernosti, pomanjkanja razumevanja ali pomanjkljivega znanja jezika stranke.

4.14 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo spodbujati osebe k nakupu izdelkov na podlagi navedbe, da lahko stranka zmanjša ali povrne nakupno ceno, tako da napoti potencialne stranke k Brand partnerju družbe Oriflame za podobne nakupe, če so takšna znižanja ali povrnitev odvisni od nekega prihodnjega dogodka.

4.15 Brand partnerji družbe Oriflame morajo pridobljena naročila pravočasno posredovati družbi Oriflame.

4.16 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo ukrasti prosilca od drugih Brand partnerjev družbe Oriflame, niti ne smejo prositi Brand partnerja družbe Oriflame, da sponzorira drugega Brand partnerja družbe Oriflame.

4.17 Brand partner družbe Oriflame bo na verodostojen in pošten način prikazoval dejanski ali potencialni zaslužek Brand partnerjev družbe Oriflame. Vsak prikaz zaslužkov mora biti: (a) resničen, natančen in predstavljen na način, ki ni napačen, zavajajoč ali varljiv, in (b) temelji na dokumentiranih in utemeljenih dejstvih na relevantnem trgu. Potencialni Brand partnerji morajo: (c) biti obveščeni, da se bodo dejanski zaslužki razlikovali od osebe do osebe in bodo odvisni od osebnih spretnosti Brand partnerja, vloženega časa in truda ter drugih dejavnikov in; (d) zagotoviti se jim mora zadostne informacije, ki omogočajo razumno oceno možnosti za zaslužek.

4.18 Brand partner družbe Oriflame ne bo zaračunal drugim Brand partnerjem ali potencialnim Brand partnerjem za morebitne materiale ali storitve, ki niso razviti / odobreni s strani družbe Oriflame, razen za kritje stroškov, ki so neposredno povezani z neobveznim usposabljanjem ali srečanji, ki jih vodi Brand partner družbe Oriflame.

Vsa trženska gradiva, ki jih razvijejo Brand partnerji družbe Oriflame, morajo biti skladna s politikami in postopki družbe Oriflame. Brand partnerji, ki prodajajo odobrena, zakonsko dovoljena promocijska ali učna gradiva drugim Brand partnerjem: (i) morajo ponujati samo materiale, ki so v skladu z istimi standardi, ki jih upošteva družba Oriflame, (ii) prepovedano je, da nakup takšnih materialov zahtevajo od drugih Brand partnerjev; (iii) zagotavljajo prodajno pomoč po razumni in poštteni ceni, brez večjega dobička za Brand partnerja družbe Oriflame, enakovredno podobnemu materialu, ki je na voljo na trgu; in (iv) ponuditi pisno politiko vračila blaga, ki je enaka politiki vračila družbe Oriflame.

4.19 Brand partnerji družbe Oriflame smejo priti v stik z drugimi Brand partnerji le na razumen način in v razumnem času, da preprečijo vsiljivost.

4.20 Družba Oriflame svojim Brand partnerjem ne postavlja nobenih pogojev v zvezi z minimalnimi nakupi, ne glede na količino ali vrednost. Brand partner družbe Oriflame ne sme siliti tistih, ki jih sponzorira, da naročajo preko njega, da naročajo najmanjše količine ali ohranjajo zalogo izdelkov. Vsi Brand partnerji družbe Oriflame lahko naročijo katero koli količino neposredno od družbe Oriflame, vendar se lahko glede na velikost naročila zaračunavajo kurirske datjave in datjave za obdelavo. Posamezni Brand partner se po lastni presoji odloči, ali bo delal zalogo izdelkov, ki odraža pričakovano prodajo /porabo. Brand partner družbe Oriflame ne sme zahtevati od ali spodbujati drugih Brand partnerjev družbe Oriflame k nakupu nerazumnih količin zalog ali izdelkov za delo z Oriflamom. Brand partner družbe Oriflame mora imeti takšno zalogo, kot lahko razumno pričakuje, da jo bo porabil.

4.21 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo uporabljati Oriflamine mreže za trženje gradiva, izdelkov ali poslovnih programov, ki jih družba Oriflame ni uradno odobrila in ki niso v skladu s politikami in postopki družbe Oriflame.

4.22 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo sistematično vabiti ali prositi neodvisnih prodajalcev drugega podjetja.

4.23 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo blatiti izdelke druge družbe, njenega prodajnega in marketinškega načrta ali katero koli drugo značilnost drugega podjetja.

4.24 Brand partnerji družbe Oriflame niso v delovnem razmerju z družbo Oriflame. Pri predstavitvi Oriflamine poslovne priložnosti morajo Brand partnerji jasno navesti neodvisen značaj tega posla in dejstvo, da delovno razmerje z družbo Oriflame ni mogoče.

4.25 Brand partnerji družbe Oriflame nimajo pooblastil, da se zavežejo ali prevzamejo obveznosti v imenu družbe Oriflame. Družbi Oriflame bodo povrnili vse stroške ali škodo, ki izhaja iz neupoštevanja tega Pravilnika.

4.26 Brand partner družbe Oriflame ne sme oddajati naročil v imenu drugega Brand partnerja brez njegovega predhodnega pisnega soglasja.

4.27 Pri izgradnji svoje osebne skupine morajo Brand partnerji družbe Oriflame zagotoviti, da bodo vsi novi Brand partnerji družbe Oriflame upoštevali kreditne pogoje, če so slednji ponujeni.

4.28 Kadar Brand partner družbe Oriflame postane sponzor, mora zagotoviti usposabljanje in motiviranje Brand partnerjev družbe Oriflame pod njegovim sponzorstvom.

4.29 Brand partner družbe Oriflame brez pisnega dovoljenja družbe Oriflame ne sme dajati intervjujev oziroma se sklicevati na družbo Oriflame v medijih, vključno s televizijo, spletom, radiem, revijami itd. niti izkoriščati oglaševalskega medija (vključno z vsilnim oglaševanjem prek kratkih sporočil, spleta itd.) za namene trženja svoje poslovne dejavnosti z družbo Oriflame.

4.30 Brand partnerji družbe Oriflame ne smejo biti vključeni v pogovore na družbenih omrežjih, ki napačno prikazujejo ali posredujejo nepravilne ali zavajajoče podatke o družbi Oriflame, njenih izdelkih ali storitvah, oziroma na splošno širijo slab glas o družbi Oriflame.

5. Druga pravila in politike

5.1. Skladno s tem Pravilnikom Oriflame ne obstajajo ekskluzivna območja ali franšize. Noben Brand partner družbe Oriflame nima pooblastil za odobritev, dodelitev, prodajo ali prenos takšnega območja ali franšize. Vsak Brand partner družbe Oriflame lahko svobodno izvaja svoj posel na katerem koli območju države, v kateri je registriran.

5.2 Brand partner družbe Oriflame mora upoštevati dejstvo, da družba Oriflame posluje na določenih tržiščih in ne po vseh državah na svetu, strogo mora upoštevati svoje obveznosti v zvezi z varnostjo in registracijo izdelkov, uvozom izdelkov in druga pravila, ki se lahko navezujejo na trgovanje v določenih državah. Družba Oriflame ne prevzema nobene odgovornosti za poškodbe, spore ali terjatve, ki izhajajo oziroma so povezane s čezmejnim trgovanjem, ki ga Brand partnerji družbe Oriflame izvajajo zunaj trgov, kjer je prisotna družba Oriflame. Zato je Brand partner družbe Oriflame v celoti odgovoren za tovrstne terjatve.

5.3 Brand partner družbe Oriflame deluje neodvisno od družbe Oriflame. Edini naziv, ki ga lahko uporabi na poslovnih vizitkah, drugem tiskanem materialu ali pri komuniciranju prek spletne pošte, je »Neodvisni Brand partner« ali »Neodvisni Brand partner družbe Oriflame«, in kadar je ustrezno usposobljen »Neodvisni Oriflame Menedžer« in »Neodvisni Oriflame Direktor«.

5.4 Brand partner družbe Oriflame lahko promocijske materiale in kakršne koli aplikacije družbenih omrežij, ki jih priskrbi družba Oriflame, uporablja skladno z določili brez nadaljnjih dovoljenj. Razume se, da se Brand partnerji družbe Oriflame ne morejo registrirati ali gostovati na spletnem mestu ali spletni strani z imenom domene, v kateri je vključena beseda »Oriflame«. Brand partnerji družbe Oriflame lahko obiskovalce preusmerijo na uradna spletna mesta družbe Oriflame, spletne dnevnike in podobno. Družba Oriflame si pridržuje pravico do predhodne odobritve materialov, ki bodo objavljeni. Pravila glede prisotnosti Brand partnerjev družbe Oriflame na spletu so podrobneje predstavljena v nadaljevanju.

5.5 Oriflamine blagovne znamke, logotipi in ime Oriflame so last družbe Oriflame Cosmetics A.G. in jih Brand partner brez pisnega dovoljenja družbe Oriflame ne sme uporabljati v tiskanih materialih ali objavljati na spletu. Če Brand partner pridobi takšno dovoljenje, mora blagovne znamke in logotipe uporabljati skladno z določili v smernicah družbe Oriflame.

5.6 Noben Brand partner družbe Oriflame ne sme proizvajati ali pridobivati kakršnih koli izdelkov z natisnjenimi ali prikazanimi blagovnimi znamkami ali logotipi prek katerega koli drugega vira, ki ni družba Oriflame, razen v primeru pisnega dovoljenja družbe Oriflame.

5.7 Vsi natisnjeni materiali, videoposnetki, fotografije in dizajni družbe Oriflame so avtorsko zaščiteni in jih brez pisnega dovoljenja družbe Oriflame ni dovoljeno kopirati v celoti ali delno niti v tiskani obliki niti objavljati na spletu. Pri zakonsko dovoljeni uporabi z avtorskimi pravicami zaščitenega materiala je potrebno na jasno vidnem mestu obvezno navesti, da je lastnik avtorskih pravic družba Oriflame.

5.8 Noben Brand partner družbe Oriflame izdelkov družbe Oriflame ne sme prodajati, demonstrirati ali razkazovati v kakršni koli trgovini na drobno, spletni trgovini ali platformi za dražbe, kot je na primer Ebay ipd. Literature družbe Oriflame ni dovoljeno prodajati ali prikazovati v tovrstnih trgovinah na drobno. V objektih, ki tehnično gledano niso trgovine na drobno, kot so lepotni saloni, je dovoljeno predstavljati izdelke, prodaja pa ni dovoljena.

5.9 Vsebine na spletnih mestih družbe Oriflame, kot so besedilo, grafične vsebine, fotografije, dizajni in programi so prav tako avtorsko zaščiteni, zato jih brez predhodnega pisnega dovoljenja družbe Oriflame ni dovoljeno uporabljati v komercialne namene.

5.10 Pošiljanje neželene pošte (zloraba elektronskega sistema za sporočanje za slepo pošiljanje neželenih množičnih sporočil) je izrecno prepovedano. Brand partner družbe Oriflame mora omejiti število poslanih promocijskih elektronskih sporočil, poslanih Brand partnerjem, tako da vsak posamezni prejemnik prejme največ eno sporočilo tedensko. Teh sporočil ni dovoljeno pošiljati v imenu družbe Oriflame, zato je za vsebino v celoti odgovoren pošiljatelj.

5.11 Nobena oseba v nobenem primeru ni pooblaščen za preoblikovanje ali kakršno koli spreminjanje embalaže ali označevanje izdelkov. Izdelke družbe Oriflame je dovoljeno prodajati samo v originalni embalaži.

5.12 Če so izdelki družbe Oriflame uporabljeni skladno z njihovim namenom in priloženimi navodili, ne povzročajo škode ali poškodb. Družba Oriflame ima zavarovanje odgovornosti za svoje izdelke. Zavarovanje zajema poškodbe ali škodo v primeru uporabe izdelka z napako, vendar pa ne zajema brezskrbne ali malomarne oziroma nepravilne uporabe izdelka.

5.13 Družba Oriflame si pridržuje pravico, da kadar koli od katerega koli zapoznelega računa odbije dolgovan popust za uspešnost ali bonus, ki zapade v plačilo Brand partnerju družbe Oriflame.

5.14 Družba Oriflame si pridržuje pravico do spremembe cen in ponudbe brez predhodnega obvestila. Družba Oriflame ne bo priznala popusta za uspešnost, bonusa ali drugih nadomestil za kakršno koli izgubo zaradi spremembe cene, spremembe ponudbe ali kadar izdelek ni na zalogi.

5.15 Če tako Brand partner ob prekinitvi članstva zahteva, se družba Oriflame strinja, da bo:

- a) izdelke znova kupila od Brand partnerja družbe Oriflame pod naslednjimi pogoji:
 - izdelke je treba vrniti v 12 mesecih od dneva nakupa; in
 - vrnjenih bo 90 % originalne plačane neto cene po odbitku vseh popustov za uspešnost, bonusov ali denarnih nagrad, ki so bili plačani mreži; in
- vrnjeni izdelki morajo biti trenutno med izdelki v prodaji družbe Oriflame, vključno z vsemi promocijskimi materiali, pripomočki ali kompleti za prodajo družbe Oriflame.
- Za namene tega določila (a) izdelki družbe Oriflame v trenutni prodaji pomenijo vse izdelke, ki:
- niso bili uporabljeni, odprti ali kakor koli drugače prirejeni; in
- jim ni pretekel rok uporabe; in
- jih družba Oriflame še zmeraj trži v svojih katalogih ali letakih.

5.16 Če je Brand partner družbe Oriflame kakor koli zakonsko ali drugače vpleten v kakršen koli spor ali dejavnost, ki lahko vključuje ali negativno vpliva na družbo Oriflame ali njen ugled, mora Brand partner družbe Oriflame družbo o tem nemudoma obvestiti.

5.17 Družba Oriflame si pridržuje pravico do razširitve ali popravkov Načrta uspeha družbe Oriflame, meril za usposobljenost ali Kodeksa in Pravilnika s takojšnjim učinkom.

6. Pravice in odgovornosti Direktorjev in oseb na višjih položajih
Poleg osnovnih pravil, ki veljajo za vse Brand partnerje družbe Oriflame, naslednja pravila veljajo posebej za Direktorje in osebe na višjih položajih. V primeru kršenja katerega koli od teh posebnih pravil bo nemudoma prenehal veljati status Direktorja (ali višjega položaja) in vse s tem povezane posebne pravice, vključno s kakršno koli nagrado – lahko pride tudi do prekinitve članstva.

6.1 Kot Direktor (ali oseba na višjem položaju) morate biti na razpolago Brand partnerjem v svoji skupini v vsakem kataloškem obdobju z:

- a) včlanjevanjem in nenehnim razvojem osebne skupine;
- b) pomočjo, vodenjem in motiviranjem članov osebne skupine;
- c) izvajanjem rednih sestankov za usposabljanje, motiviranje, postavljanje ciljev in preverjanje uspešnosti;
- d) usposabljanjem podrejenih Brand partnerjev družbe Oriflame za poslovanje z družbo Oriflame v najboljši možni meri;
- e) vzdrževanjem pogoste komunikacije, obveščanjem o datumih in krajih sestankov, posredovanjem novic o izdelkih, usposabljanjem itd.;
- f) sodelovanjem na vseh seminarjih in sestankih, ki jih organizira družba Oriflame;
- g) upoštevanjem Kodeksa in Pravilnika ter postavljanjem zgleda;
- h) udeležbo na poslovnih sestankih z družbo Oriflame, na katere vas povabi vaš področni vodja prodaje.

6.2 Direktorji (in osebe na višjih položajih) ne smejo zastopati, biti člani ali promovirati katero koli drugo podjetje za direktno prodajo;

6.3 Če je zakonski partner Direktorja (ali osebe na višjem položaju) predstavnik in/ali član katere koli druge družbe, ki se ukvarja z direktno prodajo, zakonski partner ne sme sodelovati v nobeni dejavnosti (sestanki in dogodki) družbe Oriflame, njegove dejavnosti pa morajo biti ločene od družbe Oriflame. Kadar je zakonski partner predstavnik in/ali član katere koli druge družbe, ki se ukvarja z direktno prodajo, morajo Direktorji (ali osebe na višjem položaju) družbo Oriflame o tem obvestiti.

6.4 V primeru smrti Direktorja (ali osebe na višjem položaju) se lahko članstvo v skladu z zakonodajo zadevne države prenese na najbližjega sorodnika preminulega. Pisni zahtevek za članstvo mora biti vložen v treh mesecih od datuma smrti. Kadar tovrstna zahteva ni podana, se članstvo prekine. Zaradi jasnosti se mora zakoniti upravičenec do članstva strinjati in spoštovati pogoje in pravila, ki veljajo za Brand partnerja.

6.5 Direktor (in oseba na višjem položaju) mora upoštevati dodatna pravila ali navodila, ki jih občasno v pisni obliki prejme od družbe Oriflame.

7. Postopek reševanja reklamacij

Vsakršne reklamacije na podlagi kršitev Etičnega kodeksa ali Pravilnika vedenja je treba nasloviti na lokalno prodajno organizacijo družbe Oriflame in/ali izvršnega direktorja družbe Oriflame, ki deluje v zadevni državi. Za reševanje reklamacij na vsakem trgu družbe Oriflame je pristojen izvršni direktor lokalne družbe Oriflame.

Priloga 1

Smernice glede komunikacije

KO PRISTOPITE K STRANKI/POTENCIALNEMU BRAND PARTNERJU DRUŽBE ORIFLAME:

DOVOLJENO JE:

- Identificirajte sebe in družbo Oriflame
- Pojasnite namen vašega nagovarjanja in vrste izdelkov, ki jih ponuja družba Oriflame
- Poskusite odgovoriti na vsa vprašanja na pošten, resničen in razumljiv način
- Podajte samo trditve, ki jih je odobrila družba Oriflame. Stranko usmerite na spletno stran družbe Oriflame, kjer si lahko prebere več o izdelkih in trditvah
- Upoštevajte zasebnost in druge osebne omejitve, ki jih oseba lahko ima (npr. čas, kraj, starost, fizično stanje)
- Če vas stranka tako prosi, prenehajte z razlago (in odidite)
- Zbirajte in / ali hranite le osebne podatke strank ali potencialnih strank, kadar je to potrebno, in zagotovite, da boste ravnali in varovali osebne podatke v skladu z lokalno zakonodajo glede zasebnosti in varstva osebnih podatkov
- Kadarkoli priporočite Oriflame izdelke:
 - obvestite stranko o pravilni ceni izdelkov, plačilnih pogojih in času dostave
 - svoji stranki dajte pisno naročilnico v času prodaje
 - obvestite stranko o njenem obdobju za razmislek, ko lahko prekliče naročilo v določenem času in pravici do vračila blaga in povračila za dobavljene izdelke, ki se lahko ponovno prodajajo kot novi

- stranko obvestite o jamstvu za izdelke, poprodajnih storitvah in postopkih za obravnavo pritožb.
- Ko imate predstavitev za potencialne Brand partnerje:
 - Dajte jim vedeti, da se bodo dejanski zaslužki razlikovali od osebe do osebe in bodo odvisni od spretnosti prodajalca, vloženega časa in truda ter drugih dejavnikov; in
 - Posredujte jim dovolj informacij, da omogočite razumno oceno možnosti za zaslužek.

Svoje stike spomnite na dejstvo, da je Oriflame ugledna družba za direktno prodajo, ki se osredotoča na razvoj inovativnih izdelkov na trajnosten način. Družba Oriflame ponuja kakovostne izdelke in možnost izgradnje posla. Poslovna priložnost zagotavlja neodvisen, zabaven in fleksibilen način za izboljšanje finančnega položaja posameznika, hkrati pa krepi sposobnosti in samozavest.

NI DOVOLJENO:

- Pritiskati na stranko, da kupi izdelke ali se pridruži družbi Oriflame – nič ni narobe, če tega ne stori; še vedno se lahko vrne k vam, če ste pustili profesionalen vtis in ste jo pravično obravnavali
- Preceniti lastnosti izdelka - pošteno in pravično predstavite svoje izkušnje z izdelkom; vedno se sklicujte na navodilo za uporabo oz. prospekt ali druge informacije, ki jih je predložila družba
- Preceniti dejstev o:
 - o uporabi in značilnostih Oriflame izdelkov
 - o priložnosti za zaslužek, ki jo ponuja družba Oriflame (v smislu npr. časa in lahkote, da dosežete ravni, pričakovanih zneskov, zasluženih na vsaki ravni, in na splošno o lahkoti in verjetnosti uspeha - ne pozabite, da je vse odvisno od časa in truda, ki ju je posameznik pripravljen vložiti in osebne sposobnosti posameznika
 - o vašem lastnem uspehu in izkušnjah z družbo Oriflame ali uporabi izjave nekoga drugega o uspehu, ki ni resnična ali je zavajajoča
- Lagati, zavajati, biti agresiven, vsiljiv ali nespoštljiv
- Oklevati, da poveste svojemu stiku, če nimate ali niste prepričani o odgovoru na njegovo vprašanje. V takšnem

primeru se obrnite na prodajno podporo družbe Oriflame, da razjasnite vprašanje; nato se vrnite k svojemu stiku s pravilnim odgovorom

- Uporabiti neustrezno ali brez zahtevanega pooblastila osebne podatke strank, drugih Brand partnerjev družbe Oriflame in potencialnih Oriflame Brand partnerjev
- delati primerjave z drugimi podjetji, ki ne temeljijo na dejstvih, ki jih ni mogoče preveriti
- neupravičeno škodovati ugledu drugega podjetja ali sistematično privabljati prodajne sile drugega podjetja
- spodbujati osebo, da kupi blago na podlagi izjave, da lahko oseba zniža ali povrne nakupno ceno, tako da k vam napoti druge stranke za podobne nakupe

Priloga 2

Oriflamova spletna politika za Brand partnerje

Ta politika pojasnjuje, kako lahko Oriflame Brand partnerji oblikujejo svojo prisotnost na spletu, ne da bi posegali v dejavnosti izgradnje blagovne znamke družbe Oriflame ali kršili zakone, pravila in sporazume, povezane z avtorskimi pravicami.

1. Splošno

Oriflame ponuja svojim Brand partnerjem možnost vzpostavitve lastne spletne povezave 'Share & Earn' ter različna druga centralno zagotovljena orodja za priporočanje Oriflame izdelkov in poslovnih priložnosti na spletu. Oriflameove aplikacije so danes edina odobrena digitalna orodja, kjer lahko Brand partnerji priporočajo izdelke ter prikazujejo slike in logotipe, katerih lastnik pravic je družba Oriflame.

Brand partnerji lahko gostijo ali postavijo spletne strani, na katerih komunicirajo o družbi Oriflame, njenih izdelkih in priložnosti, dokler je jasno navedeno, da to niso uradne Oriflame strani. Vedno mora biti jasno, kdo stoji za spletnim mestom, prav tako pa morajo biti vidni ustrezni kontaktni podatki. Brand partner naj komunicira s svojimi besedami in lahko citira besedila družbe Oriflame, a le, če se pri tem jasno sklicuje na vir.

Brand partner ne sme graditi spletnih poslovnih mest, na katerih se prodajajo izdelki družbe Oriflame ali kako drugače izvajati e-poslovanje izven odobrenih Oriflame aplikacij.

2. Ime domene

Brand partnerji ne smejo registrirati domen, ki vsebujejo besedo „Oriflame“. Brand partner ne sme registrirati strani / skupine na družbenih omrežjih z imenom in sliko, ki bi lahko zavedla potrošnika, da gre za uradno Oriflame stran / skupino:

- Ime in slika strani ali skupine na družbenih omrežjih (npr. facebook, VKontakte, instagram) morata jasno nakazovati, da jo upravlja posameznik, npr. Anina Oriflame skupina z Anino lastno sliko.

- Stran ali skupina na družbenih omrežjih se ne sme imenovati npr. "Oriflame Slovenija" z uradno Oriflame sliko npr. z logotipom ali slikami.

3. Izjava o omejitvi odgovornosti

Brand partnerji, ki gostijo lastne spletne strani in omenjajo, da so del družbe Oriflame, morajo jasno objaviti informacije, da so bodisi

- a) Neodvisni Brand partnerji za Oriflame
- b) Neodvisni Oriflame partnerji

Te informacije morajo biti jasno objavljene na začetni strani in pod izjavo o omejitvi odgovornosti, ki je vidna na vseh straneh spletnega mesta. Ime in podatki za stik morajo prav tako biti na voljo na spletnem mestu ali v informacijah o računu za stran na družbenem omrežju. Če ima Brand partner zasebno spletno stran, ki ni povezana z družbo Oriflame, je ta politika seveda neveljavna.

4. Vsebina in sklicevanja na družbo Oriflame

Vsebine z uradne Oriflame spletne strani se ne sme kopirati in objaviti pod lastnim imenom Brand partnerja. Če Brand partner na svoji spletni strani objavi uradno Oriflame vsebino z domene, ki je v lasti družbe Oriflame, mora biti to jasno navedeno.

5. Slike

Brand partner statičnega ali gibljivega slikovnega materiala z uradne Oriflame spletne strani ne sme objaviti na svoji spletni strani. Vsi slikovni materiali so zaščiteni z avtorskimi pravicami, družba Oriflame pa je pridobila pravice do njihove uporabe. Te pravice niso razširjene na Brand partnerje.

- Gibljive slike; video posnetki itd: Lahko se uporabljajo preko funkcije deljenja, če in ko je na voljo. Funkcija deljenja omogoča samodejno sklicevanje na izvirno mesto.

- Slike modelov ali oseb: Lahko se uporabljajo preko funkcije deljenja, če in ko je na voljo. Funkcija deljenja omogoča samodejno sklicevanje na izvirno mesto.

- Slike izdelkov Oriflame: Lahko se uporabljajo z ali brez funkcije deljenja, dokler je izvirno mesto omenjeno na viden in nedvoumen način (na primer: "vir: www.oriflame.com 2012").

Vsi morebitni zahtevki tretje osebe, naslovljeni na družbo Oriflame, bodo preneseni na Brand partnerja.

6. Oriflamov logotip

Logotip se lahko uporablja v formatih, ki jih najdete na uradnih spletnih straneh Oriflama. Logotipa ni dovoljeno spreminjati ali animirati in ga je mogoče uporabiti samo kot glavo ali nogo strani ter v e-poštnih podpisih v izvirni obliki.

7. Deljenje na družbenih omrežjih

Družba Oriflame spodbuja prisotnost na blogih, spletnih mestih za družbeno mreženje in podobno. Brand partnerje spodbuja, da blogajo in puščajo komentarje o izdelkih Oriflame, kjer menijo, da je to primerno, vendar morajo upoštevati točko 1.3 Etičnega kodeksa v zvezi s trditvami glede izdelkov. Priporočamo, da Brand partner v največji možni meri uporablja funkcijo deljenja, ki jo zagotavlja družba Oriflame, da bi zagotovili pravi prikaz in informacije o viru.

8. Trženje preko spletnih iskalnikov

Brand partnerji lahko izvajajo trženje preko iskalnikov, kot je Google Adwords, če pri tem upoštevajo pravila družbe Oriflame glede spletne prisotnosti. Poleg tega:

- Oglas mora jasno navajati, da ga je ustvaril neodvisni partner
- Naslov ne sme ustvarjati vtisa, da gre za uradni oglas družbe Oriflame ali da ga je družba Oriflame na kakršen koli način odobrila;
- Prepovedano je uporabljati izraz »Oriflame«. Prosimo, upoštevajte, da je vsak kupec npr. Adwords odgovoren za kakršno koli kršitev zoper drugih lastnikov blagovnih znamk.

9. Pristojbine za usposabljanje

Brand partnerji ne smejo zaračunavati pristojbin za spletna usposabljanja in spletne seminarje, ki presegajo neposredne stroške samega dogodka.

10. Spletna prodaja

Brand partnerji lahko izdelke Oriflame prodajajo samo prek odobrenih Oriflamovih aplikacij. Brand partnerji ne smejo prodajati izdelkov Oriflame prek maloprodajnih spletnih strani ali na spletnih tržnicah.

11. Pošiljanje neželene pošte

"Spamming" – pošiljanje neželenih množičnih sporočil je strogo prepovedano.

Za več praktičnih informacij in primerov o tem, kako slediti spletni politiki za Brand partnerje, si oglejte digitalni priročnik za Brand partnerje, ki ga najdete po prijavi na Oriflamovo spletno stran.

GROW
YOUR WAY

ORIFLAME
— S W E D E N —