



Digitala kommunikationsstandarder

Amway

Digitala kommunikationsstandarder

DIGITAL KOMMUNIKATION ÄR ELEKTRONISKA ÖVERFÖRINGAR (VANLIGTVIS VIA DATOR ELLER MOBIL ENHET) AV TEXTDATA, BILDER, VIDEOKLIPP, RÖST OCH ANNAN INFORMATION INKLUSIVE, MEN INTE BEGRÄNSAT TILL, ALLA INLÄGG ELLER PUBLICERINGAR SOM GJORTS TILLGÄNGLIGA I DET DIGITALA UTRYMMET, INKLUSIVE E-POST, VIDEOKLIPP, DIREKTSÄNDNINGAR, DIGITALA EVENT, PODCASTS, BLOGGINLÄGG, MOBILPROGRAM (APPAR), ANNONSERINGAR, FORUM, WEBBSIDOR OCH VIA VALFRI PLATTFORM FÖR SOCIALA MEDIER ELLER MEDDELANDEHANTERING, T.EX., FACEBOOK®, YOUTUBE®, INSTAGRAM®, TWITTER®, WECHAT®, VK®, LINE®, LINKEDIN®, WHATSAPP® ELLER SNAPCHAT® (“DIGITALA KOMMUNIKATIONER”).

UPPFYLLENDE AV SKYLDIGHETER

ABO:er måste följa Amways kommersiella principer, standarder och policyer, särskilt Europeisk policy för Business Support Material (BSM-policy) och Digitala kommunikationsstandarder (“DCS”) avseende all digital kommunikation om Amways affärsmöjlighet, Amway-produkter eller Amway-tjänster (direkta eller indirekta) eller när den digitala kommunikationen utgör Business Support Materials (BSM) som definierat i Amways kommersiella principer.

ABO:er måste alltid följa tillämpliga lagar såväl som användningsvillkoren för den digitala plattform som används. ABO:er måste kommunicera sanningsenligt, korrekt och inte missledande. Amway kräver att en ABO tar bort, återkallar, drar in, raderar, ändrar eller på annat sätt vidtar åtgärd som krävs av Amway i relation till hans/ hennes digitala kommunikation. Notera att exemplen i det här dokumentet bara är exempel och inte täcker alla situationer som tillåts eller inte tillåts.

FÖRBJUDEN KOMMUNIKATION – SKRÄPPOST

ABO:er får aldrig skicka skräppost.

Skräppost definieras som digital kommunikation som skickas till personer med vilka ABO:n inte har någon personlig, etablerad Amway-affärsrelation (d.v.s. en ömsesidig och direkt affärsinteraktion mellan en ABO och en annan person som sker innan Amways affärsmöjlighet eller Amway-produkter presenteras).

Skräppost inkluderar även information som skickas till dem som inte har valt att få information (opt-in) eller skickat till personer som särskilt bett att få bli borttagna från framtida informationsutskick (opt-out). “Opt in” är när personer söker för att hitta och medvetet väljer att följa, gilla, engagera sig i, prenumerera på eller på annat sätt visa en önskan att ta emot digital kommunikation.

SKAPA WEBBFORUM ONLINE

Webbforum online är grupper av personer som använder digital kommunikation för att diskutera intressen eller ämnen. ABO:er kan skapa webbforum online för att diskutera Amways affärsmöjlighet genom att använda push- eller pull-kommunikation. Genom att använda push- och pull-kommunikation som beskrivit nedanför kan ABO:er undvika att skicka skräppost. Under inga omständigheter ska en ABO, direkt eller indirekt, begära, bistå med, försöka påverka eller uppmuntra en annan ABO inom eller utanför hans/hennes webbforum att begära ändring av position i sponsorninjen (LOS).

Skapa webbforum online med pull-kommunikation

ABO:er har tillåtelse att lägga ut innehåll i en offentlig eller privat miljö och möjliggöra för personer att hitta innehållet och välja det. Detta kallas för pull-kommunikation. Pull-kommunikation innebär att en ABO skapar eller använder innehåll på digital egendom som de äger eller kontrollerar så att personer måste söka för att hitta och medvetet välja att följa, gilla, engagera sig i eller prenumerera på eller på annat sätt uttryckligen visa önskan att ta emot digital kommunikation, “opt in”. När en webbgrupp skapas säkerställer detta att personer som ser på innehållet inte tar emot skräppost och har valt att ta kontakt med en ABO.

Pull – exempel:

- En person hittar en ABO:s blogg om Amway- verksamheten och kommenterar. ABO:n **tillåts** kommunicera med personen eftersom **ABO:n** äger och kontrollerar den digitala egendomen, personen hittade den och personen valde att delta i webbforumet genom att kommentera bloggen.
- En ABO skapar en offentlig Facebook-sida för sin Amway-verksamhet. Detta är **tillåtet** eftersom ABO:n äger och kontrollerar den digitala egendomen, och en person måste aktivt välja att delta i webbforumet för att se ytterligare inlägg.
- En ABO skapar hashtaggen #LifewithAmway och en person hittar ABO:n via en sökning på Instagram. Detta är **tillåtet** eftersom **ABO:n** äger och kontrollerar den digitala egendomen där hashtaggen skapades och en person hittade den och visade intresse för ABO:ns webbforum på Instagram dvs. valde att delta (opt-in).
- En ABO tweetar om Artistry Light Up Lip Gloss i sin offentliga Twitter-profil. En person söker på Twitter och hittar och gillar tweeten. ABO:n följer upp med personen genom att tweeta till henne. Detta är **tillåtet** eftersom personen genom att gilla tweeten visade ett intresse för ABO:ns webbforum, dvs valde att delta (opt-in).
- En ABO lägger upp en länk för att marknadsföra sin Amway-webbplats i kommentarsfältet för en offentlig YouTube-video. Detta är **inte tillåtet** eftersom ABO:n inte äger eller kontrollerar den digitala egendom (YouTube-kanal) som han kommenterar.

Skapa webbforum online med push-kommunikation

Push-kommunikation innebär när en ABO direkt kontaktar personer eller använder push-funktion för att få ut innehåll på digitala egendomar. När det gäller att skapa webbforum finns det två typer av push-kommunikation; en som är tillåten och en som inte är tillåten.

Push-kommunikation – tillåtet: En ABO tillåts skicka digitalt innehåll till personer med vilka hon/han har en personlig, redan etablerad affärsrelation eftersom de redan ingår i ABO:ns webbforum. Dessutom kan en ABO använda push-metoden i digital kommunikation med personer som medvetet har valt och uttryckt intresse att delta i ABO:ns webbforum.

Push – tillåtet, exempel:

- En ABO skickar direktmeddelande om NUTRIWAY™ -produkter till en person som följer honom på Instagram. Detta är **tillåtet** eftersom personen medvetet valde att delta genom att följa ABO:n på dennes Instagram.
- En ABO lägger upp skönhetstips på sin verksamhets Facebook-sida, en person hittar och gillar inlägget och ABO:n skickar direktmeddelande till personen för att diskutera produkterna. Detta är **tillåtet** eftersom personen medvetet valde att delta (opt-in) i webbforumet genom att gilla Facebook-inlägget.
- En ABO bokar ett möte med en person på ett välgörenhetsevenemang, han följer upp med ett privat meddelande via WhatsApp om Amways affärsmöjlighet. Detta är **tillåtet** eftersom personen under mötet bad att få bli kontaktad angående affärsmöjligheten.
- En ABO är ensam ägare av en Facebook-grupp som handlar om båtar och lägger upp innehåll om Amway-produkter för rengöring av båtar. Förutsatt att reglerna för ägarens digitala egendom följs är detta **tillåtet**.
- En person i en onlinegrupp söker en hänvisning genom att anslå «Söker efter oberoende Amway-affärsdrivare». En medlem i gruppen ger namnet på en ABO som sedan följer upp med ett privat meddelande. Detta är **tillåtet** eftersom genom att be om en hänvisning, har personen medvetet valt att delta (opt-in) och **ABO:n** får då kontakta personen.

Push-kommunikation – inte tillåtet: En ABO tillåts inte skicka digitalt innehåll till personer med vilka hon/han inte har en personlig, redan etablerad affärsrelation och pågående affärsrelation eller till personer som inte medvetet har valt (opt-in) att ta emot kommunikation. Detta anses vara skräppost och är inte tillåtet eftersom det inte ingår i ABO:ns webbforum.

Push – inte tillåtet, exempel:

- En ABO skickar ett meddelande till en person som han hittade i en gruppdiskussion. Detta är **inte tillåtet** eftersom ABO:n inte har en personlig, redan etablerad relation med den personen och denna person valde inte medvetet att ta emot ABO:ns information eller delta i webbforum (opt-in).
- En ABO som ingår i en stor, professionell ingenjörsorganisation skaffar en distributionslista för alla medlemmar och bjuder in dem via e-post till en presentation för potentiella ABO:er. Detta är **inte tillåtet** eftersom

medlemskap i en företagsorganisation och att skaffa en distributionslista utgör inte en personlig, redan etablerad relation och innebär inte att personen medvetet har valt att delta i (opt-in) ABO:ns webbforum.

- En ABO skickar direktmeddelande till en medlem han inte känner, i en alumnigrupp, om Amways affärsmöjlighet via LinkedIn. Detta är **inte tillåtet** eftersom **ABO:n** inte äger eller kontrollerar LinkedIn-gruppen och inte har någon personlig, redan etablerad relation med personen och, därför inte är del av ABO:ns webbforum.

Innehåll för privat användning, miljö för endast ABO:er, med undantag för direktsändning:

ABO:er är tillåtna att lägga upp eller skicka följande typer av innehåll privat till ABO-webbforum:

- listor över tillgänglig och registrerat/auktoriserat stödmaterial till ABO-verksamheten (BSM)
- information om organisations erbjudande om ABO- träning, inklusive utan begränsning, evenemangsdatum och biljettpriser.

Förbjudet innehåll vid alla tillfällen

ABO:er tillåts inte lägga upp följande typer av innehåll i privata eller offentliga webbforum:

- LOS- information
- konfidentiellt och/eller affärskänsligt material inklusive, utan begränsning, produktinformation före lansering, ledningsändringar, fabriksnedstängningar, förvärv osv.

Kommunikation inom ett webbforum

När en person har valt att delta (opt-in) en ABO:s webbforum, är all kommunikation med den personen tillåten oavsett om det sker via push eller pull, så länge den följer Amways regler, policyer och standarder. Kommunikation via push eller pull måste dock användas när ABO-webbforumet skapas och måste överensstämma med avsnitten nedan.

PRESENTATION AV AMWAYS AFFÄRSMÖJLIGHET

En ABO får presentera Amways affärsmöjlighet för kunder och potentiella ABO:er, inklusive använda call-to-action (CTA) på digital egendom som ABO:n äger eller kontrollerar förutsatt att personen har valt att delta (opt-in) (pull-kommunikation). Alternativt kan en ABO presentera affärsmöjligheten för en potentiell ABO med vilken denne har en redan etablerad affärsrelation (push-kommunikation).

Användargenererat innehåll

ABO:er tillåts att marknadsföra Amways affärsmöjlighet och produkter genom att lägga upp användargenererat innehåll inklusive videoklipp, ljud, bilder (produkt, person eller annat), bilder av dem själva (selfies) med eller utan Amway-produkter, förutsatt att tillhörande text är sanningsenlig, korrekt och inte missvisande. Användargenererat innehåll som endast innehåller Amway-ägda varumärken (produkt eller varumärken / logotyper) eller Amway-produktbilder får dock inte användas i profilbilder, omslagsbilder eller liknande relevanta områden på den digitala egenskapen.

Exempel på potentiella ABO:er/prospekt:

- En ABO håller i en Amway-produkt, tar samtidigt en selfie och lägger sedan upp den på sitt Instagram-konto och lägger till en a call-to-action (CTA), "Skicka meddelande till mig så får du veta mer om Amways affärsmöjlighet". Detta är **tillåtet** eftersom ABO:n äger och kontrollerar den digitala egendomen, och de som väljer att skicka meddelandet till ABO:n väljer aktivt att ta emot information.
- En ABO re-tweetar ett inlägg från Amways officiella Twitter-konto angående att bli en ABO. I re-tweeten nämner ABO:n fördelarna med att bli en ABO och ber hennes följare att kontakta henne för att registrera sig. Detta är **tillåtet** eftersom de som väljer att följa upp väljer medvetet (opt-in) att ta emot mer information om verksamheten.
- En ABO lägger upp ett videoklipp om rekrytering till sin Amway-verksamhet på en väns blogg. Detta är **inte tillåtet** eftersom ABO:n inte äger eller kontrollerar den digitala egendomen och, därför, har personerna på bloggen inte medvetet valt att ta emot (opt-in) denna information.

FÖRSÄLJNING/HANDEL

En ABO får göra reklam för produkter för att sälja dem till kunder och potentiella ABO:er, inklusive använda en call- to-action (CTA), på digitala egendomar som ABO:n äger eller kontrollerar, förutsatt att personen medvetet har valt (opt-in) i ABO:ns webbforum.

ABO:n får genomföra försäljningstransaktionen via:

- Personal Retail Pages (PRP) som erbjuds via Amway Online
- ABO:ns auktoriserade webbplats.

En ABO kan alltid genomföra försäljningstransaktionen offline.

Prissättning

En ABO får inte inkludera prisinformation (produktpris eller rabatter på produktpriset) på någon digital egendom eller digital kommunikation utom i:

- en digital kommunikation som är privat eller från person till person såsom texter, direktmeddelande, e-post
- en direktlänk eller post som delas från en officiell digital Amway-egendom
- ABO:n får inkludera prisinformation i alla digitala egendomar som är kopplade till försäljning av Amway-produkter dvs ABO:ns personliga sida på Amway Online och ABO-webbplatser.

Användargenererat innehåll/produktplacering

ABO:er tillåts sälja, så länge som direktiven i DCS efterföljs, genom att lägga upp användargenererat innehåll inklusive videoklipp, ljud, bilder (produkt, person eller annat), bilder av dem själva (selfies) med eller utan Amway-produkter, förutsatt att tillhörande text är sanningsenlig, korrekt och inte missvisande. Användargenererat innehåll, som endast innehåller Amway-ägda varumärken (produkt eller brandnamn / logoer), eller Amway-produktbilder får inte användas i profilbilder, omslagsbilder eller liknande relevanta områden på den digitala egendommen.

ABO:er tillåts inte använda eller ge personer som inte är ABO:er tillåtelse (viktiga influencers, kunder osv) att sälja eller marknadsföra produkter och tjänster från Amway åt dem, inklusive använda missvisande taktik för att öka försäljningen eller intresset för deras digitala egendomar.

Försäljning - exempel:

- En ABO lägger upp en call-to-action (CTA) på Facebook- sidan Amways World Headquarters och uppmuntrar människor att köpa från henne. Detta är **inte tillåtet** eftersom **ABO:n** inte äger eller kontrollerar Facebook-sidan Amway World Headquarters.
- En ABO använder en YouTube vlogger för att sälja Amway- produkter och göra reklam för ABO:ns verksamhet. Vloggern kan göra reklam för Amway-produkterna och rekommendera ABO:n, förutsatt att vloggern inte får någon ersättning för reklamen eller rekommendationen. Men vloggern tillåts inte sälja Amway-produkter eftersom hon är en tredjepart som agerar på ABO:ns vägnar och hon är inte behörig att sälja Amway-produkter.

KOMBINATION OCH DRA FÖRDEL AV ANDRA WEBBFORUM/VERKSAMHETER

En blandad digital egendom kombinerar flera personliga intressen eller verksamheter på en ABO:s personliga digitala egendom. ABO:er tillåts blanda och dra fördel av sin Amway-verksamhet med andra sociala webbforum och verksamheter.

Detta innebär att på blandade digitala egendomar som ABO:n äger eller kontrollerar, kan ABO:n dra fördel av sina webbforum och verksamheter som inte är Amway, sälja Amway-produkter och erbjuda kontakter möjlighet att bli ABO via den verksamheten eller webbforumet.

Detta innebär även att i samma blandade digitala egendom kan ABO:n använda sitt Amway-webbforum, göra reklam för, rekommendera och sälja produkter som inte är från Amway och kontakta potentiella ABO:er via det Amway-webbforumet förutsatt att ABO:n aldrig varit kvalificerad på Diamond-nivå eller en högre nivå och inte missbrukar* sitt inflytande över downlines.

*Missbruk inkluderar, men är inte begränsat till, att påstå eller antyda att en ABO måste köpa rekommenderade eller marknadsförda produkter som inte är Amways för att bedriva en framgångsrik verksamhet. Sponsorer och upline-ABO:er ska inte uppmuntra, påverka eller kräva att downline-ABO:er köper produkter som inte är Amways som del av ett villkor för att få support eller hjälp med att bygga upp sin Amway-verksamhet.

ABO:ns blandade digitala egendom får inte vara dedikerad en enstaka, kommersiell verksamhet eller användas för onlineförsäljning t.ex. en digital egendom för e-handelstransaktioner.

ABO:n får dock inte använda officiella digitala Amway- egendomar eller sina egna Amway-dedikerade digitala egendomar för att kontakta potentiella ABO:er eller kunder för medlemskap, tjänster eller produkter i sin icke-Amway-verksamhet.

Omvänt kan ABO inte använda sina icke-Amway- affärsägda egenskaper för att marknadsföra eller sälja Amway-produkter eller tjänster eller främja Amways affärsmöjlighet. En blandad digital egenskap måste överensstämma med villkoren för den här egendommen, community eller verksamheten.

ABO:er får inte blanda eller dra fördel av följande verksamheter eller webbforum:

- produkter eller konkurrerande affärsmöjligheter, från direktförsäljning eller MLM-verksamheter t.ex. GNC®, Avon®, BeachBody®, Herbalife®
- produkter eller tjänster som är förbjudna att säljas online eller som kräver licensiering eller tillstånd att sälja, lån, finansiella investeringar, juridiska tjänster, sjukvård etc.
- kontroversiella verksamheter eller livsstilar t.ex. pornografi, tobak, politik, alternativ medicin, religion, spel, investeringsplaner, etc.
- tjänster som inkluderar mentorskap, livsstilscoachning, äktenskapsrådgivning, andlig vägledning, offentliga framträdanden eller entreprenörsutveckling eller andra tjänster
- tjänster som används under förevändning att attrahera personer till Amway, men erbjuder andra produkter, tjänster eller intressen än Amway-produkter eller Amway-möjligheter.

Dessutom kan ABO:er blanda och hävda produkter som direkt konkurrerar och är funktionellt utbytbara med produkter i Amway- produktportföljen. ABO:er får dock inte sälja produkterna på eller via den blandade digitala egendomen, och de kan inte heller få någon monetär ersättning i utbyte mot blandning och utnyttjande av sådana produkter.

I blandade webbforum måste försäljningstransaktioner av Amway-produkter vara oberoende av transaktioner som rör produkter som inte är Amways. ABO:er tillåts inte att paketera Amway-produkter med produkter som inte är Amways som del av en kampanj eller ett erbjudande.

Blanda och dra fördel av andra webbforum/verksamheter - exempel:

- En ABO som är cykelentusiast använder sin personliga digitala egendom för att diskutera och utbyta idéer med andra cykelentusiaster. Hon använder också den digitala egendomen för att tala om hur man främjar en hälsosam livstid genom att använda NUTRIWAY™ -produkter och för att sälja cykeltillbehör. Detta är **tillåtet** eftersom ABO:n äger och kontrollerar den digitala egendomen där den är inte bara avsedd för onlineförsäljning, och alla som tittar på innehållet väljer medvetet att göra det (opt-in).
- En ABO lägger upp en post sin blogg en lista över sina fem favorit läppstift inklusive en från Artistry. Detta är **tillåtet** eftersom den digitala egendomen ägs och kontrolleras av ABO:n, och hon får blanda och hävda andra produkter som direkt konkurrerar med Amway- produkter så länge hon inte säljer dem på eller via den digitala egendomen eller får kontant ersättning för att lägga upp en post med de konkurrerande produkterna.
- En ABO som driver en restaurang lägger upp information om sin verksamhet på restaurangens Instagram-konto. Detta är **inte tillåtet** eftersom den digitala egendomen bara används för restaurangen, en enda kommersiell verksamhet.
- En ABO är musiker och driver en webbplats för att uppmärksamma och sälja sin musik. ABO:n använder sin Amway-specifika affärssida på Facebook för att direktsända information med datum för sin kommande turné och uppmuntrar ABO:er att köpa biljetter. Detta är **inte tillåtet** eftersom **ABO:n** använde sin Amway-specifika digitala egendom för att uppmana potentiella ABO:er att köpa biljetter till sin verksamhet som inte ingår i Amway-verksamheten eller inte är en återförsäljarverksamhet.
- En ABO skapar en webbplats för ett företag som erbjuder livsstilscoachning. En person hittar webbplatsen, bokar ett möte med **ABO:n** och upptäcker då att företaget inte är en verklig verksamhet utan **ABO:n** i stället

vill rekrytera personer till sin Amway-verksamhet. Detta är **inte tillåtet** eftersom företaget är "falskt" och informationen som tillhandahölls på webbplatsen var missvisande.

ANNONSERING OCH ERBJUDANDEN

ABO:er tillåts annonsera med hjälp av kostnadsfria sökningar i företagslistor, inklusive användning av en call-to-action (CTA), med någon av nedanstående Amway-godkända mallar (anpassa per marknad). Alla andra format kräver Amways godkännande på förhand för att säkerställa, inklusive utan begränsning, korrekt användning av Amway IP och för att förhindra varumärkesförvirring.

Annonsering - exempel:

- En ABO skapar en Google My Business-lista för att annonsera sin Amway-verksamhet. Detta är **tillåtet** eftersom det är en webbplats för kostnadsfria företagsökningar. Dessutom måste en Amway-godkänd mall användas.
- En ABO skapar en sponsrad ARTISTRY SUPREME LX™ -annons på Facebook. Detta är **inte tillåtet** eftersom detta skulle kunna skapa osäkerhet kring Amway.

VIDEO-, LJUD- OCH DIREKTSÄNDNING

Video-, ljud- och direktsändningar (som inkluderar video och/ eller ljud ["direktsändning"]) inom digital kommunikation kräver vanligtvis inte skriftligt förhandsgodkännande av Amway om det sker på egendom som ABO:n äger eller kontrollerar. ABO:er har alltid möjlighet att skicka videoklipp och ljud till Amway för konsultation och granskning innan de läggs upp, [hänvisar till avsnittet om att "Skicka för godkännande" i slutet av dokumentet]. Innehåll måste följa Amways regler, standarder och policyer.

Videoklipp, ljud och direktsändningar får inte innehålla följande:

- innehåll skapat av BSM-leverantörer och ABO- supportorganisationer
- LOS-information
- otillbörliga anspråk
- lista över tillgängligt BSM och priser
- konfidentiellt och/eller affärskänsligt material om Amway inklusive, utan begränsning, förinformation om produktlanseringar, ledningsändringar, fabriksnedläggningar, förvärv osv.
- allt annat material som strider mot Amways regler, standarder och policyer.

Live streaming kan när det inte sparas / lagras innehålla följande:

- information om Sälj- och marknadsföringsplanen/Core Plan med obligatoriska uppgifter, inklusive men inte begränsat till, hur man tjänar pengar och tar emot intäkter och kvalifikationer, erkännanden och bonusar genom Amway.
- auktoriserad BSM till potentiella ABO:er/prospekt
- kampanjinformation om ABO-utbildning, inklusive, men inte begränsat till, evenemangsdatum och biljettpriser.

Däremot krävs skriftligt förhandsgodkännande för video- och ljudmaterial, inklusive sparade/ihågkomna direktsändningar som görs tillgängliga för distribution, försäljning eller användning på offlinemöten.

Dessutom kräver videoklipp, ljud och sparade/ihågkomna direktsändningar som innehåller följande poster även att ABO:n får skriftligt förhandsgodkännande från Amway:

- Plan: Innehåll som används för att beskriva informationen i Amways sälj- och marknadsföringsplan /Core Plan inklusive, utan begränsning, hur man tjänar pengar och får intäkter och kvalificeringar, belöningar och bonus från Amway, antingen för användning med potentiella ABO:er eller träna ABO:er i att visa planen.

- Produktanspråk: Innehåll som avviker från godkända Amway-produktanspråk.
- Prospecting: Innehåll som är relaterat till träning för potentiella ABO:er, rekrytering och sponsringstekniker.
- Inkomstrepresentationer.
- Tredjeparts immateriella egendom (IP) inklusive, utan begränsning, musik, skyltar, logotyper, grafik och bilder (kräver även godkännande från tredje part).

WEBBPLATSER, MOBILAPPAR, PODCASTS OCH BLOGGAR

Innan ABO:er kan använda webbplatser, mobilappar, podcasts och bloggkoncept måste dessa granskas och godkännas av Amway. URL:er får inte vara vilseledande eller missvisande eller strida mot Amways kommersiella principer (t.ex. Ezmoney. com, Retirenow@EU.com, Nosellingrequired.com).

ABO-webbplatser

Om en ABO skapar en webbplats som stöd för sin Amway- verksamhet, måste platsen inte bara följa Amways kommersiella principer utan särskilt dessa Digitala kommunikationsstandarder (DCS). ABO-webbplatser är alla webbplatser genererade som stöd och utveckling av ABO:ns verksamhet, oavsett vem som skapar eller är värd för ABO-webbplatsen. Alla webbplatser måste skickas till Amway för granskning och godkännande innan de lanseras. Detta gäller även eventuella ändringar som görs på en godkänd webbplats. Amway förbehåller sig rätten att övervaka alla ABO webbplatser för att säkerställa att innehållet är korrekt och godkänt och sedan vidta lämplig åtgärd mot den ABO vars webbplats inte följer reglerna häri eller andra gällande bestämmelser.

Amways granskning och godkännande sker på villkor som överensstämmer med Amways kommersiella principer, policyer och standarder. Amways medgivande till webbplatsen och till eventuella ändringar i den ska ske på rimliga grunder. ABO:er ansvarar för att alla tillämpliga lagar och bestämmelser som gäller webbplatser, följs. Granskning och godkännande av ABO-webbplatser av Amway begränsas till särskilda aspekter av innehållet i dem, särskilt vad avser Amways kommersiella principer, policyer och standarder och tillhörande dokument, men visar inte hur eller att efterlevnad av alla lagar och bestämmelser som gäller för webbplatsen följs och befriar därför inte ABO:n från ansvar.

Produkter, tjänster eller affärsmöjligheter som inte är Amways: Endast produkter och tjänster som erbjuds av Amway kan erbjudas, presenteras eller säljas på ABO webbplatser, direkt eller indirekt via en annonsbanderoll, länk eller ram.

Användarinformation om kund, downline och webbplatsanvändare: ABO:er måste anslå lämplig integritetspolicy på sina webbplatser enligt Amways integritetspolicy och tillämpliga lagar och bestämmelser; detta kan kräva att ABO:n söker råd från juridisk expert för att säkerställa att integritetspolicyn överensstämmer med gällande lagstiftning. En webbplats får bara kräva att en användare anger personliga uppgifter i den utsträckning som behövs för att erbjuda användaren möjlighet att skicka e-post till webbplatsens ansvariga. I det fall ABO-webbplatser erbjuder användare möjlighet att skicka e-post till webbplatsens ägare, måste det tydligt framgå att vid användning av denna funktion får ABO:n automatiskt tillgång till användarens e-postadress och att denna e-postadress endast kommer att användas för att besvara användarens frågor och inga andra syften utan användarens samtycke.

Tillämplig lag och jurisdiktion: ABO:er ska tydligt specificera den lag och jurisdiktion som gäller för deras webbplatser och transaktioner som genomförs i enlighet med sådana webbplatser. Ett impressum (obligatoriskt lagstadgat krav på information om ägaren till webbplatsen) måste inkluderas på sidan och måste vara lättillgängligt för en kund.

Uppdatering av webbplats: Alla ABO-webbplatser måste uppdateras regelbundet eller om det krävs av framtida evenemang och ska innehålla information om det datum då webbplatsen senast uppdaterades. Eventuella ändringar ska skickas till Amway för granskning och godkännande före publicering.

Särskilda kvalitetskrav för ABO-webbplatser

Amways kvalitetsstandarder har till syfte att säkerställa ett professionellt och lämpligt erbjudande av Amway- produkter och att bygga upp trovärdigheten för Amway-varumärket och dess produkt varumärken. För att säkerställa att de kvalitetsstandarder som har utarbetats av Amway upprätthålls på officiella Amway-webbplatser, avseende presentation och försäljning av Amway-produkter, måste de kvalitetskrav som definieras nedan uppfyllas när ABO:er skapar en webbplats relaterad till Amway, Amways affärsmöjlighet och Amway-produkter och -tjänster. Nedanstående krav speglar Amways kvalitetsstandarder som måste följas när en officiell Amway-webbplats skapas.

1. Personliga uppgifter om en ABO ska vara relaterade till dennes Amway-verksamhet och personliga prestationer i Amway-verksamheten.
2. Personliga bilder och videoklipp-/ljudhälsningar ska vara affärsmässiga och vara relaterade till Amway-verksamheten.
3. Skapa en tydlig och välordnad internetnärvaro, professionell och passande vad gäller layout, stil och utseende, jämförbar med den professionella stilen hos de officiella Amway-webbplatserna.
4. "Kvalitetsstandarder för att presentera Amways affärsmöjlighet" – detta är kriterierna:
 - Information om Amway och Amways affärsmöjlighet ska vara sanningsenlig och korrekt, baserad på aktuella fakta.
 - Bakgrunds- och statistikinformation om ekonomiska trender och den allmänna affärsmiljön, framtidsprognoser måste identifieras och hämtas från korrekt källa.
 - Platser med information om affärsmöjligheten ska vara lösenordsskyddade.
5. "Kvalitetsstandarder för att presentera Amway- produkter officiellt – dessa är kriterierna:
 - För att undvika falska, missvisande eller olämpliga anspråk på Amway-produkter eller andra brott mot tillämpliga lagar, kan ABO:er:
 - (a) endast använda officiella bilder av Amway- produkter licensierade av Amway för denna specifika användning eller bilder jämförbara i stil och kvalitet
 - (b) använda produktanspråk och uttalanden som publicerats i aktuell Amway-litteratur eller på officiella Amway-webbplatser avsedda för användning med kunder på respektive marknad.
Alla bilder av Amway-distribuerade produkter som visas på webbplatsen måste vara uttryckligen godkända och licensierade av Amway.
 - Alla nödvändiga och lämpliga varumärkes- och copyright-beteckningar måste vara klart synliga på webbplatsen.
 - Uppfyll alla lagliga krav enligt exempel nedan: tillhandahåll specifik och korrekt information till kunder före en försäljning via internet på ett tydligt och enkelt sätt. Detta kan inkludera (som exempel) följande:
 - (a) all information på webbplatsen måste visas på det språk som talas på målmarknaden/ målmarknaderna
 - (b) ABO:ns identitet som produktleverantör såväl som affärsadressen och dit en kund kan vända sig för eventuella klagomål
 - (c) en beskrivning av varorna/tjänsterna som erbjuds till försäljning på ABO:ns webbplats
 - (d) priset på varorna eller tjänsterna inklusive alla skatter (t.ex. moms)
 - (e) fraktkostnader om tillämpligt och leveranssätt
 - (f) en beskrivning av hur betalningar ska göras
 - (g) meddelande att kunden kan ändra sig angående köpet inom två veckor utan påföljd och, i en del fall, genom att bara betala direktkostnaderna för att returnera varorna till säljaren ("ångerrätten")
 - (h) information om hur man utövar ångerrätten
 - (i) information service och garantier efter försäljningen.

Nationella bestämmelser som inför reglerna enligt EU:s direktiv för distansförsäljning eller liknande nationell lagstiftning kan till viss del ändra den information som måste tillhandahållas kunder.

ABO:er ska alltid söka juridisk rådgivning lokalt för att säkerställa att deras webbplatser innehåller all lämplig information som krävs enligt lagen.

 - Kvalitet enligt definitionen i de allmänna kvalitetsstandarderna t.ex.:
 - (a) grundläggande användbarhet, avseende tydlig visuell hierarki, enkelt urskiljbara rubriknivåer, lättanvänd och konsekvent navigering

- (b) användning av lämpligt språk
- (c) webbplatsens prestanda, struktur och layout
- (d) tillgängligheten för användare
- (e) tillgänglighet för enheter – fungerar webbplatsen tillfredsställande med olika webbläsare, vid utskrifter eller i handhållna enheter
- (f) använd ett system för säkra köp så att dataöverföringar och betalningar kan ske på ett säkert sätt.

6. Ytterligare lämpligt innehåll:

- onlineformulär och onlinebearbetning av beställningar som följer tillämpliga nationella lagar och bestämmelser som tillåter att köpare identifierar och korrigerar eventuella fel eller ändrar sin beställning, uttrycka ett medvetet och informerat samtycke till köp och spara ett fullständigt och korrekt bevis på sitt köp
- lättanvända, säkra betalningsmekanismer och säker information sådana mekanismer ger, allt enligt gällande dataskyddslag och bestämmelser.

DIGITALA EVENEMANG

ABO:er tillåts vara värdar för digitala eller virtuella evenemang i samband med ABO:ns verksamhet, förutsatt att ABO:n följer regler, standarder och policyer och det digitala evenemanget hålls på egendom som ABO:n äger och kontrollerar. Digitala evenemang definieras som de evenemang som hålls i en virtuell miljö under en begränsad tid, med ett gemensamt tema och en specifik grupp eller webbforum ("digitala evenemang"). Digitala evenemang på egendomar som ABO:er inte äger eller kontrollerar tillåts bara med skriftligt förhandsgodkännande från Amway och tillåtelse från evenemangsvärden.

Alla digitala evenemang måste uppfylla följande krav:

- Om produkter säljs måste de överensstämma med temat för evenemanget.
- All onlineförsäljning som görs under evenemanget måste ske via ABO:ns personliga sida via amway.se eller auktoriserad Amway-webbplats. Försäljningar kan även göras offline.
- Amway måste förgodkänna allt material som ska användas eller på annat sätt göras tillgängligt under evenemanget.
- Förteckning över tillgängliga och registrerade / godkända BSM- och ABO-stödträningsorganisationskort och evenemangs/marknadsföringsbevakning är endast tillåtet i en ABO - community. Om informationen i Amways sälj- och marknadsföringsplan /Core Plan tillhandahålles i ett webbforum som inte tillhör ABO, måste detta skickas till Amway för godkännande.
- Innehåll från tredje part får inte användas utan skriftligt förhandsgodkännande från den parten och från Amway.

Digitala evenemang - exempel:

- En ABO skapar ett virtuellt Artistry-party på Facebook. Detta är **tillåtet** eftersom det sker på en egendom som ABO:n äger eller kontrollerar.
- En ABO skapar en inbjudan till ett offentligt Facebook- evenemang som stöd för ett kommande Amway- evenemang med temat matlagning. Detta är **tillåtet** eftersom ABO:n äger eller kontrollerar den digitala egendomen.
- En ABO bjuds in till en intervju i en podcast för att diskutera sina erfarenheter med Amway-verksamheten och Amway-produkter. Detta är **tillåtet** med skriftligt förhandsgodkännande från Amway eftersom det inte är någon egendom som ABO:n äger eller kontrollerar.
- En ABO går med i ett virtuellt Facebook-party som handlar om skönhet i en väns offentliga grupp och börjar göra reklam för sin Amway-verksamhet. Detta är **inte tillåtet** eftersom ABO:n inte har fått skriftligt förhandsgodkännande från Amway eller ett godkännande från värden eftersom evenemanget är på en egendom som ABO:n inte äger eller kontrollerar.

PÅSTÅENDEN OM AMWAY

Påståenden om Amway-planen, affärsmöjligheten, produkter eller tjänster som erbjuds via eller av Amway måste vara sanningsenliga, korrekta och inte missledande och följa nationella lagar om annonsering. Påståenden för Amway-produkter och -tjänster måste använda språk specifikt godkänt av Amway och kan inte ändras.

Inkomst och livsstil

Alla direkta och indirekta inkomstrepresentationer måste ge realistiska inkomspotentialer och livsstilsförväntningar utan att vara överdrivna. Material om intäkter, livsstil och plan som visar hur pengar tjänas i Amway-verksamheten kan kräva lämpliga upplysningar.

Inkomst och livsstilsexempel:

En ABO postar på Instagram ett foto av den check som han tjänat från Amway och säger att han har nått ett av hans mål för det här året och är glad att hans hårda arbete blev erkänt. Detta är tillåtet som en ABO kan skriva om sin egen personliga erfarenhet om uttalandena är sanningsenliga, korrekta och inte vilseledande.

Gillanden och rekommendationer

Gillanden och rekommendationer måste ge en ärlig åsikt, tro eller upplevelse av den som gillar. Ett gillande eller en rekommendation får inte användas för påstående som Amway inte kan göra.

ABO:er får inte erbjuda någon form av ersättning i utbyte mot ett gillande, en rekommendation eller positiva omdömen med undantag för att dela ut produktprover. ABO:er får inte erbjuda någon form av ersättning för köp av följare eller gillanden.

Om det finns starkt samband mellan personen som ger gillandet eller rekommendationen och Amway, och det starka sambandet inte är känt för eller förväntat av publiken, måste sambandet avslöjas. Exempelvis kan ett starkt samband t.ex. vara att personen fick en kostnadsfri produkt i utbyte mot att ge sitt gillande eller en rekommendation eller personen som ger gillandet eller rekommendationen är en ABO. Uppgifter måste vara tydliga, synliga, framträdande, lättlästa och ligga nära påståendet.

Gillanden och rekommendationer - exempel:

- En ABO retweetar en kundrekommendation som vittnar om hur fantastiskt hans hår blivit efter att ha använt ett prov av Satinique™-schampot. Detta är **tillåtet** eftersom uppgifterna av den kostnadsfria produkten inkluderades i tweeten och kunden inte fick någon ytterligare kompensation.
- En ABO förser en vlogger med två förpackningar SA8™ i utbyte mot positiva omdömen på sin vlog. Detta är **inte tillåtet** eftersom mängden produkt inte är ett prov.

Före och efter-bilder och videoklipp

Före och efter-bilder och videoklipp är en sorts bevis, oavsett om före och efter-bilderna och videoklippen visar ABO:n eller någon annan. En rekommendation får inte förmedla ett påstående som Amway lagligen inte får göra. ABO:er måste få skriftligt förhandsgodkännande från Amway på alla före och efter-bilder eller videoklipp som inbegriper Amway-produkter eller användningen av dem. Följande före och efter-bilder eller videoklipp kräver dock inte skriftligt förhandsgodkännande:

- före och efter-bild eller videoklipp som Amway har tillhandahållit inklusive eventuella nödvändiga uppgifter
- applicering av Amway-färgkosmetik (smink, detta inkluderar inte hudvårdsprodukter). Bilden eller videoklippen får inte innehålla någon rubrik, text eller något ljud som överskrider eventuellt påstående som Amway gör angående produkten. Bilden eller videoklippen får inte innehålla, visa eller nämna tredjepartsprodukter.

Om det finns ett starkt samband mellan personen som ger gillandet eller rekommendationen och Amway, och det starka sambandet inte är känt för eller förväntat av publiken, måste sambandet avslöjas. Uppgifter måste vara tydliga, synliga, framträdande, lättlästa och ligga nära påståendet.

Produktdemonstrationer

Produktdemonstrationer är presentationer av Amway-produkter som inbegriper den faktiska användningen av produkten för att visa dess funktion eller ett resultat som kan fås genom att använda produkten.

ABO:er måste få skriftligt förhandsgodkännande från Amway inför alla produktdemonstrationer som inbegriper Amway-produkter. Följande produktdemonstrationer kräver dock inte skriftligt förhandsgodkännande:

- de som använder Amway-publicerade instruktioner som följs strikt
- produkt demonstrationer som tillhandahålls av Amway
- de som involverar applicering av Amway-färgkosmetik (smink, detta inkluderar inte hudvårdsprodukter)
- de som visar ABO:er som använder Amways köksredskapsprodukter såsom de är avsedda att användas (dvs. tillaga mat).

Produkt demonstrationer får inte innehålla någon rubrik, text eller något ljud som överskrider eventuellt påstående som Amway gör angående produkten. Produkt demonstrationer får inte innehålla, visa eller nämna tredjepartsprodukter.

IMMATERIELL EGENDOM

Immateriell egendom är ett kreativt arbete som man har rättigheter till och för vilka man kan ansöka om ett patent, copyright, varumärke osv. En ABO får bara använda immateriella rättigheter som ägs av Amway eller någon annan för vilka man har säkrat rätten till att använda. Immateriella rättigheter kan inkludera musik, bilder, ljud, videoklipp, text, varumärken, logotyper eller annat arbete.

Upphovsrättsskyddat material

Upphovsrättsskyddat material inkluderar utan begränsning, musik, böcker, veckotidningar, artiklar och andra skrifter, inklusive utdrag och översättningar, tal, foton, konstnärligt arbete, inklusive onlinebilder, webbplatser, bloggar och andra inlägg i sociala medier, videoklipp, filmer, pjäser, skulpturer, byggnader och 3D-former och datorprogramvara.

Användning av material skapat av Amway

En ABO får inte använda upphovsrättsskyddat material producerat av Amway utan att först få tillåtelse, såvida ABO:n inte har fått det från godkända källor som specificerats av Amway (se www.amway.se). Ett undantag till detta kan vara att använda material som har godkänts för användning av ABO:er, inklusive innehåll som har skapats av Amway och publicerats på Amway-ägda digitala egendomar när man skapar händelser på ABO-ägda digitala egendomar. Det är tillåtet att lägga till dekaler (utom musikdekaler), text, GIF:er etc, så länge som ABO:er upprätthåller integriteten hos tillgångarna. ABO:er behöver inte få tillåtelse att dela eller länka från officiella Amway-egendomar.

Användning av material skapat av Amway - exempel:

- En ABO delar en bild från Amways officiella Facebook- sida och framhåller fördelarna med L.O.C.-märket på sin sida. Han **tillåts** dela posten eftersom han inte behöver få tillstånd att dela från officiella digitala Amway-egendomar.
- En ABO högerklickar och sparar en bild eller tar en skärmbild av produkten från produktavsnittet på Amway.com och lägger upp den på sin Twitter-profil. Detta är **inte tillåtet** eftersom rättigheterna till bilden bara tillhör företagets webbplats (t.ex.modeller som visas i foto på webbplatsen) och får inte användas av ABO.
- En ABO hämtar en Artistry-bild från en offentlig Amway-källa. Hon lägger till dekaler till bilden, tillsammans med en egen text som marknadsför Artistry varumärket och hennes Amway-verksamhet. Bild och text läggs sedan upp på Instagram Story. När hon lägger till dekaler bibehåller hon utseende och innehåll i den underliggande bilden och upprätthåller då integriteten hos tillgången. Detta är **tillåtet** eftersom ABO:er tillåts redigera eller förbättra resurser från Amway utan skriftligt förhandsgodkännande från Amway när de skapar händelser på digitala egendomar som ägs av ABO:n.

Dessutom kan kvaliteten av bilden försämrans.

ABO:n måste hämta en bild från en godkänd Amway- källa för att säkerställa att ABO:n använder en godkänt bild av hög kvalitet.

Användning av material skapat av tredje part

En ABO får inte använda upphovsrättsskyddat material från tredje part utan att först få skriftligt godkännande, licens eller annat tillstånd från upphovsrättsägaren eller såvida användningen inte på annat sätt är tillåten enligt gällande lagar. En ABO måste spara eventuella skriftliga tillstånd för användning av upphovsrättsskyddat material och visa dem för Amway på begäran. ABO:n måste följa alla upphovsrättslagar i sin digitala kommunikation.

Att dela en länk eller använda delaknappen för artikel, blogginlägg eller inlägg i sociala media skriven av tredje part är tillåtet förutsatt att allt som medföljer den anslagna länken inte innehåller referenser till Amway-produkter eller Amways affärsmöjlighet. Dessutom får kommentarer till den anslagna länken inte innehålla referenser till Amway produkter eller Amways affärsmöjlighet.

Användning av material skapat av tredje part – exempel:

- En ABO läser en artikel i USA Today online som diskuterar en potentiell koppling mellan fiskolja och minskning av risken för hjärtsjukdom. ABO:n delar artikeln på sitt Facebook-konto med följande text: "Riktigt intressant artikel om den potentiella länken mellan fiskolja och hjärtsjukdom." Detta är **tillåtet** eftersom ABO:ns kommentarer inte inkluderar referenser till Amway-produkter.
- Forbes® anslår på sin officiella Facebook-sida en länk till en artikel på sin webbplats. En ABO delar artikeln med sina Facebook-följare. Om Forbes ursprungliga inlägg innehöll en "Dela"-funktion, förbjuder inte Amway ABO:n från att dela det inlägget. Detta är **tillåtet** förutsatt att de kommentarer som läggs till av ABO:n överensstämmer med andra avsnitt i dessa Digitala kommunikationsstandarder. Exempelvis ska innehållet inte antyda att Forbes gör reklam för eller på något sätt är knutet till ABO:n eller Amway.
- En ABO använder en tredjepartsartikel som innehåller Amway-produkter, på sitt Twitter-konto, och lägger till kommentaren: "Kolla in den här artikeln". Detta är **tillåtet** förutsatt att ABO:ns kommentarer inte inkluderar referenser till Amway-produkter eller verksamheten.
- En ABO prenumererar på Forbes magazine, ser en artikel i den som diskuterar Amways affärsmöjlighet och delar foton från framsidan och sidor i artikeln på Instagram. Detta är **inte tillåtet** såvida ABO:n inte först fått skriftligt tillstånd av Forbes.
- En ABO ser en video på YouTube som har skapats av en annan ABO. ABO:n laddar ned videon och laddar sedan upp den på Facebook och delar den med alla sina följare. Detta är **inte tillåtet** såvida inte ABO:n har fått skriftligt tillstånd från den ursprungliga ägaren.
- En ABO delar en onlineartikel av New York Times® på sitt Facebook-konto med följande text: "Riktigt intressant artikel om den potentiella länken mellan D-vitamin och depression. Kontakta mig om du vill ha mer information om nya kosttillskottet NUTRIWAY™ Vitamin D! Detta är **inte tillåtet** eftersom inlägget inkluderar en referens till en Amway-produkt och det skapar ett underförstått påstående att kosttillskottet NUTRIWAY™ Vitamin D minskar eller skulle kunna minska risken för depression. Amway har inga belägg för ett sådant påstående.
- En ABO kopierar en bild av framsidan på en bästsäljande bok från Google-bilder och lägger upp den på sociala medier. Detta är **inte tillåtet** eftersom ABO:n inte äger rättigheterna till bilden.

Musik

Musik som reproduceras, ändras, spelas upp, uppförs, spelas in, sänds eller direktsänds via Internet kan inte användas utan rätt skriftligt godkännande, licens eller annat tillstånd från ägaren eller via tillämpliga lagar som tillåter användningen. OFTA KRÄVS MER ÄN EN LICENS NÄR INSPELAD MUSIK ANVÄNDS. Alla skriftliga tillstånd som erhållits ska sparas av ABO:n och tillhandahållas Amway på begäran.

Musik – exempel:

- En ABO spelar in en demonstration av makeup- applicering på 20 sekunder där Artistry-produkter används. Innan hon lägger upp det på Facebook lägger hon till 20 sekunder av en populär låt som bakgrundsmusik. Såvida ABO:n inte har fått lämplig(a) licens(er) för spåret, så är inlägget **inte tillåtet**.
- En ABO spelar in en 30 sekunder lång video av ett liveframträdande på ett Amway-evenemang och lägger upp det på Facebook. Såvida inte evenemangskoordinatorer uttryckligen har godkänt denna aktivitet eller ABO:n själv försäkras sig om rätten att använda materialet på det sättet, är det **inte tillåtet**.

Spridningsrätt

En persons "spridningsrätt" är personens rätt att kontrollera och kommersiellt använda sin egen avbildning i form av namn, bild, röst eller annan aspekt av sin identitet. En ABO förväntas respektera andras spridningsrätt och följa alla gällande lagar i ABO:ns digitala kommunikation och följa personers begäran att sluta använda deras avbildning. En ABO tillåts inte använda en annan persons spridningsrättigheter för att göra reklam för sin verksamhet utan att först få skriftligt tillstånd från den personen.

Amway förbjuder en ABO att lägga upp innehåll som innehåller en annan persons avbildning eller som tydligt visar en tredje part såvida inte ABO:n har fått skriftligt tillstånd av den eller de personer som förekommer i innehållet eller Amway har på annat sätt godkänt innehållet.

Spridningsrätt – exempel:

- En ABO är på stranden, håller upp en burk XS™ Power Drink och tar en selfie. En grupp människor ses i bakgrunden, men kameran är fokuserad på ABO:n så det går inte att tydligt identifiera personerna i bakgrunden. ABO:n lägger upp det här fotot med rubriken «Fantastisk dag på stranden med kraften från XS-märket! Se länken i biografien för mer info om hur du får tag på en XS- produkt!» Detta är **tillåtet** men, Amway förväntar sig att ABO:n tar bort inlägget om personerna kan identifieras i fotot och har bett om att inlägget ska tas bort.
- En ABO tar en selfie där en välkänd författare, som får betalt för att tala och signera böcker på ett Amway-evenemang, framhävs i bakgrunden. Detta är **tillåtet** förutsatt att riktlinjerna för evenemanget tillåter att författaren fotograferas på evenemanget. Om det är tillåtet kan ABO inte insinuera att författaren är ansluten till eller på annat sätt stöder Amway.
- En ABO lägger upp ett foto av en känd snowboarder på Twitter som dricker en XS Power Drink med rubriken “Kolla in detta”! Toppidrottare använder XS varumärket!” Detta är **inte tillåtet** såvida ABO:n inte har fått skriftligt godkännande från snowboardern.
- En ABO är på stranden, håller upp en burk med XS Power Drink samtidigt som denne tar en selfie. Två personer hoppar plötsligt in i bilden när ABO:n tar selfien och visar tummen upp. ABO:n lägger upp det fotot med rubriken «Härlig dag på stranden» Alla älskar XS™ Power Drinks! Se länk i biografi för mer info om hur du får tag på XS- produkter!” Såvida de två personerna inte har gett sitt tillstånd till ABO:n är detta **inte tillåtet** och ger intrycket att de personerna gör reklam för XS-produkter.

Användning av varumärken

En ABO tillåts inte kopiera, distribuera eller på annat sätt använda varumärken som tillhör Amway eller Alticor Inc (Alticor) utan skriftligt förhandsgodkännanden från Amway. Varumärke och logotypgrafik, produktfoton och företagsrelaterade bilder som tillhör Amway eller Alticor kan bara fås från godkända källor enligt vad som angetts av Amway.

En ABO tillåts inte kopiera, distribuera eller på annat sätt använda varumärken som tillhör tredje part utan skriftligt förhandsgodkännande, licens eller annat tillstånd från varumärkesägaren.

Amways varumärken

Amways varumärken – inklusive AMWAY™, NUTRIWAY™, ARTISTRY™, XS™ och andra varumärken, logotyper eller namn som används eller kan användas i framtiden utgör ett stort värde för Amway.

Amway förväntar sig att ABO:n respekterar dess rättigheter genom att bara använda Amway-ägt varumärke och logotypgrafik, produktfoton och företagsrelaterade bilder som ABO:n har fått från godkända källor enligt vad som angetts av Amway. En ABO kan använda de oredigerade källorna utan att söka förhandsgodkännande från Amway.

När en ABO skapar en digital egendom (som ett Facebook- eller Instagram-konto eller webbplats), kan denne använda ett Amway-ägt märkesnamn (endast i text) för att beskriva ABO:ns koppling till Amway i förekommande fall, i avsnitten “Om”, i biografi eller liknande relevanta avsnitt på den digitala egendomen utan förhandsgodkännande. En ABO får inte använda Amway-ägda varumärken (produkt eller varumärken), varumärkeslogotyper eller produktbilder, i domännamnet, kontot användarnamn, handla, alias, kontonamn, visningsnamn, sidnamn, e-postadress, profilbilder, omslagsfoton eller bakgrunder eller liknande relevanta områden på den digitala egendomen, såvida de inte har skriftligt tillstånd från Amway.

En ABO tillåts inte kopiera, distribuera eller på annat sätt använda varumärken som tillhör Amway utan skriftligt förhandsgodkännanden från Amway, utom för tillgångar som har hämtats från godkända källor och som på annat sätt beskrivs i det här avsnittet.

Amways varumärken –exempel:

- En ABO skapar en Facebook-sida och i biografien står “oberoende Amway-affärsdrivare med stor passion för bodykey och viktkontroll. Skicka SMS för mer info.” Detta är **tillåtet** eftersom Amway-märket får användas i biografien.
- En ABO skapar ett Instagram-konto med användarnamn@ amwayking. Detta är **inte tillåtet** eftersom ABO:n använde “Amway” i användarnamnet.
- En ABO skapar ett Twitter-konto med visningsnamnet “Mitt NUTRIWAY-konto”. Detta är **inte tillåtet** eftersom ABO:n använde märket NUTRIWAY™ som ägs av Amway, i visningsnamnet.

Tredjeparts varumärken

ABO:n ansvarar för att inte bryta mot tredjeparters varumärkesrättigheter i sin digitala kommunikation. En ABO får inte visa eller använda en tredjeparts varumärke i en digital kommunikation på ett sätt som felaktigt antyder en anknytning eller sponsring mellan ABO eller Amway och den tredjeparten.

Tredjeparters varumärken – exempel:

- En ABO lägger upp en bild med sin ABO-organisations logotyp på sitt Instagram-konto. Detta är **tillåtet** förutsatt att ABO-organisationen godkänner användningen av den varumärkesskyddade logotypen.
- En ABO lägger upp en video på Facebook som visar (enligt reglerna för produktpåståenden) hur Amway-produkter används i köket. ABO:n har en kokbok från en kändiskock uppställd på bänken bredvid Amway-produkterna och har på sig en skjorta med sin logotyp tryckt på bröstet. Detta är **inte tillåtet** eftersom den video som läggs upp kan tolkas som en antydning att det finns en koppling mellan ABO:n och kocken och/eller mellan Amway och kocken.

SKICKA FÖR GODKÄNNANDE

BSM ses ofta som böcker, broschyrer, CD:ar osv som används för att stödja, träna, motivera och utbilda ABO:er, potentiella ABO:er och kunder (se regel 7 i Amways kommersiella principer och i Europeisk policy för Business Support material och kvalitetsstandard (BSM- policy). BSM:er kan även inkludera digitala tillgångar som appar, webbplatser, podcasts och videoklipp. Allt digitalt BSM måste följa Amways regler och BSM- standarder och -policyer samt Europeisk policy för Business Support material och kvalitetsstandard (BSM-policy). Enligt reglerna måste BSM-material skickas till Amway för granskning och godkännande innan de används.

Digital kommunikation som är BSM-material men är spontana kräver inte förhandsgodkännande såvida detta inte särskilt angetts i dessa detta DSC-dokument. Nedan visas en lista över digital kommunikation som kräver skriftligt förhandsgodkännande från Amway före användning:

- Amways, Alticors och tredje parts immateriella egendom
- före och efter-bilder eller -videoklipp (användargenererat; utom för färgkosmetik)
- bloggkoncept
- digitala evenemang med användning av tredje parts immateriella egendom
- digitala evenemang på egendom som ägs och kontrolleras av person som inte är ABO
- digitala evenemang med användning av Amway försäljnings och marknadsföringsplans information i en icke-ABO-community
- mobilappar
- podcasts
- produktdemonstrationer (användargenererade; utom för färgkosmetik, köksredskap och matlagning)
- video, ljud och sparad/ihågkommen direktsändning innehållande: plan, produktpåståenden, potentiella ABO:er, inkomstrepresentationer och tredje parts IP
- webbplatser.

ABO:er måste skicka alla förfrågningar om granskning och godkännande till Amway. Förfrågningar måste innehålla ABO:ns namn och nummer, innehåll och syfte med användning.

Facebook® är ett registrerat varumärke som tillhör Facebook, Inc.; YouTube är ett registrerat varumärke som tillhör Google Inc.; Instagram® är ett registrerat varumärke som tillhör Instagram, LLC; Twitter® är ett registrerat varumärke som tillhör Twitter, Inc.; Wechat® är ett registrerat varumärke som tillhör Tencent Holdings Ltd.; VK® är ett registrerat varumärke som tillhör Limited Liability Company "V Kontakte"; Line® är ett varumärke som tillhör Line Corporation; WhatsApp® är ett registrerat varumärke som tillhör WHATSAPP INC.; SnapChat® är ett registrerat varumärke som tillhör SNAP INC.

LinkedIn® är ett registrerat varumärke som tillhör LinkedIn Corporation

Forbes® är ett registrerat varumärke som tillhör Forbes LLC; The New York Times® är ett registrerat varumärke som tillhör The New York Times Company