

«به نام خدا»

برحسب اعلام دبیرخانه محترم کمیته نظارت بر عملکرد شرکت های بازاریابی شبکه ای و کسب و کارهای مجازی مواردی که مصداق رفتارها و شیوه های فریبنده، تبلیغ خلاف واقع و اغواگرانه در شبکه های اجتماعی (نظیر اینستاگرام، واتس آپ و تلگرام) محسوب می گردند عبارتند از:

1- ادعای فرصت درآمدی غیر از طرح سوددهی مصوب که بازاریاب از طریق آن ممکن است درآمد چند سطحی کسب نماید. (نظیر کسب درآمد از طریق توکن، رمز ارز، درآمد روزانه یا هفتگی).

2- استفاده از تکنیک های فروش با فشار بالا جهت تحت فشار قرار دادن بازاریابان جدید به نحوی که فرصت مطالعه و فکر کردن بازاریاب درخصوص پیوستن به شرکت و خرید محصولات سلب نماید. (به کارگیری هر شیوه ای که محدودیت زمان را یادآوری کند و اصرار و پافشاری را شامل گردد. مانند آخرین پیشنهاد، آخرین فرصت، آخرین نفر، اگر اکنون اقدام نشود فرصت از دست خواهد رفت).

3- هر عملی که سبب برانگیختن و تحریک به منظور جذب بازاریاب جدید شود. (نظیر سوءاستفاده از وضعیت زندگی و درآمدی اشخاص - بیان اینکه با پیوستن به شرکت، زندگی خود را تغییر دهید - تشویق به ترک شغل تمام وقت - کسب درآمد نجومی)

4- نمایش اغراق آمیز آپارتمان، ویلا و اتومبیل های گران قیمت به عنوان ابزاری برای نشان دادن موفقیت و کسب درآمد خود جهت جذب بازاریاب جدید.

5- بکارگیری القاب و عناوین توسط بازاریاب که به منظور برتری، سلطه جویی و اعتبار بخشی خود نسبت به دیگر بازاریابان (خارج از مفاد طرح سوددهی) باشد.

6- تاکید بر جذب بازاریابان جدید به عنوان تنها راه کسب درآمد.

7- تایید یا تجویز محصول توسط بازاریاب تحت عنوان متخصص فراتر از تخصص و تجربه حاصل از مصرف شخصی محصول باشد.

8- استفاده از نام ارگان ها و نهادهای دولتی و امنیتی به نحوی که نشان دهنده نفوذ و قدرت شرکت باشد.

9- استفاده از اسامی، عناوین و نشان افراد و موسساتی که دارای شهرت هستند به نحوی که بازاریاب را فریب دهد.

10- هر ادعایی متضمن برتری یا جهانی بودن شرکت که بدون داشتن توانایی لازم بیان شود یا بدون هیچ حقیقت خاصی بصورت مبهم، کلی و اغراق آمیز باشد. (نظیر کسب رتبه جهانی از بین شرکت های بازاریابی شبکه ای خارجی و فعالیت در خارج از کشور، داشتن دانشگاه و موسسات آموزشی)

11- هر ادعایی متضمن برتری یا جهانی بودن محصولات بدون پشتوانه قانونی و استفاده از صفات تفضیلی و عالی بصورت صریح و یا به کارگیری هر شیوه دیگری در نگارش یا قرائت متن به منظور القای مفهوم برتر یا برترین بودن بدون تایید مراجع ذی صلاح (شامل ترکیبات "معجزه آسا"، خاصیت درمانی و نتایج تضمین شده مصرف محصول).

12- ادعای کذب یا خلاف حقیقت که موجب فریب یا اشتباه جهت خرید محصول از نظر کمیت یا کیفیت شود.

13- استفاده ابزاری از زنان و کودکان که نقش اصلی را در معرفی محصولات و کسب درآمد شرکت ایفاء نمایند.

14- استناد به تقدیرنامه، جایزه و گواهی صادر شده از مراکز رسمی مورد تایید مراجع ذی صلاح، فراتر از متن آن ها.

انتظار می رود کلیه راهبران سازمان در هنگام انجام فعالیت های فروش و شبکه سازی تمام موارد فوق الذکر را مدنظر قرار دهند و با افراد خاطی برخورد قانونی صورت خواهد گرفت.