

Regulamin „Małej Organizacji Sprzedażowej (MOS)”

I. Cel wdrożenia MOS i jej geneza

1. Głównymi celami wdrożenia regulaminu Małej Organizacji Sprzedażowej (zwanej dalej „Regulaminem MOS”) są:

- doprecyzowanie zasad dokonywania zamówień składanych przez Dystrybutorów i Klientów, które nie są uwzględnione w Ogólnych Warunkach Sprzedaży produktów dla Członków sieci COLWAY (zwanej dalej „OWS”), bez uszczerbku dla treści zawartych w umowie Dystrybucyjnej oraz umowie Menedżerskiej;
- określenie szczegółowych zasad obliczania nagród (zwanymi dalej „Międzymarzami”) dla Menedżerów oraz Dystrybutorów za zakupione produkty przez członków ich Małych Organizacji Sprzedażowych;
- określenie Menedżerom zasad, według których będą decydować o możliwości zamawiania produktów w COLWAY przez swoich Dystrybutorów oraz sposobu przyznawania im rabatów;
- określenie zasad zbierania danych o wartości dokonywanych zakupów, będących podstawą do automatycznego naliczenia rabatów oraz obliczania na ich podstawie Międzymarż.

2. Obsługa Dystrybutorów przez firmę COLWAY jest odpowiedzią na potrzeby Sieci, związanymi z:

- rosnącymi trudnościami realizowania dotychczasowego modelu dystrybucji, a w szczególności utrudnieniami wynikającymi z restrykcjami, związanymi z prewencją epidemiologiczną;
- zwiększeniem roli zakupów przez Internet;
- postępującym trendem do przenoszenia działalności i komunikacji do tzw. Social Mediów oraz innych form kontaktu i sprzedaży nie bezpośrednich;
- koniecznością zwiększenia atrakcyjności Planu Finansowego COLWAY dla osób rozpoczynających dopiero współpracę, którzy potrzebowali rozwiązań umożliwiających: szybkie uzyskiwanie korzyści, łatwiejsze budowanie własnej organizacji, przejęcia od nich obowiązków fiskalnych i logistycznych, zbieranie i przetwarzanie wartości historii zakupowej;
- realizacją treści zawartych Umów Dystrybucyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem:
§1 pkt. 2, §2, §8, §10 oraz §14 pkt. 2.

II. Definicje

3. **Mała Organizacja Sprzedażowa** (zwanej dalej „**MOS**”) – są to wszystkie osoby oraz podmioty - Dystrybutorzy oraz Klienci - zarejestrowani w Systemie COLWAY, znajdujący się w strukturze pod danym Menedżerem COLWAY, aż do najbliższego Menedżera w tej strukturze.
 - Członkowie MOS danego Menedżera nie stanowią MOS Menedżera, będącego nad nim wyżej w strukturze.
 - W przypadku nominacji, któregośkolwiek z Członków MOS na Menedżera COLWAY, jego MOS przestaje być częścią MOS Menedżera wyżej.
4. **Klient** – osoba lub podmiot dokonujący zakupów w cenie detalicznej, dokonanych za pomocą indywidualnego linku sprzedażowego lub po wskazaniu numeru ID polecającego (Dystrybutor lub Menedżer). Klientem jest osoba lub podmiot zarejestrowany oraz ten, który dokonał zakupów bez rejestracji.
5. **Dystrybutor** – osoba lub podmiot, który(a) w pełni zakończył(a) proces rejestracji poprzez potwierdzenie swojego maila i zaakceptowanie warunków współpracy.
6. **Dystrybutor nieaktywny** – Dystrybutor, któremu nie został przyznany dostęp do Strefy Partnera przez wprowadzającego.
7. **Aktywacja Dystrybutora** – przyznanie przez Menedżera dostępu do Strefy Partnera Dystrybutorowi nieaktywnemu, w początkowym okresie wdrażania MOS i umożliwienie mu zamawiania produktów z przypisanym bazowym rabatem – 30%.
8. **Przyznanie rabatu** – przydzielenie Dystrybutorowi przez Menedżera - wyższego niż podstawowy rabatu, z jakim może on nabywać produkty od Menedżera lub poprzez samodzielnie składane zamówienia - bezpośrednio w COLWAY. Rabat ten może wynosić 34%, 38% lub 42%.
9. **Międzymarża** – jest to wartość wyrażana w systemie COLWAY, będąca różnicą pomiędzy ceną netto z posiadanym rabatem zakupowym, a ceną netto z rabatem z jakimi zostały zakupione produkty.
10. **Punkt obrotowy** (zwany dalej „Punktem”) – wartość podstawowa, używana w systemie COLWAY do wszystkich wyliczeń tj.: związanych z uzyskaniem kwalifikacji Menedżerskiej, wyliczeń prowizji, nadprowizji, międzymarży, wykorzystywana w Programach oraz wydarzeniach specjalnych i konkursach. Punkt nie jest środkiem płatniczym - nie może być skupowany, ani wymieniany bezpośrednio na gotówkę.
11. **Historia zakupowa** – suma przypisanych Dystrybutorowi przez Menedżera punktów OH w trakcie przyznania rabatu oraz wartość wszystkich dokonanych zakupów własnych oraz MOS danego Dystrybutora.
12. **COLWAY** – COLWAY J. Zych, N. Zych Spółka Jawna, lub w przypadku sprzedaży z wystawioną fakturą VAT – inny podmiot z grupy kapitałowej COLWAY, lub w przypadku sprzedaży paragonowej inny podmiot wybrany do obsługi Sieci Dystrybucyjnej .

III. Przyznawanie rabatów i aktywacja Dystrybutorów

1. Przyznawanie rabatów i aktywacje w ramach MOS odbywają się w terminie od 1.12.2020r. do 31.12.2020r.
2. O tym, którzy Dystrybutorzy uzyskają możliwość samodzielnego dokonywania zamówień w COLWAY i dostępu do innych funkcjonalności, a przede wszystkim o ich aktywacji w ramach MOS i przyznawaniu rabatu Menedżerowie decydują samodzielnie.
 - 2.1. Brak aktywacji w MOS oznacza decyzję Menedżera o obsłudze Dystrybutora w sposób dotychczasowy.
 - 2.2. COLWAY nie będzie rozpatrywał w okresie 1.12.2020 – 31.12.2020 wniosków Dystrybutorów o ich aktywację w sposób inny, jak wykonane przez Menedżera, ani żadnych skarg na przyznane rabaty. Wszelkie kwestie sporne, także dotyczące sytuacji braku kontaktu Menedżerów z Dystrybutorami do zakończenia w/w okresu, a szczególnie te, w których Dystrybutor okaże się zarejestrowany w systemie więcej niż jednokrotnie, określone zostaną w rozszerzeniu Regulaminu, nie później, jak w lutym 2021.
3. Przyznawanie rabatów i aktywacje Dystrybutorów, mogą być wykonane wyłącznie przez Menedżerów COLWAY z poziomu Strefy Partnera (<https://sklep.colway.pl>), po zalogowaniu się na swoje konto.
 - 3.1. W celu aktywacji lub przyznania rabatu, należy wybrać danego dystrybutora z listy dostępnej na karcie „Struktura” w zakładce „MÓJ PANEL” (<https://sklep.colway.pl/index.php?route=account/structure>).
Po wybraniu Dystrybutora, otworzy się okno, gdzie należy wybrać z listy rozwijanej wysokość rabatu, a następnie po zaznajomieniu się z treścią komunikatu oraz wskazanych dokumentów, kliknąć „POTWIERDZAM”
 - 3.2. Nie ma możliwości zgłaszania aktywacji dystrybutorów telefonicznie lub mailowo. Prośby takie będą odrzucane.
 - 3.3. Każde przyznanie rabatu i aktywacja w MOS warunkuje wprowadzony do systemu poprawny adres e-mail Dystrybutora. Obowiązek tego weryfikacji przed podjęciem czynności aktywacji spoczywa na Menedżerze, który w razie potrzeby wprowadzenia lub zmiany tego adresu musi skontaktować się z COLWAY w godzinach pracy biura lub na adres mail: damian.naczka@colway.pl
Dla uniknięcia omyłek właściwy adres e- mail Dystrybutora każdorazowo najlepiej podać w formie pisemnej.

4. Rabaty wyższe niż 30%, Menedżerowie mogą przyznawać wyłącznie Dystrybutorom w swoim pierwszym poziomie - w rozumieniu poziomów (generacji) w Planie Finansowym COLWAY.
- 4.1. Aby przyznać rabat, Menedżer akceptuje odliczenie od swojego konta odpowiednią wartość Obrotu Historycznego, zgodnie z wartościami wymienionymi w §7, pkt 1 Umowy Dystrybucyjnej, tj.:
- 34% → 2600 pkt. OH
 - 38% → 5200 pkt. OH
 - 42% → 7800 pkt. OH
- 4.2. W przypadku braku wystarczającej wartości Obrotu Historycznego, Menedżer nie może dokonywać operacji przyznania rabatu. Nie można wykorzystywać w tym celu Obrotu Historycznego z innych kont. Nie jest możliwe przepisywanie go ani łączenie.
- 4.3. Obrót Historyczny, który zostanie poświęcony na przyznanie rabatu, jest przypisywany danemu Dystrybutorowi, jako jego bazowa historia zakupowa i będzie uwzględniony przy awansowaniu na wyższe progi rabatowe.
5. W sytuacji, kiedy zasadne jest usunięcie z systemu Dystrybutorów od dawna nie interesujących się COLWAY, a odgradzających Menedżera od innych Dystrybutorów, którym chce on aktywować, wymagana jest każdorazowo zgoda na to tych osób, wyrażona przez e-mail wysłany z ich adresu, jaki figuruje w systemie lub SMS wysłany z numery telefonu jaki figuruje w systemie. W innych sytuacjach wymagana jest forma pisemna z czytelnym podpisem takiej osoby, zgodnej z jej podpisem na Umowie.
6. Menedżer może aktywować pozycje Dystrybutorów w poziomach (generacjach) od 2 do 7 na poniższych warunkach:
- aktywacja jest równoznaczna z przypisaniem podstawowego - 30% rabatu;
 - nie ma możliwości przyznania Dystrybutorom na tych poziomach wyższego rabatu.
 - aby aktywować Dystrybutora na niższym poziomie, wszyscy Dystrybutorzy w strukturze między nim, a Menedżerem muszą zostać wcześniej aktywowani lub usunięci z systemu z zachowaniem wymogu 4.1.

IV. Składanie zamówień, przez członków MOS

1. Zamówienia członków MOS w danym miesiącu generują Punkty Obrotowe najbliższemu w strukturze Menedżerowi, które mogą być dowolnie przez niego rozdysponowywane.
2. Wartość punktowa zamówień Dystrybutorów aktywnych i Członków ich MOS, jest wliczana danemu Dystrybutorowi do pułapu historii zakupowej, która jest uwzględniana przy awansowaniu na wyższe progi rabatowe.
3. Dystrybutorzy aktywowani z rabatem wynoszącym 30%, 34% oraz 38% mogą uzyskać dostęp do Strefy Partnera, najwcześniej po dacie 1.01.2021r.
4. Dystrybutorzy, którym przyznano rabat w wysokości 42%, mogą uzyskać dostęp do Strefy Partnera tego samego dnia, po wygenerowaniu sobie hasła dostępowego pod tym adresem: <https://sklep.colway.pl/index.php?route=account/forgotten>

V. Międzymarża

1. Aby uzyskać prawo do międzymarży, konieczne jest posiadanie statusu Dystrybutora aktywnego lub Menedżera.
2. Nie ma żadnego minimalnego progu zakupowego ani w ujęciu czasowym, ani w wartości punktowej, który warunkował by naliczanie międzymarży.
3. Skumulowana międzymarża może być wykorzystywana przez Dystrybutorów wyłącznie w postaci dodatkowego rabatu na kolejne zamówienia, w wysokości maksymalnie 60% wartości zamówienia (po uwzględnieniu rabatu). Dodatkowy rabat obejmuje całe zamówienie tj. Produkty, asortyment reklamowy i wysyłkę.
4. Skumulowana międzymarża może być wykorzystywana przez Menedżerów w taki sam sposób jak Dystrybutorzy oraz dodatkowo rozliczana z COLWAY na takich samych zasadach jak uzyskana ze struktury Prowizja.
5. W przypadku zamówień nieodebranych, zwrotów oraz celowych prób wyłudzenia międzymarży, COLWAY ma prawo wstrzymać naliczenie międzymarży lub skorygować jej wartość o kwotę niesłusznie naliczoną. Dotyczy to wszystkich pozycji, które czerpały korzyść z takich zamówień.

VI. Obliczanie i naliczanie międzymarży

6. Wartość międzymarży jest obliczana ostatniego dnia kalendarzowego, po uprzednim zaktualizowaniu wszystkim Dystrybutorom progów rabatowych, w oparciu o wartości dokonanych zakupów przez nich oraz członków ich MOS.
7. Międzymarża zostaje naliczona na konta najpóźniej 10 dnia następnego miesiąca.
8. Międzymarża jest zawsze przedstawiana w postaci złotych netto na podstawie punktów przypisanych do danego produktu. 1 Punkt = 1,15zł netto.
9. W przypadku wystąpienia w strukturze pozycji o różnej wartości przyznanego rabatu, międzymarża zostaje podzielona pomiędzy wszystkie te osoby, w wartości odpowiadającej różnicy w cenie zakupu netto produktów między tymi osobami.
10. Międzymarża może wynosić wartość 4%, 8%, 12%, 30% lub 42% wartości katalogowej netto.
11. Przykłady wyliczeń międzymarży na podstawie zakupu 1 wybranego produktu, dostępnego w cenie detalicznej netto: 154,62zł (Colvita 60 kaps.):

Przykład A:

RANGA	MIĘDZYMARŻA [%]	MIĘDZYMARŻA [zł]	
MENEDŻER (42%)	8%	12,37 zł	
DYSTRYBUTOR 34%	4%	6,18 zł	
DYSTRYBUTOR 30%	30%	43,39 zł	
KLIENT	-	-	Zakup w cenie detalicznej

Przykład B

RANGA	MIĘDZYMARŻA [%]	MIĘDZYMARŻA [zł]	
MENEDŻER (42%)	-	-	
DYSTRYBUTOR 42%	4%	6,18 zł	
DYSTRYBUTOR 38%	4%	6,18 zł	
DYSTRYBUTOR 34%	4%	6,18 zł	
DYSTRYBUTOR 30%	-	-	Zakup z rabatem 30%

Przykład C

RANGA	MIĘDZYMARŻA [%]	MIĘDZYMARŻA [zł]	
MENEDŻER (42%)	42%	64,94 zł	
KLIENT	-	-	Zakup w cenie detalicznej

Przykład D

RANGA	MIĘDZYMARŻA [%]	MIĘDZYMARŻA [zł]	
MENEDŻER (42%)	12%	18,55 zł	
DYSTRYBUTOR 30%	-	-	
DYSTRYBUTOR 30%	-	-	
DYSTRYBUTOR 30%	-	-	
DYSTRYBUTOR 30%	-	-	Zakup z rabatem 30%

** Mimo braku międzymarży, wszystkim czterem Dystrybutorom w tym przypadku, zakup ostatniego nalicza się do salda historii zakupowej, na podstawie której obliczany jest próg rabatowy.*

VII. Progi rabatowe Dystrybutorów

1. Dystrybutorzy i członkowie ich MOS, składając zamówienia tworzą historię zakupową danego Dystrybutora, która zgodnie z §7 pkt 1 – jest podstawą do awansowania na kolejne progi rabatowe.
2. Awans na kolejne progi rabatowe ma miejsce pod koniec miesiąca kalendarzowego na podstawie sumy bazowej historii zakupowej (przyznanej przez Menedżera) oraz wszystkich dotychczasowych zamówień własnych oraz dokonanych przez MOS.
3. Historię zakupową, Dystrybutor może kumulować do maksymalnie 10400 pkt.

VIII. Obrót Historyczny Menedżerów

1. Ze względu na fakt, że zamówienia złożone samodzielnie przez Dystrybutorów, budują ich własną historię zakupową, która jest podstawą do wyznaczenia progów rabatowych i przyszłej, ewentualnej nominacji Menedżerskiej, Obrót Historyczny za takie zamówienia nie nalicza się Menedżerom.
2. Wyjątek od powyższej zasady stanowią zamówienia dokonane przez Dystrybutorów posiadających rabat 42% i którzy osiągnęli maksymalną wartość zakupów historycznych, czyli 10400pkt. i nie mogą posiadać większej ilości Historii Zakupowej.