

قوانین و مقررات

مستلزمات

این توافقنامه ما بین شرکت میراث نفیس دستها(سهامی خاص) و خریداران کالاهایی که از این پس بازاریاب نامیده می شوند منعقد می گردد. بنابراین توافقنامه، کلیه حقوق و تعهدات طرفین تابع شرایط اعلام شده به شرح ذیل مطرح می گردد:

۱- تعاریف:

توافقنامه: شرایط کامل، که توسط شرکت میراث نفیس دستها(سهامی خاص) به بازاریابان ارائه می شود و یا بعداً از طریق سایت اینترنتی شرکت اعلام می گردد.

شرکت: منظور شرکت میراث نفیس دستها (سهامی خاص) به شماره ثبت ۴۱۴۱۲۸ است که در ایران/تهران به ثبت رسیده و نوع فعالیتش توزیع انواع کالاهای آرایشی و بهداشتی از طریق بازاریابی شبکه ای بواسطه پایگاه اینترنتی شرکت که با مجوز از وزارت صنعت، معدن و تجارت می باشد.

کمیته نظارت: کمیته ای است ناظر بر مراحل صدور مجوز و نحوه فعالیت شرکت بازاریابی شبکه ای که متشکل از نمایندگان وزارت اطلاعات، وزارت "صنعت، معدن و تجارت" نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران و دادستانی کل کشور.

فرمول محاسباتی حق العمل ها: منظور فرمول های محاسباتی است که بر اساس آن شرکت بازاریابی شبکه ای میراث نفیس دست ها ، در قبال فروش کالاهای شرکت توسط شخص بازاریاب یا بازاریابان تحت حمایت وی، حق الزحمه شان را محاسبه و به آنها پرداخت می کند.

مشتری: هر شخصی که کالای شرکت را به هدف غیر تجاری و صرفاً جهت مصرف خریداری می کند.

بازاریاب: هر شخص حقیقی که به دور از یک مکان ثابت تجاری از طریق فروش کالا به مصرف کننده نهائی یا حمایت و تشویق شبکه فروش خود ، موجب گسترش فروش کالای شرکت شود.

بازاریابان تحت حمایت: بازاریابان دیگری که یک بازاریاب معرفی می کند و تحت حمایت و سرپرستی وی هستند. تعداد مراحل (سطوح) جذب بازاریاب تحت حمایت در شرکت میراث نفیس دستها محدود بوده و برای هر بازاریاب حداکثر تا ۷ مرحله (سطح) می باشد.

شماره شناسایی: شماره شناسایی بازاریاب، کد منحصر بفردی است که به منظور شناسایی کلیه ارتباطات کاری و مالی وی با شرکت در هنگام ثبت نام به او تعلق می گیرد.

دوره محاسباتی شرکت: منظور مدت زمانی است که بر اساس آن شرکت، در قبال فروش کالا توسط شخص بازاریاب یا بازاریابان تحت حمایت وی ، حق العمل شان را محاسبه و به آنها پرداخت می کند. .

فرم ثبت نام: منظور فرمی است که توسط بازاریاب یا مشتری در پایگاه اینترنتی شرکت تکمیل می گردد.

کالا: عبارت است از یک یا چند گروه کالایی قابل عرضه توسط شرکت بازاریابی شبکه ای میراث نفیس دست ها که به وسیله دبیرخانه کمیته نظارت تعیین و اعلام گردیده است.

معرف: بازاریابی که مشتری یا بازاریابان جدید را به منظور خرید کالا یا همکاری در فروش کالا به شرکت معرفی می نماید.

فرم قرارداد: منظور فرم قرارداد بین شرکت بازاریابی شبکه ای میراث نفیس دست ها و بازاریابان می باشد که توسط کمیته نظارت بر فعالیت بازاریابی شبکه ای تهیه و تنظیم شده است.

۲- شرایط بازاریابی:

الف: دارا بودن سن قانونی (حداقل ۱۸ سال)

ب: تعهد به عدم بازاریابی در شرکتهای دیگر بعد از تکمیل فرم بازاریابی در این شرکت.

ج: عدم فعالیت بعنوان کارمند در شرکت.

د: تابعیت از قوانین جمهوری اسلامی ایران

تذکر: در صورت عدم رعایت هریک از موارد بالا شرکت به صورت یکطرفه اقدام به فسخ قرارداد می نماید.

۳- حقوق و مقررات مربوط به بازاریاب:

* بازاریاب حق دارد نسبت به انجام تبلیغات حرفه ای و ارائه خدمات مشاوره برای شرکت به منظور معرفی و شناساندن محصولات شرکت، فعالیت نماید و به جذب افراد علاقمند به منظور ارتقاء فروش و سود دهی شرکت مبادرت نماید.

* هر بازاریاب به صورت مستقل و پاره وقت در شرکت بازاریابی می نماید و کارمند شرکت محسوب نمی گردد، بنابراین شامل دریافت حقوق ثابت، بیمه اجباری، بیمه بیکاری، پاداش، عیدی، سنوات و حق اولاد نمی گردد.

* برای بازاریاب هیچگونه محدودیت جغرافیایی بابت فعالیت و معرفی محصولات شرکت وجود ندارد، مگر آنکه شرایط خاصی بابت فروش محصولات در مکانی را اعلام نماید.

* بازاریاب فقط حق معرفی محصولات شرکت را دارد و می تواند افراد را به خرید آنها توصیه نماید (نه اجبار) و در نتیجه از پورسانت و پاداش طبق فرمول محاسباتی شرکت بهره مند گردد.

* بازاریاب هیچگونه حق وکالتی از جانب شرکت ندارد. یعنی حقی در رابطه با مذاکرات و بستن قراردادها به نمایندگی از طرف شرکت را ندارد. او باید فقط خود را به عنوان بازاریاب فعال شرکت معرفی نماید.

* هر بازاریابی که فردی را بعنوان بازاریاب جدید به شرکت معرفی می کند موظف است که با صداقت و حسن نیت تمام، به همکاری با بازاریاب جدید بپردازد تا از موفقیت وی در این زمینه اطمینان حاصل نماید.

* هیچ بازاریابی نمی تواند از میزان حق العمل خود به عنوان دلیل موفقیتش جهت حصول اطمینان دیگران استفاده کند و حق نشان دادن درآمدهای خود به دیگران را جهت تشویق و ترغیب ندارد. در غیراین صورت ضرر و زیان حاصل از این خطا برعهده وی می باشد. همچنین معرف حق وعده دادن سودهای کلان بدون فعالیت شخصی بازاریاب جدید را ندارد. (میزان کسب پورسانت های هر شخص به میزان فروش محصولات شرکت از طریق او بستگی دارد).

* بکار بردن عناوین مستعار و غیر حقیقی و ناقص برای شرکت ، از سوی بازاریاب ممنوع می باشد.

* هیچ شخص حقیقی نمیتواند با عنوان نام مستعار در شرکت فعالیت کند.

* هر بازاریاب می تواند تنها یک کد شناسه در اختیار داشته باشد.

* در صورتی که بازاریاب شرکت، بازاریاب جدیدی را سهواً یا عمدتاً در شاخص فروش غیر از مکان اصلی قرار دهد تغییرمحل امکان پذیر نمی باشد.

* جهت دسترسی به دفتر کار شخصی، برای هر بازاریاب رمزعبوری با انتخاب بازاریاب بوسیله شرکت ثبت می گردد، که حفاظت آن برعهده خود بازاریاب می باشد.

* هر بازاریاب می بایست از بازاریابان تحت مدیریت خود حمایت و پشتیبانی (از نظر آموزشی) نماید و آموزش و همکاری با آنها را به منظور اطمینان از عملکرد صحیحشان برعهده گیرد.

* بازاریاب شخصاً" موظف به پرداخت مالیات تمامی درآمدهای خود در کشور متبوع خویش می باشد. و پرداخت آن برعهده شرکت نیست.

* بازاریاب باید همیشه نسبت به شرکت وفادار بماند و نباید اطلاعاتی را بر ضد شرکت چه شفاهی و چه کتبی منتشر کند. او باید مدیران این شرکت را همیشه محترم بشمارد، در صورت وجود هرگونه هتک حرمت و افترا از جانب وی ، او از فعالیت و ادامه توافقنامه اخراج شده و توافقنامه پایان یافته تلقی می گردد.

* بازاریاب موظف است تا اطلاعات شخصی (نام، نام خانوادگی، آدرس، کدپستی و ...) خود را هنگام ثبت نام چک نماید تا از بروز هرگونه خطای احتمالی جلوگیری شود. در صورت بروز خطا کلیه موارد متوجه معرف و بازاریاب جدید خواهد بود.

* تمامی بازاریابان موظف به حفظ و نگهداری اطلاعات پایگاه اینترنتی شرکت می باشند. چنانچه بازاریاب سعی در سرسوخ یا دخالت در پایگاه اطلاعاتی یا هر بخشی از سیستم کامپیوتری شرکت (سخت افزار یا نرم افزار) یا در این زمینه نماید، حق بازاریابی وی بدون در نظر گرفتن اختیاراتش فوراً" لغو و بایستی تمامی خسارات شرکت در این رابطه را متقبل گردد.

* بازاریاب بایستی یک نسخه از فرم قرارداد را در اختیار بازاریاب جدید قرار داده و پس از امضاء معرف به عنوان شاهد و متقاضی به عنوان بازاریاب، آن را در اختیار شرکت قرار دهد، در غیر اینصورت ظرف مدت ۳۰ روز کاری کد شناسه بازاریاب جدید معلق خواهد شد.

در صورت عدم رعایت هر یک از بند های مذکور، شرکت محق است تا به صورت یک جانبه قرارداد را با بازاریاب خاطی فسخ نماید.

۴- حق العمل ها

شرایط دریافت حق العمل:

* بازاریاب بایستی متعهد به قراردادها، طرح بازاریابی و قوانین شرکت باشد. تا زمانی که بازاریاب مشروط به دریافت حق العمل طبق طرح بازاریابی است، شرکت موظف به پرداخت آنها به وی طبق همان طرح می باشد. این حق العمل ها فقط در قبال فروش کالای شرکت به بازاریاب پرداخت میگردد. هرگونه مالیات بر درآمد که توسط نهاد های ذیربط دولتی تعیین گردد از پورسانت های پرداختی کسر میگردد.

دوره محاسبه و پرداخت حق العمل:

* دوره محاسبه حق العمل به معنای زمانی است، که در پایان آن حق العمل های مربوط برای بازاریاب محاسبه شده و دوره پرداخت حق العمل حداکثر تا پایان هفت روز اول کاری در هر ماه می باشد، بطوری که شرکت می بایست با بازاریاب در خصوص حق العمل های ماه قبل تسویه کامل انجام دهد و در مدت مذکور مبالغ را به حساب بانکی شخصی بازاریاب واریز نماید. همه پرداخت ها و دریافت ها از طریق حساب های بانکی در بانک های پاسارگاد و ملت و هر گونه گزارش مالی موخر بر انجام عملیات بانکی و با درج کد رهگیری تراکنش در سیستم بانکی کشور انجام می گیرد.

شرح فرآیند و روش بازاریابی:

* هر شخص (حقوقی/حقیقی) می تواند به اختیار از طریق پایگاه اینترنتی شرکت به صورت رایگان ثبت نام کرده و بعنوان بازاریاب در شرکت شروع به فعالیت نماید. اینگونه بازاریاب با عنوان عاملیت فروش در شرکت معرفی می گردد. لذا دارای شرایط دریافت پورسانت می باشد.

۵- ابطال و یا تعلیق جایگاه بازاریاب:

* هر بازاریاب، می بایست در مدت زمان ۳۰ روز کالای شرکت را به میزان ۱۰۰,۰۰۰ تومان بفروش رساند، در غیر اینصورت قانون بهم فشردگی برای وی اجراء می گردد (پورسانت های سطوح و پاداش های مشارکتی به بازاریاب تعلق نمی گیرد).

* اگر بازاریابی نتواند ظرف مدت ۳۶۵ روز (مدت قرارداد سال اول) کالای شرکت را به میزان ۱۰۰,۰۰۰ تومان بفروشد در این صورت قرارداد بازاریابی وی فسخ می گردد.

*بازاریاب می تواند داوطلبانه تقاضای فسخ قرارداد و اتمام ادامه همکاری با شرکت را داشته باشد که این تقاضا از طریق بخش "قطع همکاری با شرکت" از دفتر کار بازاریاب امکان پذیر می باشد. در صورتی که از تاریخ ثبت نام بازاریاب ۶۰ روز گذشته باشد، قطع همکاری بازاریاب با شرکت در همانروز تأیید می گردد و اگر از تاریخ ثبت نام بازاریاب بیش از ۶۰ روز گذشته باشد، قطع همکاری وی پس از ۱۵ روز از سوی وزارت بازرگانی تأیید میگردد.

* بازاریابی که قرارداد خود را فسخ می کند یا قطع همکاری با شرکت میزند، به مدت یک سال نمی تواند در این شرکت مجدداً ثبت نام کند.

* هر بازاریاب به علت عدم رعایت قرارداد، تخطی در قوانین و مقررات و طرح بازاریابی یا هرگونه مدارک مبنی بر انجام تخلف، توسط شرکت کد بازاریابی وی معلق نگاه داشته شده یا لغو می شود که در این صورت شرکت با ارسال یادداشتی وی را از این تصمیم آگاه می سازد و تاریخ ودلایل تعلیق یا لغو حق بازاریابی وی را اعلام خواهد کرد. امکان دارد عملکرد شرکت طی دوره تعلیق یا پس از زمان لغو بازاریاب شامل این موارد گردد : .

۱) جلوگیری از پرداخت حق العمل به بازاریاب در این دوره.

۲) جلوگیری از خرید محصولات شرکت.

۳) جلوگیری بازاریاب از معرفی بازاریابان جدید ، ارتباط با سایر بازاریابان و شرکت در جلسات آنان.

۴) مسدود شدن کد شناسائی.

* در صورت تقاضای تجدید نظر، شخص باید درخواست خود را کتباً ظرف مدت ۱۵ روز پس از تاریخ صدور حکم تعلیق یا لغو بازاریاب به اطلاع شرکت برساند. تا شرکت نسبت به کنسل کردن قطع همکاری وی اقدام وبعد از بررسی درخواست ، شرکت طی ۱۵ روز پس از دریافت درخواست نتیجه را به اطلاع بازاریاب می رساند. در غیر این صورت تعلیق یا لغو حق بازاریابی شخص قطعی محسوب می گردد. و شرکت با بازاریاب قطع همکاری می نماید.

۶-عدم انتقال حق بازاریابی:

* بازاریاب حق ندارد امتیاز خویش را به شخص دیگری فروخته، واگذار یا منتقل نماید.

۷-اطلاعات:

* نام شرکت، آرم، نام تجاری، آرم تجاری، بروشور ،کاتالوگ، جزوات آموزشی، منابع و متون، منابع سمعی و بصری و یا سایر منابع تحت حمایت قانون مولف بوده و حقوق تولید و نشر و مالکیت آن برای شرکت محفوظ است.

* بازاریاب نباید ویرایش هائی از این منابع را تولید یا منتشر نمایند. بدون دریافت موافقت کتبی از شرکت، بازاریابان مجاز به ضبط سمعی و بصری جلسات و کنفرانس های شرکت یا جلسات آموزشی نیستند.

* ارتباط کاری شرکت با کارگزاران، سازندگان و تامین کنندگان محصول محرمانه است. بازاریاب نباید به طور مستقیم یا غیرمستقیم تقاضای اطلاعات از تامین کنندگان یا کارگزاران شرکت را نموده و با آنها ارتباطی داشته باشد، مگر آنکه شرکت از کارگزار خواسته باشد که اطلاعاتی در اختیار بازاریاب قرار دهند.

۸- مصاحبه با رسانه ها و تبلیغ الکترونیکی

* بازاریاب مجاز به انجام مصاحبه رادیویی، تلویزیونی، روزنامه ای، مجله ای یا برگزاری همایش عمومی جهت تبلیغ شرکت و محصولات بدون دریافت موافقت قبلی و مجوز کتبی شرکت نمی باشد؛ کلیه درخواست های مرتبط با رسانه ها بایستی به بخش روابط عمومی دفتر مرکزی شرکت ارجاع گردد.

* بازاریابان مجاز به تبلیغ محصولات، طرح درآمد زائی یا استفاده از نام شرکت بر روی رسانه ها و ارتباطات الکترونیکی بر روی اینترنت و از طریق وبلاگ ها، وب سایت ها و ... بدون دریافت مجوز کتبی بخش حقوقی شرکت نمی باشند. تخلف از این ماده، تخلف از قوانین و مقررات شرکت به شمار آمده و منجر به حکم تعلیق یا لغو فوری حق بازاریابی می گردد.

۹- شرایط عمومی:

* شرکت حق اصلاح قوانین و مقررات، قیمت ها و ارائه محصولات را دارد و هر زمان که مناسب و لازم بداند با اعلام قبلی به وزارت صنعت، معدن و تجارت و تأیید کمیته نظارت بر فعالیت بازاریابی شبکه ای و اعلام آن بر روی وب سایت شرکت اجرا می نماید. بطوری که تماما" در جهت بهبود و ترقی فعالیت بازاریابان باشد. این تغییرات با توجه به صلاح دید اعضای هیات مدیره شرکت و تأییدیه دبیرخانه نظارت بر فعالیت بازاریابی شبکه ای اعمال خواهد شد.

* **مجبور کردن هر شخص برای عضویت و خرید از شرکت مطلقاً ممنوع است.** لذا در صورت آشکار شدن این مسئله شرکت نسبت به مسدود کردن کد شناسه بازاریاب خاطی اقدام و ایشان را به مراجع ذیصلاح معرفی می نماید.

* بازاریاب حق ندارد هیچ گونه وجه نقدی را از عاملین فروش تحت حمایت خود درخواست نماید یا حسابی غیر از حساب شرکت که بروی پایگاه اینترنتی شرکت درج شده برای واریز وجه محصول معرفی نماید. بدیهی است در صورت چنین تخلفی شرکت کد شناسه بازاریاب را مسدود و اقدامات قانونی علیه وی صورت می پذیرد و ایشان را به مراجع ذیصلاح معرفی می کند.

* خرید و فروش محصول توسط بازاریاب تنها یک معامله خرید و فروش محسوب می گردد و هیچگونه سرمایه گذاری تلقی نمی گردد.

* بازاریاب موظف است در محیط شرکت با پوشش مطابق با قوانین جمهوری اسلامی ایران ظاهر شود و در صورت تناقض، شرکت از حضور بازاریاب در محیط کاری ممانعت می کند.

* هر گونه فعالیت سیاسی و عدم رعایت قوانین جمهوری اسلامی ایران در شرکت ممنوع بوده و در صورت مشاهده رعایت نکردن قوانین ، کد شناسه بازاریاب مسدود و از حضور وی در شرکت و نمایندگی های شرکت ، جلوگیری به عمل خواهد آمد.

۱۰- کالا و خدمات:

* شرکت جهت حمایت از حقوق بازاریابان و مصرف کننده طبق ماده ۳۳ قانون تجارت الکترونیک بایستی اطلاعات موثر در تصمیم گیری مصرف کنندگان جهت خرید و یا قبول شرایط را از زمان مناسبی قبل از عقد در اختیار مصرف کنندگان قرار دهند. حداقل اطلاعات لازم، شامل موارد زیر می باشد:

الف - مشخصات فنی و ویژگیهای کاربردی کالا و یا خدمات.

ب- هویت تامین کننده، نام تجاری که تحت آن نام به فعالیت مشغول می باشد و نشانی وی.

ج- آدرس پست الکترونیکی، شماره تلفن و یا هر روشی که مشتری در صورت نیاز بایستی از آن طریق با فروشنده ارتباط برقرار کند.

د- کلیه هزینه هایی که برای خرید کالا بر عهده مشتری خواهد بود (از جمله قیمت کالا و یا خدمات، میزان مالیات، هزینه حمل، هزینه تماس)

ه- مدت زمانی که پیشنهاد ارائه شده معتبر می باشد.

و- شرایط و فرآیند عقد از جمله ترتیب و نحوه پرداخت، تحویل و یا اجرا، فسخ، ارجاع خدمات پس از فروش.

* شرکت طبق ماده ۳۴ قانون تجارت الکترونیک بایستی به طور جداگانه ضمن تایید اطلاعات مقدماتی، اطلاعات زیر را ارسال نماید:

الف - آدرس محل تجاری یا کاری تامین کننده برای شکایت احتمالی.

ب - اطلاعات راجع به ضمانت و پشتیبانی پس از فروش.

ج - شرایط و فراگرد فسخ معامله به موجب مواد (۳۷) و (۳۸) این قانون.

د- شرایط فسخ در قراردادهای انجام خدمات.

۱۱- قوانین باز پس گیری کالا و خدمات طبق قانون تجارت الکترونیک:

*بازاریابان و مصرف کننده گان طبق ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیک در هر معامله از راه دور باید حداقل هفت روز کاری، وقت برای انصراف (حق انصراف) از قبول خود بدون تحمل جریمه و یا ارائه دلیل داشته باشند. تنها هزینه تحمیلی بر مصرف کننده هزینه باز پس فرستادن کالا خواهد بود

* طبق ماده ۳۸ قانون تجارت الکترونیک شروع اعمال حق انصراف به ترتیب زیر خواهد بود:

الف - در صورت فروش کالا، از تاریخ تسلیم کالا به مصرف کننده و در صورت فروش خدمات، از روز انعقاد.

ب - در هر حال آغاز اعمال حق انصراف مصرف کننده پس از ارائه اطلاعاتی خواهد بود که تامین کننده طبق مواد (۳۳) و (۳۴) این قانون موظف به ارائه آن است.

ج- به محض استفاده مصرف کننده از حق انصراف، تامین کننده مکلف است بدون مطالبه هیچ گونه وجهی عین مبلغ دریافتی را در اسرع وقت به مصرف کننده مسترد نماید.

د- حق انصراف مصرف کننده در مواردی که شرایط خاصی بر نوع کالا و خدمات حاکم است اجرا نخواهد شد. موارد آن به موجب آیین نامه ای است که در ماده (۷۹) - وزارت بازرگانی موظف است زمینه های مرتبط با تجارت الکترونیکی را که در اجرای این قانون موثر می باشند شناسائی کرده و با ارائه پیشنهاد و تایید شورای عالی فناوری اطلاعات، خواستار تدوین مقررات مربوطه و آئین نامه های این قانون توسط نهادهای ذی ربط شود. این آیین نامه ها و مقررات پس از تصویب هیات وزیران به مرحله اجرا در خواهند آمد. این قانون خواهد آمد.

* طبق ماده ۴۲ قانون تجارت الکترونیک حمایت های این فصل در موارد زیر اجرا نخواهد شد:

الف - خدمات مالی که فهرست آن به موجب آیین نامه ای است که در ماده (۷۹) این قانون خواهد آمد.

ب- معاملات راجع به فروش اموال غیر منقول و یا حقوق مالکیت ناشی از اموال غیر منقول به جز اجاره.

ج- خرید از ماشین های فروش مستقیم کالا و خدمات.

د- معاملات راجع به حراجی ها.

۱۲- بازپس گیری محصولات طبق بند ط ماده ۷ آیین نامه اجرایی تبصره ماده ۸۷ قانون نظام

صنفي

در صورت فسخ قرارداد بازاریاب، باز پس گرفتن محصولات فروخته شده (حداکثر طی ۱۲ ماه منتهی به تاریخ فسخ قرارداد) که قابل فروش مجدد است و استرداد مبلغ دریافتی کالای مرجوعی منهای هزینه ارسال و باز پس فرستادن کالا و سود خرده - فروشی تعلق گرفته شده به بازاریاب از قیمت برای مصرف کننده و مالیات غیر قابل استرداد.

تبصره- شرکت بازاریابی شبکه ای می تواند کمیسیون پرداخت شده در ازای فروش کالای مرجوعی را از کمیسیون بعدی بازاریابان سطوح بالاتر کسر نماید.

تبصره: بازپس گیری کالا در شرکت میراث نفیس دستها با توجه به ماده (۷۹) قانون تجارت الکترونیک طبق بند ماده (۷) آیین نامه اجرایی تبصره ماده ۸۷ قانون نظام صنفی انجام می گیرد.

۱۳- ارسال محصولات:

- * مدت زمان ارسال محصول خریداری شده توسط بازاریاب از طریق شرکت بین ۳ الی ۷ روز کاری می باشد.
- * در هنگام تحویل گرفتن کالا از مامور پست، در صورتی که بسته شما آسیب جدی (له شدگی شدید یا پارگی) دیده باشد، بسته را تحویل نگیرید و در غیر اینصورت، تحویل بگیرید و اگر در موارد استثنایی کالای شما آسیب دیده است، حداکثر تا ۲۴ ساعت از طریق صندوق پیام دفترکار خود، بخش ارسال کالا اعلام نمایید. عکس کالای آسیب دیده نیز می بایست از همین طریق ارسال گردد تا مورد بررسی قرار گیرد.
- * شرکت هیچگونه مسئولیتی در قبال دیرکرد در تحویل محصولات به دلایل خارج از کنترل شرکت از قبیل: جنگ، زلزله، آتش سوزی و هر نوع حالتی که به آن حالت فورس ماژور گفته می شود را ندارد.
- * محصول از طریق پست جمهوری اسلامی ایران ارسال می گردد. هزینه ارسال محصول بر عهده بازاریاب و هزینه تعویض محصول در اثر مرجوعی بر عهده شرکت می باشد.
- * کارمندان ارسال، محصولات را فقط به خریدار و یا نماینده قانونی وی تحویل می دهند. *حتی الامکان در صورت وجود نقص محصول در زمان تحویل از ماموران پست دقت نمائید واز پذیرفتن آن خودداری کنید.