

Kodeks poprawnego zachowania biznesu w Internecie

„Nie ma reguł ponad te,
które sam tworzysz.
W sieci każdy jest tym, co robi.
A to, co robisz zależy tylko od ciebie”

Gerard Van der Leun, Thomas Mandel



Spis treści

1. Poczta elektroniczna
2. Strona internetowa i media społecznościowe firmy
3. Konkurencja
4. Zachowania wobec klientów i kontrahentów



CHMIURO
CRM DLA TWOJEJ FIRMY

1.

Poczta elektroniczna



1.1. Przy pierwszym kontakcie z adresatem należy stosować oficjalne zwroty, takie jak: „Szanowny Panie”, „Szanowna Pani”, „Dzień dobry Pani”.

1.2. Należy pisać zawsze pod cytowanym fragmentem odpowiadając na maila.

1.3. Spam nie jest mile widziany. Nie należy wysyłać reklam lub informacji odbiorcom, którzy wcześniej nie wyrazili zgody na taką korespondencje.

1.4. Nie należy cytować wiadomości w całości, a użyć wyłącznie pożądanego fragmentu (chyba, że użycie całości jest niezbędne). Cytować należy tylko te fragmenty, do których się odnosimy i odpowiadać na nie cytując słowa przedmówcy, pod każdym akapitem osobno.

1.5. Na maile należy odpowiadać do 48 godzin po jego otrzymaniu. W przypadku, kiedy oznaczony jest priorytetem należy na niego odpowiedzieć natychmiast.



1.

Poczta elektroniczna

1.6. W temacie należy ująć w skrócie treść maila. Nie należy w temacie umieszczać treści maila.

1.7. Sygnatura w mailu nie powinna przekraczać 4 linii tekstu, nie więcej niż 80 znaków w każdej z nich. Należy pamiętać również o umieszczeniu delimitera na początku podpisu.

1.8. Należy korzystać z pól BCC (UDW) w przypadku rozsyłania maila do grupy odbiorców. Nie każdy może sobie życzyć ujawnienia swojego adresu e-mail.

1.9. Załączniki nie powinny być zbyt duże i odpowiednio skompresowane.

1.10. Nie należy pisać całego maila używając wielkich liter.

1.11. Należy przestrzegać zasad poprawnej pisowni, unikając błędów ortograficznych lub gramatycznych.



2.

Strona internetowa i media społecznościowe firmy



2.1. Strona internetowa oraz media społecznościowe powinny być wizytówką firmy.

2.2. Nie należy stosować wulgaryzmów, treści, które obrażają inne narodowości, rasy oraz religie, a także stosować innych wypowiedzi, które naruszają prawo za ich treść można ponieść odpowiedzialność karną lub cywilną.

2.3. Strona internetowa powinna być przejrzysta i zawierać dane teleadresowe spółki oraz opis profilu jej działalności.

2.4. Każda strona powinna zawierać politykę prywatności oraz regulamin.

2.5. Dobrą praktyką jest umieszczenie tzw. FAQ, aby klienci mogli znaleźć odpowiedzi na wszelkie możliwe pytania.



2.

Strona internetowa i media społecznościowe firmy

2.6. Powinno się publikować treści zgodne z polityką firmy.

2.7. Należy zadbać o bezpieczeństwo danych osobowych swoich klientów i kontrahentów.

2.8. Należy zwracać uwagę na formułowane przez siebie zdania na social media przedsiębiorstwa, bo mogą się one okazać błędne, a nawet szkodliwe dla działalności firmy.

2.9. Nie należy kopiować czyjejs własności: tekstów czy fotografii, a jeśli chcemy je wykorzystać, należy podać źródło, z którego pochodzą.



3.

Konkurencja



3.1. Zakazane jest stosowanie praktyk ograniczających konkurencję – wszelkich zachowań, których celem lub skutkiem ma być eliminacja lub ograniczenie konkurencji.

3.2. Należy stosować się do zasad przyjętych w **Ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji**.



4.

Zachowania wobec klientów i kontrahentów



4.1. Zakazane jest łamanie zasad poufności wobec swoich kontrahentów oraz klientów.

4.2. Zabrania się używać wszelkich formy tzw. nieuczciwej konkurencji.

4.3. Nie można bez zezwolenia wykorzystywać znak towarowego innego przedsiębiorstwa celem osiągnięcia korzyści.

