

Liite 1 Lyconet markkinointi sopimus
itsenäisille Lyconet Marketereille
Versio: 01/2021

LYCONET

COMPENSATION PLAN



 Lyconet

1.Yleistä

Lyconet Marketing Agency Limited, jonka kotipaikka on 3rd Floor, 40 Bank Street, London E14 5NR, Iso-Britannia, toimii tytäryhtiöidensä (molemmat jäljempänä Lyconet) kanssa kansainvälisen markkinointitoimiston kanssa. Sen tehtävänä on tukea optimaalisesti itsenäisiä yrittäjiä menestyvän yrityksen rakentamisessa.

Lyconet tekee yhteistyötä myWorld International Limitedin kanssa, jonka kotipaikka on 3. kerros, 40 Bank Street, Lontoo E14 5NR, Iso-Britannia, ja joka harjoittaa Benefit Program-ohjelmaa. Benefit Program-ohjelmaan osallistuvat asiakkaat saavat etuja, kuten Cashbackia ja Shopping Points -pisteitä, ostaessaan tavaroita, palveluja, matkoja jne. myWorld Groupista ja / tai sen kanta-asiakaskauppiailta.

Markkinoidakseen Benefit Program-ohjelman hyötyjä tehokkaasti, myWorld International Limited tekee yhteistyötä Lyconetin kanssa ja Lyconet käyttää itsenäisiä yrittäjiä - ns. Lyconet Marketers (Marketerit) Nämä hankkivat uusia asiakkaita ja kanta-asiakaskauppiaita Benefit Program-ohjelmaan ja jakavat tai välittävät tämän ohjelman tuotteita ja palveluja. Lyconet tukee heitä perustellulla osaamisella ja saa tuloja markkinointi- ja välitystoiminnastaan tehtyjen ostojen ja / tai tilausten perusteella (välitetty myynti Benefit Program-ohjelmasta).

Lisäksi marketeri voi hankkia uusia marketereja, jotka puolestaan hankkivat asiakkaita, kanta-asiakaskauppiaita ja uusia marketereja sekä jakavat ja välittävät tuotteita ja palveluita Benefit Program-ohjelmasta.

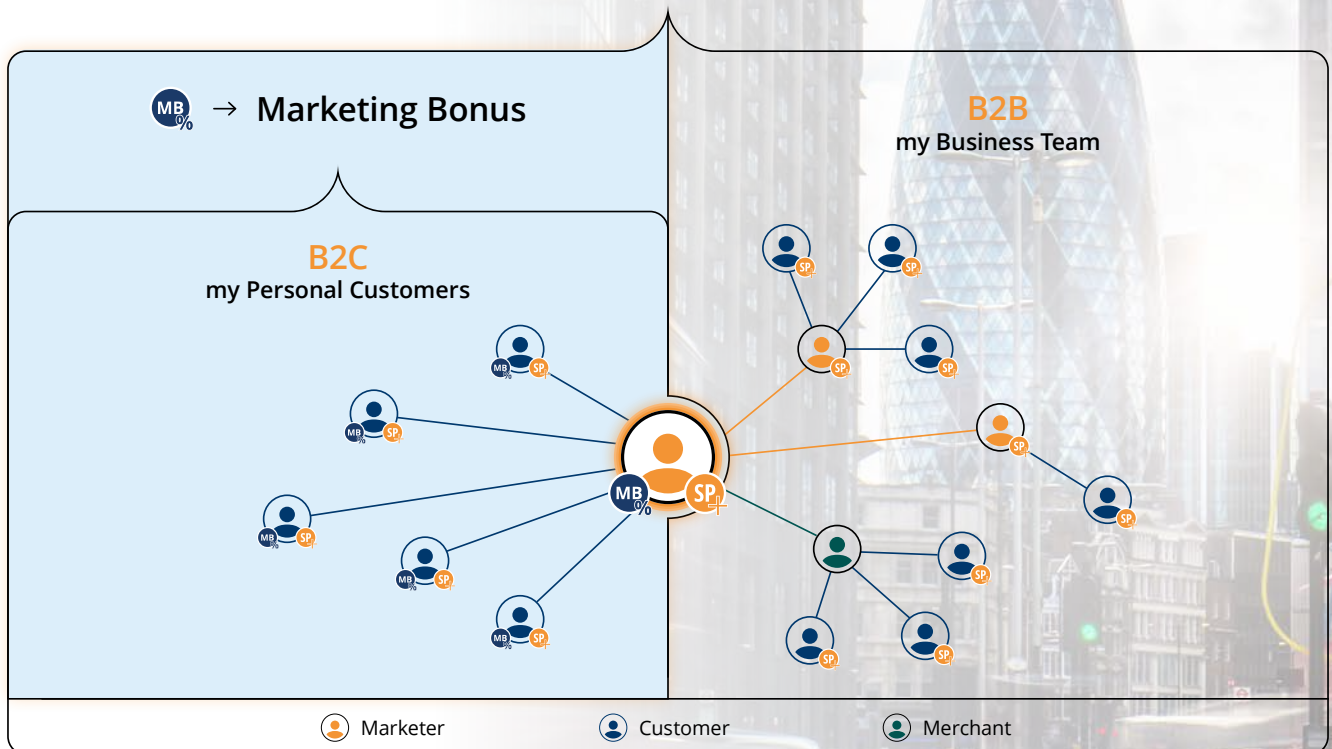
2. Marketerin liiketoiminta

Hankkimalla uusia asiakkaita, kanta-asiakaskauppiaita ja marketereja, marketeri rakentaa niin kutsutun "organisaationsa".

my Business

Organization
Structure

SP₊ → Career Commission & Career Bonus



Personal Customers:

Marketerien (henkilökohtaiset) asiakkaat ovat Marketer Organisaation Benefit Program-ohjelman jäseniä (seuraavaan marketeeriin saakka), jotka eivät ole allekirjoittaneet Lyconet-markkinointisopimusta eivätkä siksi itse ole marketereja.

Business Team:

Marketerin Bisnes tiimi sisältää kaikki organisaationsa marketerit ja kanta-asiakaskauppiaat (Merchant).

Marketerin organisaatio koostuu kaikista marketereista, kanta-asiakaskauppiaista tai asiakkaista, jotka voidaan määrätä hänelle, sekä heidän suosituksistaan.

Marketeri saa organisaatiostaan tuloja tehtyjen ostojen ja / tai tilausten perusteella.

3. Marketerina toimivan toiminnan tulojen laskeminen

Lyconet tarjoaa marketereille useita vaihtoehtoja ansaita tuloja toiminnastaan. Nämä on selitetty tarkemmin seuraavissa osissa.

Hyvitykset lasketaan viikkoittain(PW) sekä kuukausittain(PM). Tuotantokuukaudet määritellään vuosittain etukäteen, ja niitä voi tarkastella latausalueella kohdassa "Tuotantopäivät" kirjautumisen jälkeen sisään osoitteessa www.lyconet.com. Tuotantokuukausi koostuu 4 tai 5 tuotantoviikosta, jotka kestävät aina keskiviikosta tiistaihin.

4. Ansiot ostomäärän / markkinointibonuksen perusteella

Jokainen marketeri saa tuloja, jotka perustuvat heidän (henkilökohtaisten) asiakkaidensa ostomääriin:

Marketeri hyötyy kaikista ostoistaan ja tilauksistaan, jotka hänen asiakkaansa tekevät myWorld- ja Loyalty Merchants -yhteistyöyrityksissä. Näistä ostoista ja tilauksista hän saa markkinointibonuksen kerran tuotantokuussa. Tämä markkinointibonus on yleensä enintään 1% asiakkaan ostomäärästä. Tiettyihin nimettyihin tuotteisiin voidaan kuitenkin soveltaa myös tiettyä markkinointibonusta.

Jos marketeri on itse Benefit Program-ohjelman jäsen, hän saa myös jopa 1% markkinointibonuksen omista Benefit Program-ohjelmassa tehdyistä ostoksistaan ja tilauksistaan.

5. Ansiot Shopping-pisteen + määrän / urapalkkion ja urapalkkion perusteella

Jokainen marketeri saa tuloja, jotka perustuvat koko organisaation ostomääriin:

Heti kun Shopping Points-pisteitä luodaan marketerin organisaation Benefit Program-ohjelmasta tehtyä ostosta varten, ne hyvitetään marketerille Shopping Points+ (SP+) -muodossa. Lisäksi marketeri saa SP+ Benefit Program-ohjelman ulkopuolelle määritetyistä tuotteista tai palveluista, jotka hän itse tai organisaationsa marketerit ovat ostaneet tai tilanneet.

Marketerin organisaatiossa tuotantokuukaudessa syntyvän SP+ -määrän perusteella marketeri voi saavuttaa uratason.



Marketeri saa seuraavat kuukausitulot saavuttaessaan uratason:

1. Urabonus
2. Ura-komissio

Uratason saavuttaminen on laskentaperuste niin ura-komissiolle kuin myös urabonukselle.

Lisäksi marketeri saa Premium Marketer -aseman, kun hän saavuttaa uratason ensimmäistä kertaa. Tämä tila on kiinteä Lyconet Marketing Agreement -sopimuksen voimassaoloaikana, vaikka marketeri ei ole enää uratasolla.

5.1. Uratason saavuttaminen

Tietyn uratason (career level) saavuttamiseksi marketerin on täytettävä molemmat seuraavista vaatimuksista:

Vaatus 1

Marketeri on yhdessä organisaationsa kanssa luotava tarvittava SP+: n kokonaismäärä (kuten seuraavassa taulukossa osoitetaan) tietyllä uratasolla tietynä tuotantokuukautena. Kaikki tuotantokuukauden aikana luotu SP+ lasketaan.

Vaatus 2

Kaikkien organisaation linjojen* on yhdessä luotava vähimmäismäärä SP+, kuten alla olevassa taulukossa on esitetty. SP+: n on oltava peräisin vähintään kolmesta linjasta, ja vain alla olevassa taulukossa esitetty SP+: n enimmäismäärä lasketaan kullekin linjalle. Marketerin omien ostojen ja tilausten (henkilökohtaiset SP+) aiheuttamaa SP+: ta ei lasketa vaatimukseen 2.

Vaatus 1	
Urataso	SP+:n kokonaismäärä
1	600
2	1 600
3	6 000
4	20 000
5	50 000
6	200 000
7	500 000
8	1 250 000

Vaatus 2			
Minimi SP+: n määrä kaikista linjoista	SP+ enimmäismäärä linjaa kohden		
	Linja 1	Linja 2	Linja 3
300	100	100	100
900	300	300	300
3 000	1 000	1 000	1 000
9 000	3 000	3 000	3 000
30 000	10 000	10 000	10 000
90 000	30 000	30 000	30 000
300 000	100 000	100 000	100 000
900 000	300 000	300 000	300 000

* Kunkin suoran suositellun marketerin ja hänen organisaationsa muodostavat linjan marketerin organisaatiassa.

Bonuslinjat

Marketerin organisaatiosta tulevien linjojen lisäksi jokaisella marketerilla on 3 erillistä bonuslinjaa. Kaikki marketerin asiakkaiden tekemien ostosten ja tilausten kautta syntynyt SP+ jakautuu tasaisesti näiden kolmen bonuslinjan kesken. Lisä SP+, joka myös jaetaan tasan näiden bonuslinjojen kesken, näytetään erikseen. SP+: n enimmäismäärä laskettuna linjaa kohden (kuten taulukossa on esitetty) ei koske 3 bonuslinjaa.

Esimerkki 1:

Marketeri on tällä hetkellä uratasolla 1 ja haluaa saavuttaa uratason 2. Kuluva tuotantokuukauden aikana hän ja hänen organisaationsa ovat tuottaneet yhteensä 1 630 SP+. Ne jaetaan seuraavasti:

SP+:n kokonaismäärä (vaatimus 1)

Bonus Linja 1	Bonus Linja 2	Bonus Linja 3	Linja 1	Linja 2	Linja 3	Linja 4	Linja 5	Lisälinjat	Henkilökohittaiset SP+	Yhteensä (luotu/tarvitaan)	
100	100	100	850	200	150	50	0	0	80	1 630/1 600	✓

Marketeri on luonut vaaditun kokonaismäärän SP+: tä ja täyttää siten ensimmäisen vaatimuksen uratasoon CL 2.

Laskettu SP + (vaatimus 2)

Bonus Linja 1	Bonus Linja 2	Bonus Linja 3	Linja 1	Linja 2	Linja 3	Linja 4	Linja 5	Lisälinjat	Henkilökohittaiset SP+	Yhteensä (luotu/tarvitaan)	
100	100	100	300	200	150	50	0	0	0	1 000/900	✓

Vaadittu vähimmäismäärä SP+ on luotu marketerin linjoihin. Siksi marketeri on täyttänyt myös toisen vaatimuksen ja saavuttaa siten Uratason 2.

Esimerkki 2:

Marketeri on tällä hetkellä uratasolla 2 ja haluaa saavuttaa uratason 3. Kuluva tuotantokuukauden aikana hän ja hänen organisaationsa ovat tuottaneet yhteensä 6 800 SP+. Ne jaetaan seuraavasti:

SP+:n kokonaismäärä (vaatimus 1)

Bonus Linja 1	Bonus Linja 2	Bonus Linja 3	Linja 1	Linja 2	Linja 3	Linja 4	Linja 5	Lisälinjat	Henkilökohittaiset SP+	Yhteensä (luotu/tarvitaan)	
210	210	210	3 700	2 000	150	100	20	0	200	6 800/6 000	✓

Marketeri on luonut vaaditun kokonaismäärän SP+: tä ja täyttää siten ensimmäisen vaatimuksen uratasoon CL 3.

Laskettu SP+ (vaatimus 2)

Bonus Linja 1	Bonus Linja 2	Bonus Linja 3	Linja 1	Linja 2	Linja 3	Linja 4	Linja 5	Lisälinjat	Henkilökoh- taiset SP+	Yhteensä (luotu/ tarvitaan)	
210	210	210	1 000	1 000	150	100	20	0	0	2 900/3 000	X

Marketeri ei täytä toista vaatimusta eikä siten saavuta uratasoa 3. Toisen vaatimuksen täyttämiseksi hänen linjojensa on luotava vielä 100 SP+ (lukuun ottamatta linjoja 1 ja 2, joissa lasketun SP+: n enimmäismäärä on jo saavutettu).

Esimerkki 3:

Marketeri on tällä hetkellä uratasolla 1 ja haluaa saavuttaa uratason 2. Kuluva tuotantokuukauden aikana hän on tuottanut yhteensä 1 600 SP+ bonuslinjoillaan sekä henkilökohtaisilla ostoillaan ja tilauksillaan. Ne jaetaan seuraavasti:

SP+:n kokonaismäärä (vaatimus 1)

Bonus Linja 1	Bonus Linja 2	Bonus Linja 3	Linja 1	Linja 2	Linja 3	Linja 4	Linja 5	Lisälinjat	Henkilökoh- taiset SP+	Yhteensä (luotu/ tarvitaan)	
500	500	500	0	0	0	0	0	0	100	1 600/1 600	✓

Marketeri on luonut vaaditun kokonaismäärän SP+: tä ja täyttää siten ensimmäisen vaatimuksen uratasoon CL 2.

Laskettu SP + (vaatimus 2)

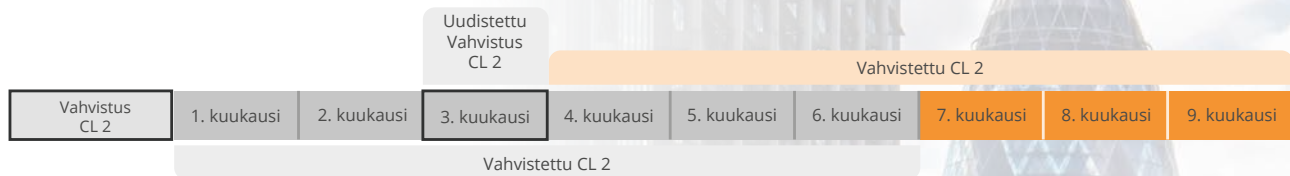
Bonus Linja 1	Bonus Linja 2	Bonus Linja 3	Linja 1	Linja 2	Linja 3	Linja 4	Linja 5	Lisälinjat	Henkilökoh- taiset SP+	Yhteensä (luotu/ tarvitaan)	
500	500	500	0	0	0	0	0	0	0	1 500/900	✓

Vaadittu vähimmäismäärä SP+ on luotu marketerin Bonus Lines -linjoihin. Siksi marketeri on täyttänyt myös toisen vaatimuksen ja saavuttaa siten uratason 2.

Uratazon vahvistaminen ja varmistaminen

Jos Marketer on luonut vaaditun määrän SP+ -pisteitä tietylle uratasolle tuotantokuukauden aikana, urataso CL vahvistetaan automaattisesti.

Kun Marketer on saanut uratazon vahvistettua, pysyy urataso kiinnitettynä seuraavat 6 tuotantokuukautta. Mikäli Marketeri ei vahvista uratasoa uudelleen näiden seuraavien 6 tuotantokuukauden aikana, alempi urataso on varmistettu seuraaviksi 6 tuotantokuukaudeksi.



5.2. Urabonus

Jokaisella tuotantokuukaudella, jolloin marketeri vahvistaa tai varmistaa uratazon, hänellä on oikeus vastaavan uratazon urabonus. Urabonusen arvo löytyy alla olevasta taulukosta.

Uratazon urabonus								
Urataso	1	2	3	4	5	6	7	8
Career Bonus	EUR 50	EUR 200	EUR 500	EUR 1 200	EUR 3 000	EUR 8 000	EUR 20 000	EUR 50 000

5.3. Ura-komissio

Jokaisella tuotantokuukaudella, jolloin marketeri vahvistaa tai varmistaa uratazon, hänellä on oikeus vastaavan uratazon urakomissioon. Laskenta perustuu kaikkiin Marketerin Ostoyhteisön Shopping Points+ -pisteisiin alkaen Marketerin Organisaatiosta ja henkilökohtaisista ostoksista tai tilauksista. Urakomission arvo SP+: n kohdalla löytyy alla olevasta taulukosta.

Career Komissio Uratasoilla								
Urataso	1	2	3	4	5	6	7	8
Career Komissio per SP+	0,0250 EUR	0,0325 EUR	0,0375 EUR	0,0425 EUR	0,0475 EUR	0,0525 EUR	0,0575 EUR	0,0625 EUR

Shopping Points -pisteet omista ostoksista ja/tai tilauksista, asiakkaan ostoksista ja tilauksista kuin myös organisaation Marketereiden (ilman Uratasoa) ostoksista ja tilauksista sekä heidän asiakkaidensa ostoksista ja tilauksista kerrotaan täydellä kertoimella sen hetkisen vahvistetun tai kiinnitetyn uratason mukaan. (Career -komissio kerrotaan Shopping Points+ -pisteiden määrällä).

Marketerien ostot ja / tai tilaukset suoralta linjalta, jotka ovat vahvistaneet tai varmistaneet uratason, samoin kuin heidän organisaationsa SP+ kerrotaan alennetulla tekijällä (kahden uratason ero). Alemman uratason tekijä vähennetään korkeamman uratason tekijästä.

Esimerkki:

Marketeri on vahvistanut uratason 6. Yksi hänen suosittelmistaan marketereista on vahvistanut uratason 4 samalla tuotantokuukaudella. Tämän suoran linjan Shopping Points -pisteet arvioidaan vain Uratason CL 6 Marketerille, joka on 0,01 EUR /per Shopping Point+ -piste. Nämä 0,01 EUR ovat ero hänen saavuttamansa CL 6 urakomission ja hänen marketerin CL 4 välillä.

6. Palkkioiden maksu

Tulot, joihin marketerilla on oikeus, kerätään ja siirretään marketerin määrittelemälle pankkitilille, kun marketeri on saavuttanut vähimmäisarvon **50 EUR** ja sillä on ollut vähintään **5 aktiivista asiakasta***. Kyseisen tuotantokuukauden tulojen maksupäivä näkyy latausalueella kohdassa "Tuotantopäivät" kirjautumisen jälkeen sisään osoitteessa www.lyconet.com.

Jos Lyconet tarjoaa marketereille muita vaihtoehtoisia menetelmiä tulojensa vastaanottamiseksi (pankktilille suoritettavan siirron lisäksi), ne näytetään osoitteessa www.lyconet.com. Tällöin marketeri voi valita haluamansa vaihtoehdon henkilökohtaisesta profiilistaan.

* Marketerin organisaation aktiivinen asiakas on Benefit Program-ohjelman jäsen seuraavaan marketeriin saakka, joka ei ole vielä allekirjoittanut Lyconet Marketing Agreement -sopimusta eikä siksi ole itse marketeri ja joka on myös käyttänyt vähintään 10 EUR myWorldissa ja / tai yhteistyöyrityksissä. Suoraan suositellut Marketerit sekä suoraan suositellut yhteistyöyritykset, jotka ovat myös Benefit Program -ohjelman jäseniä lasketaan myös aktiivisiksi asiakkaiksi, olettaen heidän tehneen yli 10 EUR ostoksen jossakin Cashback World -yhteistyöyrityksessä.