



مجموعة زين

سياسة معيار التسويق والاتصال المسؤول

الإصدار 1.0

مارس 2024

تمت الموافقة على سياسة معيار التسويق والاتصال المسؤول من قبل مجلس إدارة مجموعة زين في 6 مارس 2024



تؤكد سياسة معيار التسويق والاتصال
المسؤول على التزام زين بالممارسات
الشفافة والأخلاقية والشاملة، حيث
نضمن أن تتم أنشطتنا بعناية واحترام،
دون استغلال الفئات المهمشة و/أو
الضعيفة ضمن نطاق عملياتنا.

المبادئ الرئيسية

التواصل الشفاف

تتعهد شركة زين بتوفير معلومات واضحة ودقيقة ومفهومة في الاتصالات التسويقية، مع التركيز على تسويق المنتجات والخدمات بشكل مسؤول للأطفال، كما تلتزم بالتأكد من تمييز المحتوى الترويجي عن المواد غير الترويجية، والامتناع عن تقديم معلومات مبالغ فيها أو مضللة لعملائها.

أخلاقيات الإعلان

تلتزم زين بالقوانين واللوائح ومعايير الصناعة من خلال استخدام أداة MO-CRIA التابعة لليونيسف؛ وهي أداة التقييم الذاتي لتأثير حقوق الطفل لمشغلي شبكات الهاتف فيما يتعلق بالإعلان عن المنتجات والخدمات الموجهة للأطفال، مما يضمن أن المواد التسويقية للمنتجات والخدمات الموجهة للأطفال مناسبة لجميع الفئات العمرية، وتتجنب زين استغلال نقاط ضعف الأطفال، وتمتنع عن استخدام الأساليب الخادعة، كما تمتنع شركة زين عن استخدام أو الارتباط بأي محتوى مخالف للقصرين أو يشجع على الاعتداء على الأطفال.

تبني التسويق الشامل

تعمل المواد والحملات التسويقية لمجموعة زين على تعزيز التنوع والاشتمال، وتحدي الصور النمطية، وتجنب الممارسات التمييزية، إذ تلتزم المجموعة بعدم التعامل مع الجهات المشاركة في الإجراءات التمييزية.

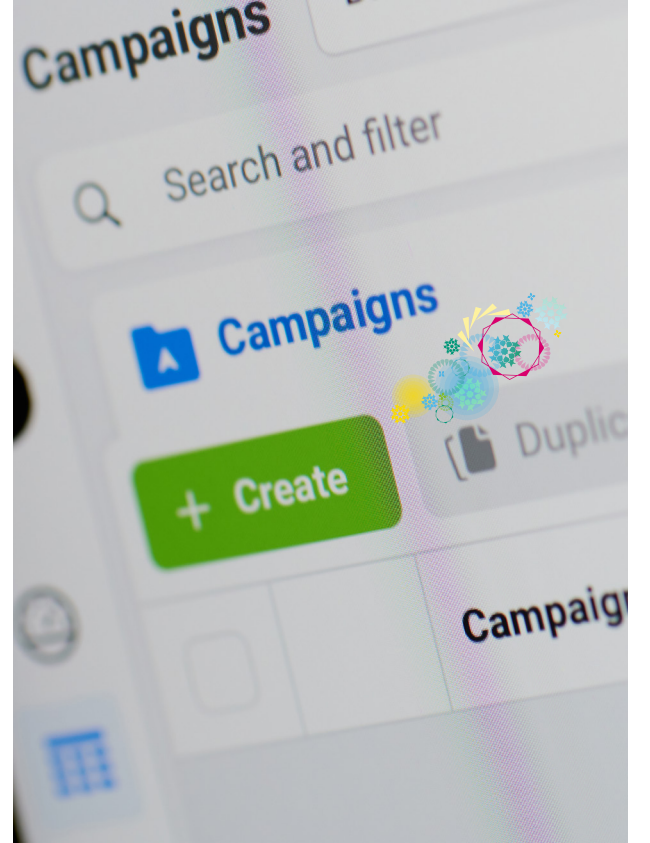
موافقة ومراقبة الوالدين والوصي

تحصل زين على موافقة الوالدين عند جمع المعلومات الشخصية من الأطفال، وتوفر تعليمات واضحة حول التحكم في مشاركة الطفل في الأنشطة التسويقية، وتضمن امتثال الحملات التي يشارك فيها الأطفال للقوانين المحلية وإعطاء الأولوية لسلامتهم.

يعكس معيار التسويق والاتصال المسؤول لدى مجموعة زين أن تتوافق ممارسات التسويق والاتصال لديها مع المبادئ الأخلاقية الشاملة والمسؤولة، ومن خلال الالتزام بهذه المبادئ، تهدف زين إلى خلق تأثيرات إيجابية على مجتمعاتها مع الحفاظ على الشفافية والمسؤولية والأخلاق والتنوع في جهودها التسويقية والإعلانية.

نحن نؤمن بأن التكيف والتطور المستمر هو المفتاح للحفاظ على أعلى مستويات التسويق المسؤول، بالتالي ضمان البقاء مستجيبين للمشهد المتغير باستمرار للاتصالات والتكنولوجيا.

حيثما تختلف أحكام المعيار مع أي من المتطلبات القانونية أو التنظيمية المعمول بها، فإن المتطلبات القانونية والتنظيمية المحلية تكون لها الأسبقية على أحكام المعيار، هذا يشمل جميع التعاريف القانونية والتنظيمية.



الرقابة

يغطي نطاق المعيار أقسام الاتصالات التجارية/التسويقية، والاتصالات المؤسسية، والعلامات التجارية في زين، ويمتد إلى جميع عمليات زين والشركات التابعة والموردين والكيانات الخاضعة لرقابة الإدارة، والأطراف الثالثة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر الوكالات، والمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، وشركاء الإعلان، والشبكات التابعة، وتحليلات البيانات، وشركات تكنولوجيا الإعلان التي تساهم في إنشاء محتوى واتصالات تحمل علامة زين التجارية.

إن إدارة الاستدامة في المجموعة هي الجهة المسؤولة عن هذا المعيار نيابة عن مجلس الإدارة، وهي مسؤولة عن مراقبة ومراجعة المعيار عند الحاجة، حيث يتم تقديم التعديلات المقترحة إلى مجلس الإدارة للموافقة عليها.

يتم تشجيع الأفراد على الإبلاغ عن انتهاكات هذا المعيار إلى إدارة الاستدامة في مجموعة زين على البريد الإلكتروني CS@Zain.com.

الاستخدام المسؤول للقنوات الرقمية

تعطي زين الأولوية لسلامة الأطفال في محتوى ومنصات التسويق الرقمي، وتلتزم بلوائح خصوصية البيانات الخاصة بها وتشجع الاستخدام المتوازن للتكنولوجيا بين الأطفال.

التعاون والشراكات الموجهة نحو الغاية

تسعى زين إلى إقامة شراكات مع الجهات والأفراد الذين يشاركونها التزامها بالتسويق المسؤول، وإجراء العناية الواجبة لضمان توافق الشركاء مع معايير الشفافية والأخلاق والمساواة.

