



라이프웨이브 정책 및 절차
라이프웨이브코리아 주식회사

대한민국

발효일: 2024년 1월 1일

목차

| | |
|---|-----------|
| 1. 라이프웨이브와 브랜드파트너 | 5 |
| 1.1 목적..... | 5 |
| 1.2 계약..... | 5 |
| 1.3 발효일..... | 5 |
| 1.4 글로벌·현지화..... | 5 |
| 1.5 라이프웨이브 윤리 강령..... | 5 |
| 1.6 기간 및 갱신..... | 6 |
| 1.7 브랜드파트너의 권리..... | 6 |
| 1.8 독립계약자..... | 6 |
| 1.9 회사의 정보 사용..... | 6 |
| 2. 용어 정의 | 6 |
| 3. 신청서 처리 및 계정 관리 | 7 |
| 3.1 등록..... | 8 |
| 3.2 변경 통지..... | 9 |
| 3.3 등록비..... | 9 |
| 3.4 수익권..... | 9 |
| 3.5 법인(자세한 내용은 A.6 참조)..... | 9 |
| 3.6 등록 후 계정에 개인 추가 또는 삭제..... | 10 |
| 3.7 공동 브랜드파트너의 탈퇴..... | 10 |
| 3.8 법인 유형 변경(자세한 내용은 A.6 참조)..... | 10 |
| 3.9 배우자(공동 브랜드파트너로서) 또는 소수 주주 회사가 포함된 양도..... | 11 |
| 3.10 브랜드파트너의 개인 상태 변경(자세한 내용은 A.5 참조)..... | 11 |
| 3.11 라이프웨이브 계정 양도(자세한 내용은 A.5 참조)..... | 12 |
| 3.12 양도 금지(자세한 내용은 A.5 참조)..... | 12 |
| 3.13 우선 거부권(자세한 내용은 A.5 참조)..... | 13 |
| 3.14 재신청 대기 규정..... | 13 |
| 3.15 활동 없음에 따른 해지..... | 13 |
| 4. 브랜드파트너 책임 및 사업 관행 | 14 |
| 4.1 윤리..... | 14 |
| 4.2 명칭 및 초상권 사용 허가..... | 14 |
| 4.3 독립계약자 지위..... | 14 |
| 4.4 공급업체, 벤더, 연구 파트너, 연구 시설, 과학 고문/파트너 등에 연락..... | 14 |
| 4.5 의료 시설 및 직원에게 연락..... | 15 |
| 4.6 기타 사업 기회 홍보에 대한 제한..... | 15 |
| 4.7 불공정 경쟁..... | 16 |
| 4.8 제품 주장..... | 16 |
| 4.9 수입, 라이프스타일, 기회 주장..... | 17 |
| 4.10 정부 보증에 대한 주장..... | 17 |
| 4.11 해외 판매 및 마케팅..... | 17 |
| 4.12 지적 재산권..... | 18 |
| 4.13 라이프웨이브 브랜드파트너 목록, 기밀 정보, 영업 비밀..... | 18 |
| 4.14 제품 판매..... | 20 |
| 4.15 박람회..... | 20 |
| 4.16 고객 대상 판매..... | 20 |
| 4.17 권장소비자가격..... | 21 |
| 4.18 대안적 판매 채널: 서비스 및 소매 시설..... | 21 |
| 4.19 기타 사업 관행..... | 21 |
| 5. 스폰서십 | 22 |
| 5.1 스폰서십..... | 22 |
| 5.2 고객 및 다른 라이프웨이브 브랜드파트너의 개인정보..... | 22 |

| | |
|---|-----------|
| 5.3 신청서 또는 주문서 보류..... | 22 |
| 5.4 라이프웨이브 다운라인 배치..... | 22 |
| 5.5 스폰서십 및 배치: 정정 및 변경..... | 23 |
| 5.6 기타 직접 판매자를 대상으로 하는 행위..... | 23 |
| 6. 제품 및 판매 자료 주문 | 24 |
| 6.1 제품 주문..... | 24 |
| 6.2 제품 주문 및 수령..... | 24 |
| 6.3 신용카드 구매..... | 25 |
| 6.4 월간 구독 주문(MSO)..... | 26 |
| 6.5 제품 관리 및 품질 관리..... | 26 |
| 6.6 라이프웨이브 보상 플랜 조작..... | 27 |
| 7. 광고 및 제품 표시 | 27 |
| 7.1 광고..... | 27 |
| 7.2 인터넷 및 웹사이트 광고..... | 28 |
| 7.3 기타 광고 매체..... | 28 |
| 7.4 인터넷 광고..... | 29 |
| 7.5 소셜 미디어..... | 30 |
| 8. 보상 및 혜택 | 30 |
| 8.1 보상 플랜..... | 30 |
| 8.2 자격..... | 31 |
| 8.3 수익 보장..... | 31 |
| 8.4 수당 산정 기간..... | 31 |
| 8.5 수당 지급..... | 31 |
| 8.6 미수령 수당..... | 31 |
| 9. 계정 탈퇴 및 해지 | 32 |
| 9.1 자발적 탈퇴..... | 32 |
| 9.2 기타 해지..... | 32 |
| 9.3 계약 위반..... | 32 |
| 9.4 계약 위반 구제..... | 32 |
| 9.5 해지 사유..... | 33 |
| 9.6 해지 이후 조직 변경..... | 35 |
| 10. 기타 | 35 |
| 10.1 계약..... | 35 |
| 10.2 기타..... | 36 |
| 부록 A: 대한민국 | 37 |
| A.1 부적절 행위의 신고(1.5.6 개정)..... | 37 |
| A.2 갱신(1.6.2 대체)..... | 37 |
| A.3 독립계약자(1.8 독립계약자 개정)..... | 37 |
| A.4 법적 연령 및 기타 참여 요건(3.1 및 3.1.3 개정)..... | 37 |
| A.5 계정 양도 금지(3.9 및 3.10 삭제(3.10.2, 3.11, 3.12, 3.13 제외))..... | 37 |
| A.6 개인만 해당(3.5, 3.8, 3.9.3.3 삭제)..... | 37 |
| A.7 박람회 반품(4.15.2 개정)..... | 37 |
| A.8 권장소비자가격(4.17 삭제)..... | 38 |
| A.9 70% 규정 및 이월 주문 해당 없음(6.1.3 및 6.1.4 삭제)..... | 38 |
| A.10 복구비..... | 38 |
| A.11 판매 홍보 및 스폰서 교육(7.1.3.2에 추가)..... | 38 |
| A.12 세금..... | 38 |
| A.13 분쟁..... | 38 |
| A.14 라이프웨이브..... | 38 |
| 부록 B: 반품 · 환불 · 교환 | 39 |

1. 라이프웨이브와 브랜드파트너

1.1 목적

라이프웨이브는 회사의 독립계약자인 “브랜드파트너”가 제품을 홍보하는 직접 판매 회사입니다. 아래 명시된 바에 따라 본 계약은 라이프웨이브와 그의 독립계약자인 브랜드파트너, 그리고 브랜드파트너와 소비자, 브랜드파트너들 간의 관계를 정의합니다.

1.2 계약

라이프웨이브는 이용 약관에서 회사라고 지칭하고 있으며, 여기서는 “라이프웨이브” 또는 “회사”라고 지칭합니다. 수시로 개정되는 **정책 및 절차**, 보상 플랜, 신청서(“이용 약관” 포함)는 통칭하여 “브랜드파트너 계약” 또는 “계약”이라고 하며, 브랜드파트너와 라이프웨이브 간 완전하고 구속력 있는 계약을 구성합니다. 각 브랜드파트너는 본 **정책 및 절차**의 가장 최신 버전을 읽고 이해하며, 준수하고 숙지하여 그에 따라 활동해야 할 책임이 있습니다.

1.3 발효일

본 **정책 및 절차**는 위에 기재된 일자를 발효일로 하며 이전 모든 버전을 대체합니다.

1.4 글로벌 · 현지화

본 **정책 및 절차**는 전 세계적으로 적용되는 것이며, 브랜드파트너로서 활동하는 것에 대한 글로벌 규정을 제시합니다. 따라서 브랜드파트너 거주 국가의 법률 또는 상관행(commercial practice)과는 다른 약관이나 개념을 명시하는 일부 조항이 있을 수 있습니다. 이러한 경우 부록에서 “**정책 및 절차**”의 약관을 개정하여 브랜드파트너 거주 국가의 법률과 상관행을 준수하도록 합니다. 또한 관련 조항을 브랜드파트너 거주 국가의 법률에서 허용하지 않는 경우, 해당 조항에는 브랜드파트너 거주 국가의 법률이 적용됩니다.

1.5 라이프웨이브 윤리 강령

1.5.1 분위기:

브랜드파트너는 인종, 성별, 연령, 사회 계층, 국적, 종교에 관계없이 라이프웨이브 사업 및 관련 활동을 수행하는 모든 사람에게 공정성, 관용, 존중을 보임으로써 팀워크, 사기, 공동체 정신을 함양하는 ‘긍정적인 분위기’를 조성해야 합니다.

1.5.2 의견 불일치:

브랜드파트너는 업라인 또는 다운라인과 의견 불일치 등 일반적인 비즈니스 문제가 발생하는 경우 재치나 요령, 정직, 기본 예의, 감성, 선의에 중점을 두어 해결하려고 노력해야 합니다. 브랜드파트너는 문제를 더 일으키거나 분열적 또는 적대적 사업 분위기를 만들지 않도록 주의를 기울여야 합니다.

1.5.3 정직성:

브랜드파트너는 항상 정직하고 진실해야 하며, 라이프웨이브, 그 직원, 제품, 영업, 마케팅 캠페인, 보상 플랜, 다른 브랜드파트너 또는 고객, 다른 사업체 또는 경쟁사를 비방하거나 부정적 또는 거짓이나 오해의 소지가 있는 진술을 하거나, 타인에게 부당하게 불쾌감을 주거나 오해의 소지가 있거나 다른 방식으로 영향을 미치거나 강요하는 진술을 해서는 안 됩니다.

1.5.4 제재:

브랜드파트너의 행위가 라이프웨이브, 그 사업, 다른 브랜드파트너 또는 다른 개인이나 법인에 부적절하거나 유해하거나 지장을 주거나 손해를 입힌다고 라이프웨이브가 판단하는 경우, 라이프웨이브는 해당 브랜드파트너에 대해 적절한 조치를 취할 수 있습니다.

1.5.5 법률 및 규정 준수

브랜드파트너는 라이프웨이브 계정 운영과 관련한 모든 법률 및 규정을 준수해야 합니다.

1.5.6 부적절 행위의 신고:

브랜드파트너는 불만이 있을 경우 일반적으로 업라인과 이야기하여 해결해야 합니다. 또한 브랜드파트너는 다른 브랜드파트너에 대한 불만이나 정책 및 절차 위반사항을 서면 또는 이메일(compliancekr@compliancekr.com)로 컴플라이언스(준법)부서(Member Success Department)에 제기하여 해당 불만에 수반되는 부정적 영향을 최소화합니다. 불만사항에는 위반을 한 브랜드파트너의 이름과 ID, 위반사항 내용, 가능 시 위반사항 증빙 자료(이메일, 메시지, 이미지 등)가 포함되어야 합니다(부록 A.1 참조).

1.6 기간 및 갱신

1.6.1 기간:

본 계약 기간은 1년이며 등록일에 시작됩니다.

1.6.2 갱신:

브랜드파트너는 계약 만료일까지 연간 갱신료를 지불하여 매년 1년 단위로 계약을 갱신할 수 있습니다. 갱신료를 현재 계약 만료일 기준으로 삼십(30) 일 내에 지불하지 않으면 계약은 해지됩니다. 또한 매년 브랜드파트너는 계정 백오피스에 접속하여 계약의 최신 약관에 재동의해야 합니다(부록 A.2의 해당 조항 개정 참조).

1.7 브랜드파트너의 권리

라이프웨이브가 브랜드파트너의 계약을 수락하고 나면, 브랜드파트너가 계약을 위반하지 않는 이상 브랜드파트너에게 계약의 혜택이 제공됩니다. 이러한 혜택에는 (a) 계약에 따라 라이프웨이브 제품을 판매할 권리, (b) 보상 플랜에 참여하고 자격이 되는 경우 커미션/수당 및 혜택을 받을 권리, (c) 다른 개인이 브랜드파트너가 되도록 후원할 권리, (d) 주기적으로 라이프웨이브 문서와 기타 라이프웨이브 연락을 받을 권리, (e) 라이프웨이브가 주최하는 지원, 서비스, 교육, 동기부여, 승급 행사(인정식 행사)에 참여할 권리(해당되고 법적으로 허용되는 경우 적절한 비용 지불 후), (d) 라이프웨이브가 주최하는 홍보 및 인센티브 대회나 프로그램에 참여할 권리가 포함됩니다.

1.8 독립계약자

브랜드파트너는 독립계약자이며 라이프웨이브의 직원 또는 대리인이 아닙니다. 자세한 내용은 부록 A.3을 참고하시기 바랍니다.

1.9 회사의 정보 사용

제출된 브랜드파트너 신청서를 라이프웨이브가 수락함으로써 브랜드파트너는 라이프웨이브, 그 계열사, 기타 관련 업체가 (a) 라이프웨이브의 사업 목적을 위해 브랜드파트너 신청서(수시로 개정)에 있는 정보를 처리 및 활용하고 (b) 현재 또는 향후 라이프웨이브가 이러한 브랜드파트너의 정보를, 수당, 신용카드, 주문 처리 및 마케팅, 운영, 홍보 활동 개선의 목적으로 브랜드파트너에게 정보를 제공하기 위해 수시로 거래하는 업체에 공개하는 것에 동의하게 됩니다. 브랜드파트너는 백오피스의 계정을 통해 개인정보에 접근하고 업데이트된 정보를 제출할 권리가 있습니다.

2. 용어 정의

본 정책 및 절차에 사용되는 용어 및 그 정의는 다음과 같습니다.

2.1 계정(Account)

계정이란 브랜드파트너의 스폰서를 정하는 라이프웨이브 네트워크 내 위치와 등록 트리 및 바이너리 조직도 내 위치를 의미합니다.

2.2 신청서(Application)(“이용 약관[Terms & Conditions]”이라고도 함)

신청서란 온라인 또는 인쇄물 “신청서”와 그 이용 약관을 의미합니다.

2.3 승인된 국가(Authorized Countries)

승인된 국가란 브랜드파트너가 제품을 판매하고 다운라인 조직을 구축하도록 허가를 받았다고 공식 발표된 국가를 의미합니다. 재판매 금지(NFR) 시장이 승인된 국가입니다.

2.4 바이너리 배치 조직도(Binary Placement Tree)

바이너리 배치 조직도란 신규 등록 브랜드파트너가 바이너리 배치 조직도에서 오른쪽 또는 왼쪽 하단에 배치되는 조직 구조를 의미합니다. 업라인에서 신규 브랜드파트너를 등록하는 경우, 신규 브랜드파트너는 양쪽 레그 중 선택된 위치의 하단에 배치되며, 이를 스피로버(spillover)라고 합니다. 또한 “바이너리 조직도”라고도 부릅니다.

2.5 보너스(Bonus) 및 수당(Commission)

보너스와 수당은 보상 플랜에 정의되어 있으며 “수당”라고 지칭합니다.

2.6 브랜드파트너(Brand Partner)

브랜드파트너란 계약에 동의하여 라이프웨이브 계정 신청에 성공하고 기타 모든 요건을 충족한 개인 또는 법인을 의미합니다.

2.7 거주 국가(Country of Residence)

거주 국가란 브랜드파트너가 등록된 국가와는 상관없이 브랜드파트너가 거주하는 국가를 의미합니다.

2.8 고객(Customer)

고객이란 브랜드파트너가 아니면서 라이프웨이브 제품을 구매한 자를 의미합니다.

2.9 추천 조직도(Enroller Tree)

등록자 조직도란 브랜드파트너가 신규 브랜드파트너를 스폰서십 라인에 등록하고, 신규 브랜드파트너가 본래 브랜드파트너의 등록자 조직도 일부로 포함되는 것을 의미합니다. 신규 브랜드파트너가 등록하는 추가 브랜드파트너도 본래 브랜드파트너의 등록자 조직도의 일부가 되며, 이와 같은 방식으로 계속 이어집니다.

2.10 라이프웨이브 네트워크(LifeWave Network)

라이프웨이브 네트워크란 라이프웨이브에 등록된 브랜드파트너 및 고객 계정의 개인 및 집단 구성을 의미합니다. 라이프웨이브 네트워크는 라이프웨이브, 브랜드파트너, 고객에게 허가된 사업 활동 및 목적을 위해서만 이용됩니다. 브랜드파트너는 라이프웨이브 네트워크에 대한 소유권이 없으며 이에 대한 그 어떤 권리나 청구를 포기합니다.

2.11 스폰서십 라인(Line of Sponsorship)

스폰서십 라인이란 브랜드파트너가 자신의 등록자 조직도에 개인적으로 신규 브랜드파트너를 등록시켜 스폰서십 네트워크에서 신규 연결고리를 만드는 것을 의미합니다. 스폰서십 라인은 이후 신규 브랜드파트너가 다른 브랜드파트너를 등록할 수록 커집니다. 브랜드파트너가 만들 수 있는 스폰서십 라인의 수에는 제한이 없습니다.

2.12 우회 금지(Non-circumvention)

우회 금지란 3.6.1.2 기술과 같이 5.5의 스폰서 규정의 변경 또는 3.14의 대기 규정을 피하거나 우회하려는 시도를 의미합니다.

2.13 재판매 금지 (Not-For-Resale, NFR)

재판매 금지는 4.11.2에 설명되어 있습니다.

2.14 스폰서(Sponsor)

스폰서란 신규 개인 또는 업체를 모집하여 브랜드파트너로 만든 브랜드파트너를 의미합니다. 신규 브랜드파트너는 등록 시 본래 브랜드파트너의 계정에 배치됩니다.

2.15 업라인(Upline)

업라인이란 신규 브랜드파트너가 등록한 등록자 조직도가 브랜드파트너의 스폰서에서 시작하여 각 후속 브랜드파트너의 스폰서를 통해 계속 이어지는 조직 구조입니다.

3. 신청서 처리 및 계정 관리

3.1 등록

브랜드파트너가 되기 위해 신청자는 (a) 개인인 경우 19세 이상(또는 등록 국가의 최소 연령), 법인인 경우 등록 사업 관할구역에서 적법하게 등록되어 유효하게 존속하여야 하며, (b) 거주 국가에서 직접 판매가 가능하도록 허가를 받은 상태여야 하고, (c) 정부에서 발급한 유효한 신분증 번호(예: 여권, 세금 ID 등)를 제공하고, (d) 회사의 승인을 득한, 고유 이메일 주소와 전화번호가 적힌 적법하게 완료된 계약서(전자 또는 하드카피)를 제출하고, (e) 법으로 금지하지 않는 한 스타터 키트를 구매해야 합니다(추가 요건은 부록 A.4 참조).

3.1.1 철회:

라이프웨이브는 허위 정보가 기재되거나 보상 플랜의 조작을 목적으로 제출된 신청서를 철회하거나 무효화시킬 권리를 가집니다.

3.1.2 잘못된 정보:

신청자 또는 브랜드파트너가 신청서, 양도 요청서/공동신청자 추가 양식, 회사 정보 양식, 수당 승인 양식, 스폰서 승인 양식 또는 스폰서 수정 양식에 잘못된 정보(서명 포함)를 제공하는 경우나 잘못 또는 거짓 진술한 개인정보, 사업정보, 또는 신원을 회사에 제공하는 경우, 회사는 신청서를 거부하거나 계정을 해지할 수 있습니다.

3.1.3 미성년자 및 금지산자:

거주 관할구역에서 미성년으로 인정되는 자는 브랜드파트너가 될 수 없습니다. 관할구역 대부분에서는 계약 최소 연령을 만18세로 정하고 있습니다. 브랜드파트너는 미성년자 또는 계약을 법적으로 체결할 능력이 없는 자를 등록하거나 모집할 수 없습니다.

3.1.4 전자 등록:

3.1.4.1 서명 및 동의

라이프웨이브와의 브랜드파트너 관계의 일환으로 회사는 전자 또는 백오피스를 통해 계정을 효과적으로 관리하기 위해 브랜드파트너가 모든 정보를 갖추기를 원합니다. 라이프웨이브는 전자 정보 제공에 대한 브랜드파트너의 사전 동의를 요구합니다. 브랜드파트너는 전자 등록 시 사전 동의를 하게 되며, 3.1.4에 명시된 약관 외에도 전자 기록 및 서명의 사용에 동의하게 됩니다.

3.1.4.2 계약 및 전자 기록

브랜드파트너 및 라이프웨이브 간 전체 계약은 본 문서에서 설명한 대로 “전자 기록”으로 보관됩니다. 브랜드파트너는 이용 약관, 정책 및 절차, 보상 플랜에 동의한다는 점을 전자 형식으로 인정합니다.

3.1.4.3 양식 및 거래

브랜드파트너가 계정을 운영할 때 제품 주문 및 서비스는 전자 형식으로 이루어집니다. 브랜드파트너 계약 외에도 브랜드파트너가 서명하는 양식과 라이프웨이브가 브랜드파트너에 보내는 연락도 전자 양식으로 이루어질 수 있습니다. 이 모두는 전자 기록에 포함됩니다. 라이프웨이브도 전자 서명을 사용하고 거래의 일환으로 브랜드파트너로부터 전자 서명을 받을 수 있습니다.

3.1.4.4 전달

전자 기록은 다양한 디지털 채널을 통해 여러 형식으로 전달될 수 있습니다. 주요 디지털 채널에는 이메일, SMS 메시지, FTP, SFTP, 클라우드 기반 파일 스토리지, 팩스 등이 있습니다. 전자 기록은 백오피스 온라인 또는 모바일 앱으로 접근할 수 있습니다.

3.1.4.5 장비 및 소프트웨어

전자 기록에 접근하기 위해 브랜드파트너는 모뎀, WiFi 또는 기타 인터넷 접속 장치가 있는 개인용 컴퓨터(“PC”), 인터넷 브라우저 운영 소프트웨어(예: Microsoft Edge, Internet Explorer, Google Chrome), Adobe Acrobat Reader 또는 기타 휴대용 문서 파일 리더 등의 하드웨어와 소프트웨어가 필요합니다. 라이프웨이브는 약관을 확인하는 데 필요한 장비 또는 소프트웨어 요건에 변경사항이 생길 경우 브랜드파트너에 알리고 장비 또는 소프트웨어의 개정 목록을 제시합니다. 이 경우 브랜드파트너는 동의를 철회할 수 있습니다.

3.1.4.6 동의 철회

브랜드파트너는 전자 기록 사용에 대한 동의를 언제든지 철회할 수 있습니다. 하지만 브랜드파트너 계약은 동의 철회 후 자동으로 해지됩니다. 동의 철회(그로 인한 브랜드파트너 계약 해지) 또는 개인정보 업데이트를 위해 브랜드파트너는 customerservicekr@lifewave.com으로 서면 통지를 보냅니다.

3.2 변경 통지

브랜드파트너는 브랜드파트너 신청서 및 브랜드파트너 계정 정보 관련 후속 정보의 정확성에 영향을 미치는 변경사항은 회사에 알릴 책임이 있습니다.

3.3 등록비

등록비에는 스타터 키트 구매가 포함되어, 등록비를 낸 브랜드파트너는 백오피스 계정에 접속하여 라이프웨이브 사업을 관리할 수 있습니다. 등록비를 내면 회사의 디지털 마케팅 자산에 접근하여 이를 이용할 수 있습니다. 등록비 외에 라이프웨이브 제품을 구매하거나 브랜드파트너가 되기 위해 지불하는 요금이나 비용은 따로 없습니다.

3.4 수익권

3.4.1 단일 계정:

브랜드파트너는 단일한 *하/나*의 계정에만 수익권을 가질 수 있습니다. “수익권”이란 타인의 라이프웨이브 계정을 관리하거나 참여하는 데서 발생하는 이익을 관리하고 통제하고 소유하고 취득하거나 그 이익의 일부가 되는 권리를 의미합니다. 다시 말해, 동일 가구의 브랜드파트너와 법인 주요 구성원, 즉 법인의 파트너와 주요 구성원들은 두 개 이상의 계정에서 수익권을 가질 수 없습니다.

3.4.1.1 수익권의 증빙

수익권의 증빙에는 동일한 결제 수단, 은행 계좌, 계좌 세부사항(이메일, 전화번호, 청구 및 배송 주소, 수당 결제 채널 등)이 있습니다.

3.4.1.2 가구

가구란 동일한 주소에서 거주하거나 사업을 운영하는 모든 개인 및/또는 결혼, 동거 관계로 연관된 모든 개인, 또는 가족 단위나 가족과 같은 환경에서 같이 거주하는 모든 개인을 의미합니다. 본 *정책 및 절차*의 발효일 전에 결혼한 배우자 등 특정 상황의 경우 예외가 허용될 수 있습니다. 주소가 동일한 모든 브랜드파트너는 동일한 스폰서십 라인 내에 있어야 합니다. 동일한 주소에 거주하는 다세대 가족은 3.4.1.1의 별도 증빙에 따라 별도 계정으로 운영해야 합니다.

3.4.2 가구 브랜드파트너의 귀속 조치:

브랜드파트너의 가구 중 개인 누구라도 브랜드파트너의 수행이 곧 본 계약 조항의 위반과도 같은 활동을 하는 경우, 해당 활동은 본 정책의 위반으로 간주될 수 있으며 해당 브랜드파트너(계정 소유자)는 그 활동에 대해 책임을 져야 할 수 있습니다. 라이프웨이브는 *정책 및 절차*에 있어 올바른 관행이 확립되도록 공정하고 정직하게 조사할 것이며, 해당 브랜드파트너에게 본 *정책 및 절차*에 따라 징계 조치를 취할 수 있습니다.

3.5 법인(자세한 내용은 A.6 참조)

3.5.1 상태 증명:

법인(유한책임회사, 파트너십 등)은 백오피스의 “회사 정보 양식”을 구해 작성한 다음 제출해야 하며 그 안에 목록으로 제시된 회사 문서를 제출해야 합니다. 예를 들어, 주 또는 국가의 공식 등기부등본에는 법인의 등록과 유효한 존속이 표시되어 있어야 합니다. 문서에는 법인명, 법인 등록 또는 세금 번호가 있어야 합니다. 브랜드파트너는 각 주요 구성원(주주, 이사, 임원, 파트너 등)의 이름, 주소, 정부 ID와 수당 지급을 위한 법인 명의의 은행 계좌를 제공해야 합니다.

3.5.2 신탁:

신탁 신청서에는 신탁의 관리자 또는 수탁자를 확인하는 서명을 한 서한이 포함되어야 합니다.

3.5.3 개인 사업자 및 기타 법인:

서명을 한 소유권 명세서나 사본 또는 관련 세금 당국의 기타 적절한 문서와 세금 식별 정보를 제출할 시, 고유한 납세자 식별 번호(TIN)가 있는 개인 사업자 및 등기 DBA(사업체명)가 필요할 수 있습니다. 주요 관련 구성원 또는 브랜드파트너는 자신의 이름, 주소, 납세/정부 ID 번호를 공개해야 합니다. 각 주요 구성원 및/또는 브랜드파트너는 다른 라이프웨이브 브랜드파트너 지위에 수익권을 갖고 있어서는 안 됩니다.

3.5.4 법인 등록 양식:

브랜드파트너가 되고자 신청하는 모든 법인은 컴플라이언스(준법)부서에 “회사 정보 양식”(백오피스에 있는 양식)을 제출해야 합니다. 해당 양식을 등록일 기준 이십일(21) 일 이내에 제출하지 않으면, 라이프웨이브는 적법하게 작성된 “법인 등록 양식”이 제출될 때까지 라이프웨이브가 브랜드파트너에 지불해야 하는 모든 보상을 보류할 권한에 따라 보류를 진행합니다. 각 브랜드파트너는 사업 운영에서 사용하는 법인 유형의 모든 변경사항을 라이프웨이브에 즉시 통지해야 합니다.

3.5.5 또 다른 라이프웨이브 계정의 수익권:

주요 구성원은 또 다른 라이프웨이브 계정에 대한 수익권을 보유할 수 없습니다. 3.4를 참조하시기 바랍니다.

3.6 등록 후 계정에 개인 추가 또는 삭제

3.6.1 배우자가 아닌 신규 브랜드파트너 추가:

배우자 또는 동거자가 아닌 개인을 기존 라이프웨이브 계정에 추가하려 할 때 브랜드파트너는 “양도 요청서/공동신청자 추가 양식”(백오피스에 있는 양식)을 작성하여 컴플라이언스(준법)부서에 제출해야 합니다. 라이프웨이브는 누구든 계정에 추가하기 전 먼저 정보 검증을 실시합니다.

3.6.1.1 요청 거절

공동신청자가 다른 브랜드파트너십에 수익권이 있거나 3.14의 대기 요건에 해당되는 경우 요청은 불허됩니다.

3.6.1.2 우회 금지

3.6.1 및 5.5의 우회를 막기 위해 공동신청자가 추가된 이후에도 본래 신청자가 본래 계약의 당사자여야 합니다. 하지만 본래 브랜드파트너가 라이프웨이브와의 관계를 해지하고자 할 경우, 공동 브랜드파트너는 “양도 요청서/공동신청자 추가 양식”(백오피스에 있음)을 제출하고 3.14를 준수해야 합니다. 이를 어길 시 라이프웨이브는 본래 브랜드파트너를 철회한 후 계약을 해지할 수 있습니다.

3.6.1.3 주요 구성원 신규 추가

법인은 주요 구성원 신규 추가 시 3.11의 양도 요건을 준수해야 합니다.

3.6.1.4 브랜드파트너십 상태 변경

개인 브랜드파트너에서 동일 스폰서하의 법인, 파트너십 또는 신たく으로 상태를 변경하려는 브랜드파트너는 먼저 라이프웨이브의 사전 서면 승인을 받아야 합니다.

3.7 공동 브랜드파트너의 탈퇴

공동 브랜드파트너가 계정에서 탈퇴하고 라이프웨이브와의 관계를 해지하고자 할 경우, 회사는 탈퇴하는 브랜드파트너에게 “공동 브랜드파트너 삭제 요청 양식”을 작성하고, 신규 계약에 나머지 브랜드파트너의 정보와 서명만 남길 것을 요구하게 됩니다. 또한 탈퇴하는 공동 브랜드파트너는 3.14의 대기 요건을 따라야 합니다.

3.8 법인 유형 변경(자세한 내용은 A.6 참조)

법인으로서 다른 법인 유형으로 변경하고자 하는 브랜드파트너는 법인의 수익권이 변경하지 않는 경우에 유형을 변경할 수 있습니다. 이전 법인의 모든 수익권 보유자는 공증 또는 기타 인증 서명 방식으로 변경에 합의했다는 점을 확인해야 합니다. 또한 신규 법인은 해당 계약 및 라이프웨이브와 있을 수 있는 모든 기존 책임을 승계한다는 모든 신규 법인의 공증과 함께 브랜드파트너 계약 개정본을 제출해야 합니다. 이전 법인의 구성원은 라이프웨이브에 대한 채무 또는 기타 의무에 대해 공동 및 개별 책임이 있습니다.

3.9 배우자(공동 브랜드파트너로서) 또는 소수 주주 회사가 포함된 양도

3.9.1 개인:

개인 브랜드파트너는 수익권(및 해당 시 배우자의 수익권)을 배우자 한 명 또는 두 명이 백 퍼센트(100%) 소유한 법인에 양도할 수 있습니다. (예시: A는 한 계정의 유일한 명의입니다. A는 본인(및 아내)이 XYZ, LLC의 유일한 소유자인 경우 자신의 권리를 XYZ, LLC에 양도할 수 있습니다.

3.9.2 회사(자세한 내용은 A.6 참조):

법인이며 개인 및/또는 배우자가 백 퍼센트(100%) 소유한 브랜드파트너는 그 수익권을 해당 개인 및/또는 배우자에게 양도할 수 있습니다. 예시: A는 XYZ, Inc를 백 퍼센트(100%) 소유하고 있습니다. 계정은 XYZ, Inc 명의이며, XYZ, Inc는 수익권을 A(및 계정이 같은 A의 배우자)에게 양도할 수 있습니다.

3.9.3 양도 요건:

양도를 하기 위해 브랜드파트너는 신청서 개정본을 포함해 다음을 제출해야 합니다.

3.9.3.1 배우자 추가

배우자를 추가하는 경우, “양도 요청서/공동신청자 추가 양식” 및 혼인 증명서 사본

3.9.3.2 배우자 삭제

배우자를 삭제하는 경우, 삭제를 승인하는, 두 배우자의 서명이 담긴 공증 “공동 브랜드파트너 삭제 요청 양식”

3.9.3.3 법인 양도

법인에 양도하는 경우, “양도 요청서/공동신청자 추가 양식” 및 해당 조직의 국가로부터 받은 법인 유효登記 증명서와 모든 수익권 보유자와 관리를 보여주는 현장 사본(자세한 내용은 A.5 참조)

3.9.3.4 법인을 개인(및 배우자)에 양도

법인을 개인 및/또는 배우자에게 양도하는 경우, “양도 요청서/공동신청자 추가 양식” 및 승인 진술서는 법인의 임원 또는 이사가 서명하고 해당 개인(및 해당 시 배우자)이 서명해야 합니다.

3.10 브랜드파트너의 개인 상태 변경(자세한 내용은 A.5 참조)

3.10.1 이혼 및 법인 해산:

계정을 공유하는 기혼(동거) 브랜드파트너가 이혼하거나(헤어지거나) 라이프웨이브 계정을 보유한 법인이 해산하는 경우, 라이프웨이브는 해당 계정을 본래 합의된 브랜드파트너 신청서에 따라 계속 취급하게 됩니다. 단, 다르게 취급하는 경우는 라이프웨이브가 결혼 또는 법인과 관련한 모든 당사자들의 서명과 공증을 받은 계약서를 득하거나 법원 명령을 받았을 때입니다. 라이프웨이브는 수당 분할 지급을 하지 않습니다.

3.10.1.1 대기 요건

공동 브랜드파트너였던 이전 배우자(동거자)에게는 재신청의 경우 3.14의 대기 요건이 적용됩니다. 라이프웨이브는 재량에 따라 대기 기간 일부 또는 전부를 면제할 수 있습니다.

3.10.2 사망:

브랜드파트너 사망 시, 계약 및 계약에 따른 브랜드파트너의 권리는 상속인이 브랜드파트너로서 자격을 갖춘 이상 법에 따라 합법적인 상속인에게 승계됩니다. 하지만 라이프웨이브는 상속인이 양도 요청서/공동신청자 추가 양식을 작성하여 제출할 때까지 그리고 새 소유권을 반영하는 신청서와 공식 사망 증명서, 합법적 상속인을 지정하는 합법적 유서, 신탁 또는 법원 명령의 사본을 제출할 때까지 이러한 양도를 허용하지 않습니다. 양도가 적절하다는 것이 충족되면 라이프웨이브는 해당 계정을 상속인에게 양도하게 되며, 이후 승계인은 다른 브랜드파트너처럼 모든 권리를 누리는 동시에 의무를 지게 됩니다.

3.10.2.1 지급

본 항에 따라 양도된 라이프웨이브 계정의 수당 지급은 승계인에게 단일 지급으로 이루어집니다.

3.10.2.2 공동상속인

계정이 둘 이상의 상속인에게 상속되는 경우, 해당 상속인들은 공동신청자가 되거나 법인을 형성하며 3.5.4에 따라 업체에 요구되는 문서를 제출해야 합니다.

3.10.2.3 기존 브랜드파트너

상속인이 기존 브랜드파트너인 경우, 라이프웨이브는 현재 계정과 상속받은 지위를 최대 6개월 동안 유지할 수 있도록 허용합니다. 6개월의 기간이 끝나기 전까지 브랜드파트너는 기존 지위 또는 상속받은 지위를 해지하거나 다른 방식으로 양도해야 합니다.

3.10.3 금치산자:

브랜드파트너가 금치산자가 되어 계정 운영이 불가능한 경우, 라이프웨이브는 브랜드파트너의 지정된 대리인이 금치산 기간 동안 계정을 운영하는 것을 인정합니다. 이를 위해 지정된 대리인은 브랜드파트너의 금치산 상태에 대해 만족할 만한 증거와 금치산자가 된 브랜드파트너를 대리하는 자신의 권한에 대한 만족할 만한 증거(예: 지속 또는 비상 위임장 또는 법원 명령)를 제시해야 하며, 이는 허위가 없고 회사의 합법성을 검증할 수 있는 것이어야 합니다.

3.11 라이프웨이브 계정 양도(자세한 내용은 A.5 참조)

3.11.1 승인 필수:

계정은 라이프웨이브 사업의 중요한 요소이며 회사가 소유한 보호 대상 독점 자산입니다. 계정 양도에 대한 승인을 얻기 위해서 매도자와 매입자는 (a) 매도자와 매입자 간 서명을 한 완전한 매매 계약서, (b) 매입자가 작성하고 서명한 브랜드파트너 신청서 및 계약서, (c) 작성 완료한 계정 양도 양식을 회원승인부서에 제출하여 검토와 승인을 받아야 합니다. 라이프웨이브는 매도자와 매입자 간 거래를 분석하는 데 필요한 문서를 추가로 요청할 수 있습니다. 컴플라이언스(준법)부서는 당사자로부터 필요한 모든 문서를 수령한 후 단독 및 절대 재량으로 매도, 양도 또는 이관을 승인하거나 거절합니다.

3.11.2 추가 요건:

3.11.2.1 매도 브랜드파트너 계정에 대한 지급

매도 브랜드파트너 계정은 관리자급 이상에서 지급되며 유효하게 존속하고 약관을 위반하지 않아야 합니다.

3.11.2.2 잠재 매입자의 선의의 제안

매도 브랜드파트너는 잠재 매입자로부터 선의의 제안을 받아야 하며 여기에는 3.13 조항이 적용됩니다.

3.11.2.3 매입자 자격

매입자는 브랜드파트너가 될 자격을 충족해야 합니다.

3.11.2.4 매도 당사자의 채무 의무

양도가 마무리되고 라이프웨이브가 승인하기 전 라이프웨이브와의 매도 당사자의 채무 의무는 해소되어야 합니다.

3.12 양도 금지(자세한 내용은 A.5 참조)

3.12.1 스폰서십 라인의 변경:

양도로 인해 스폰서십 라인이 변경되는 경우 양도는 금지됩니다.

3.12.2 대기 기간 내에 있는 이전 브랜드파트너에게 양도:

3.14의 대기 기간이 적용되는 이전 브랜드파트너에게 양도하려는 경우 이 양도는 금지됩니다.

3.12.3 우회 및 조작:

양도에 합리적인 이유가 없거나 라이프웨이브의 프로그램, 보상 플랜, 정책 또는 본 문서의 요건을 우회하거나 조작하려는 것으로 보이는 경우 양도는 금지됩니다.

3.12.4 별도 계정으로의 양도 및 소유권 확보:

브랜드파트너가 계정을 양도하는 동시에 별도의 계정으로 이관되고 소유권이 확보되는 경우 양도는 금지됩니다. 이 경우 양도는 무효처리되며 브랜드파트너는 탈퇴한 것으로 간주되고 해당 계정은 해지됩니다.

3.12.5 브랜드파트너의 또 다른 직접 판매 회사 입사:

매도 브랜드파트너가 또 다른 직접 판매 회사에 입사하여 양도를 함으로써 계정 수익을 보존하려는 경우 양도는 금지됩니다. 이 경우 양도는 무효처리되며 계정은 해지됩니다.

3.12.6 잠재 브랜드파트너 모집 수단:

브랜드파트너가 자신의 지위를 새 브랜드파트너를 모집하는 수단으로 사용하고 있는 경우 양도는 금지됩니다. 즉, 브랜드파트너는 다운라인에서 누군가를 유치하고 설득하는 수단으로 또는 그 밖의 목적을 위해 자신의 지위를 홍보, 판매, 또는 제안할 수 없습니다. 이 같은 행위는 “끼워넣기(slotting)” 또는 네트워크 조작입니다. 이러한 행위나 비슷한 행위를 한 자는 본 정책을 위반한 것으로 간주되며 9.4 조항이 적용됩니다.

3.13 우선 거부권(자세한 내용은 A.5 참조)

계정 소유권에 대한 매도 또는 양도 제안은 모두 본 문서에 설명된 우선 거부권의 대상이 됩니다. 단, 우선 거부권은 3.8, 3.9, 3.10의 양도에는 적용되지 않습니다.

3.13.1 절차:

브랜드파트너가 브랜드파트너십의 수익권을 매입하겠다는 선의의 제안(본 문서에 정의된 바와 같이)을 받은 경우, 브랜드파트너는 먼저 선의의 제안의 동일한 약관으로 라이프웨이브에 이러한 수익권을 매도하겠다고 제안해야 합니다. 브랜드파트너는 선의의 제안을 서면으로 라이프웨이브에 제공해야 하며 라이프웨이브는 영업일 기준 십오(15)일 내에 해당 제안을 수락할 수 있습니다. “선의의 제안”이란 브랜드파트너가 아닌 자가 계정 권리와 의무를 매입하겠다는 공정 서면 제안으로서, 라이프웨이브는 단독 재량으로 이를 적절한 제안인지 판단합니다. 적절한 제안의 증거에는 에스스로 계좌에 예치된 현금 또는 유가증권, 대출 약정의 증거, 해당 계정 권리 및 의무를 매입할 목적으로만 취한 기타 실질적인 조치가 포함되지만 이에 국한되지 않습니다.

3.13.2 후속 선의의 제안:

본 항은 브랜드파트너가 수령하는 각 신규 선의의 제안에 적용됩니다.

3.13.3 무효화 가능 매도, 의무 승계:

매도자가 라이프웨이브에 대한 제안과는 다른 약관으로 계정을 양도하거나 양도하려 하는 경우, 이러한 거래는 라이프웨이브의 선택에 따라 무효화될 수 있습니다. 또한, 당사자들이 거래와 관련해 라이프웨이브의 승인을 받지 못한 경우, 라이프웨이브는 거래를 인정하지 않을 수 있습니다.

3.14 재신청 대기 규정

3.14.1 대기 기간:

모든 브랜드파트너의 스폰서십 라인을 유지하기 위하여 브랜드파트너가 계정을 취소, 해지 또는 탈퇴하거나 해당 계정이 비자발적으로 해지되는 경우, 해당 브랜드파트너는 육(6)개월 후 브랜드파트너 가입 재신청을 할 수 있습니다.

3.14.2 대기 기간 재설정:

브랜드파트너가 대기 기간 동안 신규 사업을 시작하려는 것처럼 보이는 행위를 할 경우 대기 기간은 그 행위를 한 날로부터 다시 설정됩니다. 이러한 행위로는 회의 참석, 모집, 기회나 제품 홍보가 포함되며 이에 국한되지 않습니다.

3.15 활동 없음에 따른 해지

브랜드파트너의 계정이 십이(12)개월 연속으로 활동이 없을 경우, 회사는 해당 계정을 해지할 수 있습니다. ‘활동 없음’이란 해당 기간 동안 브랜드파트너의 구매, 스폰서 또는 수당 획득이 없는 것을 의미합니다.

4. 브랜드파트너 책임 및 사업 관행

4.1 윤리

브랜드파트너는 1.5 라이프웨이브 윤리 강령 준수에 동의합니다.

4.1.1 비윤리적 행위의 신고:

다른 브랜드파트너의 정책 위반을 목격한 브랜드파트너는 컴플라이언스(준법)부서(compliancekr@lifewave.com)에 해당 위반에 대한 서면 신고서를 제출해야 합니다. 제출하는 이메일에는 브랜드파트너의 이름과 사용자 ID가 기재되어 있어야 합니다. 익명으로 제기하는 불만사항은 어떠한 경우에도 접수되지 않습니다. 불만 제기자와 정책 위반자로 지명된 당사자 모두에게서 서면 문건을 받아야 하기 때문에 전화, 문자, 대면/비서면 대화 또한 접수되지 않습니다. 일자, 발생 횟수, 관련인, 목격자, 기타 증빙 문건 등 사건의 구체적 사항이 신고서에 기재되어야 합니다. 의도적이거나 무분별한 허위 정보, 특히 브랜드파트너, 고객 또는 직원을 비방하거나 이들에게 해를 입히려는 목적으로 정보를 제출하는 것은 본 약관의 조건을 위반하는 것으로 간주되며, 라이프웨이브는 이러한 제출을 한 브랜드파트너에게 제재를 가할 수 있습니다.

4.1.2 부정적 또는 비방 발언 및 활동:

브랜드파트너 및/또는 고객이 언제, 어떠한 방식으로든 매체를 불문하고 라이프웨이브, 그 임원, 이사, 직원, 파트너, 브랜드파트너, 고객, 제품, 기회, 보상 플랜 또는 제3자 법인(경쟁사 포함)에 대해 부정적 비방, 부적절한 폄하 발언, 오해의 소지가 있는 거짓된 의견이나 주장 등을 하는 것은 엄격히 금지됩니다. 이러한 행위는 본 정책 및 절차의 중대한 위반에 해당하는 것으로, 비자발적 해지를 포함하여(이에 국한되지 않음) 라이프웨이브가 적절하다고 판단하는 제재의 대상이 될 수 있습니다.

4.1.3 괴롭힘, 학대, 협박, 위협 또는 폭력:

또한 브랜드파트너가 다른 개인이나 법인(라이프웨이브 및 그의 임원, 이사, 직원, 브랜드파트너, 고객 등)에 대해 괴롭힘, 학대, 협박, 위협 또는 폭력을 가하는 행위는 엄격히 금지됩니다. 라이프웨이브와 관련하여 부적절한 강압이나 강제력(예: 모든 형태의 갈취 또는 유사한 수법)의 사용, 호의, 계약, 요청, 접근(신체적, 성적 또는 기타)은 용인되지 않으며, 이는 계약 해지 및/또는 가능한 법적 대응을 초래할 수 있습니다.

4.1.4 다른 브랜드파트너의 개인정보:

브랜드파트너는 ID, 주소, 전화번호 등 다른 브랜드파트너의 개인정보를 기밀로 취급하며, 계약 및 법률에 따라 라이프웨이브의 사업과 관련한 목적 이외의 용도로는 사용하지 않습니다.

4.2 명칭 및 초상권 사용 허가

계약이 체결되면 브랜드파트너는 라이프웨이브, 그 계열사 및 대리인에게 자신의 이름, 사진, 초상, 음성, 개인 이야기, 전기적 세부정보 및 기타 관련 정보(통칭하여 “초상”이라 함)를 마케팅 및 교육 목적으로 사용, 기록, 사진 촬영, 게시, 복사, 홍보, 편집 및 판매할 수 있는 완전하고 지속적인 권한을 부여합니다. 이는 인쇄물, 라디오, 텔레비전 방송(케이블 및 위성 방송 포함), 오디오, 인터넷 동영상 또는 기타 매체 등 마케팅, 홍보, 광고, 교육 자료(“홍보 자료”) 등 다양한 형식으로 이루어질 수 있습니다. 라이프웨이브는 브랜드파트너에게 지불하지 않고 이러한 초상을 원하는 만큼 원하는 방식으로 영구적으로 사용할 수 있습니다. 브랜드파트너는 초상을 포함하거나 동반한 홍보 자료의 검사 및 승인의 권리를 포기합니다. 또한 브랜드파트너는 라이프웨이브에 사생활 침해, 지명도 침해, 명예훼손 청구 및 기타 법정 청구를 포함하나 이에 국한되지 않는, 초상의 사용으로 인해 발생할 수 있는 책임 또는 의무가 면제됩니다. 브랜드파트너는 라이프웨이브에서 서면 통지를 하여 미공개 초상의 사용에 대한 허가를 철회할 수 있습니다. 브랜드파트너는 추천 등 브랜드파트너가 제공한 정보가 거짓이 없고 정확하다는 점에 동의합니다.

4.3 독립계약자 지위

브랜드파트너는 독립계약자이며, 회사의 직원이 아닙니다. 추가 약관은 부록 A.3을 참조하시기 바랍니다.

4.4 공급업체, 벤더, 연구 파트너, 연구 시설, 과학 고문/파트너 등에 연락

브랜드파트너는 회사의 사전 서면 동의를 받지 않고 직간접적으로 라이프웨이브 공급업체, 벤더, 연구 파트너나 연구 시설, 과학 고문, 관련 대학/연구소 또는 기타 라이프웨이브 파트너 또는 컨설턴트에게 연락하거나 정보 제공을 요청하여서는 안됩니다.

4.5 의료 시설 및 직원에게 연락

브랜드파트너는 이전의 직무 관계가 있는 경우를 제외하고 등록 및 제품 판매의 목적으로 병원, 의원 또는 해당 시설의 인력 충원을 하는 의료 전문가에게 라이프웨이브 제품 판매를 목적으로 연락이나 유도 하여서는 안됩니다. 이 정책을 위반하는 브랜드파트너의 계정은 즉시 해지됩니다.

4.6 기타 사업 기회 홍보에 대한 제한

4.6.1 참여/경업 금지:

브랜드파트너는 기타 직접 판매, 다단계, 네트워크 마케팅 또는 관계 마케팅 사업 벤처 또는 마케팅 기회에 참여할 수 있습니다. 하지만 본 계약 기간 동안 브랜드파트너는 해당 브랜드파트너가 직접 후원하지 않는 브랜드파트너나 고객을 기타 직접 판매 또는 네트워크 마케팅 사업에 후원하거나 모집하는 것이 금지됩니다.

4.6.2 별도 운영:

브랜드파트너가 다른 회사의 직접 판매자인 경우 브랜드파트너는 라이프웨이브 사업이 기타 직접 판매 사업과는 100% 별개로 따로 운영할 책임이 있습니다.

4.6.2.1 라이프웨이브가 아닌 사업과 연계한 라이프웨이브 홍보

브랜드파트너는 오프라인, 전자, 가상, 전화, 영상 또는 기타 소셜 미디어 장소를 포함하나 이에 국한되지 않는 장소, 위치 또는 매체(총칭하여 “장소”)에서 라이프웨이브 기회, 제품 또는 서비스를 라이프웨이브가 아닌 프로그램, 기회, 제품 또는 서비스와 연계하여 예비 또는 기존 라이프웨이브 고객이나 브랜드파트너에게 홍보하지 않습니다.

4.6.2.2 라이프웨이브가 아닌 직접 판매 사업을 홍보하는 브랜드파트너

브랜드파트너가 라이프웨이브가 아닌 비즈니스의 직접 판매, 기회, 또는 제품/서비스(“다른 기회”)를 소셜 미디어에 홍보하고자 할 경우, 브랜드파트너는 이 다른 기회와 관련된 내용을 라이프웨이브(그 기회, 제품, 서비스)를 홍보하는 동일한 소셜 미디어에 올려서는 *안 됩니다*. 즉, 라이프웨이브와 다른 기회를 모두 홍보하고자 하는 브랜드파트너는 전혀 다른 두(2) 개의 소셜 미디어 계정을 사용해야 합니다.

4.6.2.3 다른 기회 문서, 기록 또는 홍보 자료 작성

브랜드파트너는 브랜드파트너 또는 고객이 기타 직접 판매나 네트워크 마케팅 기회에 참여하도록 브랜드파트너 또는 제3자가 사용하는 문서, 오디오 또는 비디오 및 기타 홍보 자료(소셜 미디어 포스팅 및 이메일을 포함하나 이에 국한되지 않음)를 작성하지 않습니다.

4.6.2.4 다른 기회에 대한 문의를 유도하는 활동

브랜드파트너는 브랜드파트너나 고객들이 다른 비즈니스에 관여할 수 있는 기회에 대한 문의로 이어질 수도 있는 그 어떤 활동에 가담하지 않아야 합니다.

4.6.3 프레지덴셜 디렉터에 대한 제한:

4.6.3.1 프레지덴셜 디렉터의 수입 및 홍보

고위급 리더는 직급을 얻기 전 자신이 관련된 다른 기회로부터 취득한 수입을 포기할 필요는 없지만, 브랜드파트너의 가시성과 영향력 때문에 해당 직급을 얻은 자는 회사의 경쟁 제품 판매 여부와 관계없이 네트워크 마케팅 기회, 직접 판매, 파티 플랜 업체를 적극적으로 홍보해서는 안 됩니다.

4.6.3.2 타업체와 관련하여 등장하는 브랜드파트너

고위급 리더 직급을 얻은 브랜드파트너는 업체 영상, 현장 강연, 시상식, 홍보 광고, 전단지, 지도부 통화 등을 포함하나 이에 국한되지 않는 타업체 홍보 자료에 등장해서는 안 됩니다. 이 내용을 위반할 시 브랜드파트너 계정이 즉시 정지 및/또는 해지될 수 있습니다.

4.7 불공정 경쟁

4.7.1 브랜드파트너 신분으로 금지되는 활동:

다운라인 조직에서 스폰서십 라인을 유지하는 것은 네트워크 마케팅 성공에서 중요합니다. 따라서 계약 기간 동안 브랜드파트너는 다른 브랜드파트너를 다른 네트워크 마케팅 그룹에 참여시키는 교차 스폰서십, 라인 전환, 유인에 가담해서는 안 됩니다.

4.7.1.1 교차 스폰서십

교차 스폰서십이란 다른 브랜드파트너나 고객을 기타 직접 판매 또는 네트워크 마케팅 기회에 실제 등록하는 것을 의미합니다.

4.7.1.2 라인 전환

라인 전환이란 (a) 이미 브랜드파트너인 경우, (b) 다른 계정에 수익권을 보유한 경우, 및/또는 (c) 3.14의 대기 기간에 해당되는 경우 신규 계정을 신청하여 부여받는 것을 의미합니다.

4.7.1.3 유인

유인이란 어떠한 방식으로든(직접, 간접 또는 제3자를 통해) 다른 라이프웨이브 브랜드파트너나 고객이 라인 전환 또는 교차 스폰서십을 하도록 영향을 미치는 권유, 독려, 노력을 의미합니다. 여기에는 다른 브랜드파트너나 고객의 문의에 대응한 브랜드파트너의 행위도 포함됩니다.

4.7.1.4 거짓 정보

배우자, 친척 또는 제3자 등 타인의 신원 사용을 비롯해 허위이거나 타인의 것인 상호, 가명, 법인 또는 정부 발행 식별 번호, 기타 본 정책에 대한 회피 수단의 사용은 금지됩니다. 이러한 거짓 정보를 사용한 계정은 개설 시 무효한 것으로 간주되어 해지됩니다.

4.7.1.5 위반에 대한 구제

여기에 기술된 그 어떤 조항이라도 위반하는 행위는 라이프웨이브와 브랜드파트너 간의 불합리하고 부당한 계약상 간섭으로 간주되며, 라이프웨이브에 돌이킬 수 없는 손해를 입힐 수 있습니다. 따라서 라이프웨이브는 9.4 및 9.5의 조치를 무엇이든 취할 수 있습니다. 또한 라이프웨이브는 (a) 위반 계정을 해지하고, (b) 라인 전환으로 개설한 계정(“시간상 두번째 계정”)을 해지하며, (c) 관련 브랜드파트너에 대한 손해배상금액을 평가하고, (d) 시간상 두번째 계정으로 등록된 다운라인 계정을 그대로 두며, (e) 특별한 사유 및 공정성으로 인해 변경해야 하는 것이 아닌 이상 스폰서십 또는 배치를 변경하지 않을 수 있습니다. 회사는 단독 및 절대 재량으로 위 조치를 전부 또는 일부 취할 수 있습니다. 취해진 구제조치의 영향을 받는 브랜드파트너는 해당 계정을 처분함으로써 발생하거나 관련된 회사를 상대로 한 모든 청구를 포기합니다.

4.7.2 해지 이후 제한:

계약 해지 이후 십이(12) 개월 동안 또는 법률에 따른 그 이상의 기간 동안 브랜드파트너는 다른 브랜드파트너나 고객이 기타 직접 판매 업체에 참여하도록 모집할 수 없습니다. 브랜드파트너와 라이프웨이브는 많은 국가에서 독립계약자 네트워크를 통해 직접 판매가 이루어지고 사업이 주로 인터넷과 전화를 통해 운영된다는 점을 고려해 권유 금지(non-solicitation) 조항의 지리적 범위를 좁힐 경우 전혀 효과가 없을 수 있다는 점을 인정합니다. 따라서 본 권유 금지 조항은 직접 판매, 전자상거래 등에 관계 없이 라이프웨이브가 제품을 배송하거나 사업을 영위하는 모든 시장에 적용된다는 점에 각각 동의합니다. 본 조항은 계약 해지 이후에도 유효합니다.

4.8 제품 주장

4.8.1 질병 주장 금지:

브랜드파트너는 라이프웨이브 제품이 질병을 진단, 치료, 완치, 예방 또는 완화한다고 주장하는 진술을 하지 않으며 브랜드파트너는 라이프웨이브 또는 라이프웨이브 제품에 대해 허가되지 않은 진술을 하지 않습니다. 면허가 있는 의료 전문가의 별도 지시가 있지 않는 한 만18세 미만은 라이프웨이브 제품을 사용할 수 없습니다.

4.8.2 허용되는 제품 주장:

브랜드파트너는 승인 국가의 공식 라이프웨이브 문서에 적힌 제품 주장을 할 수 있습니다. 브랜드파트너는 라이프웨이브 공식 문서에 없는 제품 주장을 하면 안 됩니다. 본 계약이 효력을 갖는 국가의 허용 및 금지 주장은 부록 C를 참조하시기 바랍니다.

4.8.3 승인되지 않은 제품 주장에 대한 책임:

브랜드파트너는 회사 공식 자료에 명시적으로 언급하는 제품, 서비스, 보상 플랜에 대한 모든 구두 및/또는 서면 진술에 대하여 전적인 책임을 집니다. 브랜드파트너는 계약 범위를 벗어난 브랜드파트너의 진술 또는 행위로 인해 발생하는 청구, 손해 또는 변호사 비용을 포함한 기타 비용을 회사에 배상하는 것에 동의합니다. 본 조항은 본 계약이 종료된 후에도 유효합니다.

4.9 수입, 라이프스타일, 기회 주장

4.9.1 진실되며 오해의 소지가 없음:

사업 또는 회사를 홍보할 때 브랜드파트너는 진실되며 오해의 소지가 없는 주장을 해야 합니다. ‘오해의 소지가 없다’란 브랜드파트너의 성공은 중요하나 브랜드파트너 대다수가 경험하는 것은 아니라는 의미입니다.

4.9.2 금지 및 허용 주장:

4.9.2.1 수입 주장 및 수익 진술

“수입 주장” 및/또는 “수익 진술”(“수익 주장”)이라는 용어에는 (a) 실제 수익 진술, (b) 예상 수익 진술, (c) 수익 범위 진술, (d) 수입 추천, (e) 라이프스타일 주장, (f) 가상 주장이 포함됩니다. 라이프스타일 수입 주장에는 해외 휴가, 부를 나타내거나 암시하는 기타 항목이 포함된 진술(또는 사진)이 포함됩니다. 자세한 요건은 부록 C를 참조하시기 바랍니다.

4.9.2.2 수입 및 라이프스타일 주장

명시적 또는 암시적 수입 주장 또는 라이프스타일 주장은 예비 또는 기존 브랜드파트너에게 하지 않으며, 브랜드파트너는 자신의 수입을 타인에게 보장된 성공의 지표로 사용할 수 없습니다.

4.9.2.3 수당 지급 및 수입 주장 공개

브랜드파트너는 수당 지급 내역을 공개하거나 모집 또는 기회를 진술할 때 구체적으로 수입 주장 또는 진술을 할 수 없습니다.

4.9.2.4 현금 보상 이미지

현금 보상 이미지는 기회 홍보를 위해 온라인 등 기타 방식으로 게시할 수 없습니다.

4.9.2.5 라이프스타일 및 수입 주장

보상 플랜에 따른 라이프스타일 및 수입 주장은 부록 C의 허용 주장을 엄격히 따라야 합니다.

4.10 정부 보증에 대한 주장

라이프웨이브 브랜드파트너는 규제 또는 정부 기관이 라이프웨이브 보상 플랜이나 그 제품을 승인, 후원, 보증한다고 진술하지 않습니다.

4.11 해외 판매 및 마케팅

4.11.1 허가국:

브랜드파트너는 회사 공식 문서에 따라 라이프웨이브 사업이 허가된 국가에서만 라이프웨이브 제품을 홍보 및/또는 판매하고 고객이나 브랜드파트너를 등록할 수 있습니다. 브랜드파트너는 미개방 시장 및 미개방국에 제품을 수출 및 수입할 수 없습니다. 라이프웨이브만 NFR 시장에 제품을 배송할 수 있습니다.

4.11.2 NFR 시장:

재판매 금지(NFR) 시장은 라이프웨이브가 전매 금지(not-for-resale) 조건으로 제품을 개인에게 배송하는 국가입니다.

4.11.3 등록 금지:

브랜드파트너는 어느 국가에서든 회사를 소개하거나 홍보하기 위한 그 어떤 조치도 취해서는 안 됩니다. 해당 조치에는 회사 명칭, 상표, 상호, 저작권, 특허 또는 기타 지적 재산권을 등록, 보유, 확보하거나 제품 또는 사업 관행에 대한 승인을 받거나 사업 또는 정부 계약을 수립하려는 시도가 포함되지만 이에 국한되지 않습니다. 브랜드파트너는 회사를 대표하는 브랜드파트너가 부적절한 행위를 했을 경우 회사를 면책하는 데 필요한 구제조치에 발생하는 모든 비용을 회사에 배상하는 데 동의합니다.

4.11.3.1 수당을 받을 권리

어느 국가에서 브랜드파트너가 수당을 받을 권리는 회사가 브랜드파트너가 본 문서의 약관 또는 해당 국가의 운영 기준에 따라 특정 국가에서 사업을 하지 않는다고 판단할 시 철회될 수 있습니다.

4.11.3.2 해외 사업 수행

해외 사업을 수행하는 브랜드파트너는 국가별로 회사에서 수립한 모든 정책을 준수하는 것에 동의합니다.

4.11.4 사전 마케팅 활동 금지:

브랜드파트너는 미허가국에서 (a) 회사, 보상 플랜 또는 제품을 홍보하지 않으며 (b) 판매 또는 유통 용도로 회사 제품을 제공하지 않으며 (c) 판매, 등록 또는 교육 회의를 하지 않으며 (d) 잠재 고객 또는 잠재 브랜드파트너를 등록하거나 등록하려 하지 않으며 (e) 라이프웨이브 사업 미수행국 국민으로부터 등록 또는 모집 비용을 받지 않으며 (f) 인터넷이나 홍보 문서를 통해 해외 진출을 홍보하지 않으며 (g) 라이프웨이브 제품 판매, 마케팅 조직 수립, 라이프웨이브 기회 홍보의 활동을 하지 않습니다.

4.12 지적 재산권

4.12.1 홍보에 지적 재산권 사용:

브랜드파트너는 회사의 동의와 서면 승인 없이 저작권, 상표, 로고, 영업 비밀을 포함하나 이에 국한되지 않는 라이프웨이브의 지적 재산권 및 라이프웨이브가 브랜드파트너의 사업을 홍보하기 위해 사용하는 고유한 슬로건, 상품명, 문구를 사용할 수 없습니다. 라이프웨이브는 특정 자료를 승인하고 라이프웨이브 웹사이트 및/또는 백오피스를 통해 해당 자료를 다운로드하도록 할 수 있습니다. 그러나 이 같은 모든 자료는 회사 이용 약관을 통해 승인이 되었거나 다른 방식으로 승인된 경우에만 사용할 수 있습니다.

4.12.2 지적 재산권에 대한 권리, 이익, 소유권 확보:

브랜드파트너는 상표 또는 저작권 출원의 사용, 등록, 출원을 통해 라이프웨이브 및 그 제품의 명칭, 상표, 로고, 영업 비밀에 대한 권리, 이익, 소유권을 취득할 수 없습니다. 이러한 정책은 URL, 이메일 주소, 팀 명칭, 태그라인, 소셜 미디어 그룹 또는 페이지 등 기타 형식, 플랫폼이나 매체의 등록 및 사용에서 라이프웨이브 재산을 사용하는 경우에도 적용됩니다.

4.12.3 라이프웨이브 지적 재산을 활용하는 자산:

본 문서에 따라 브랜드파트너는 회사의 요청이 있을 경우 라이프웨이브의 지적 재산을 활용하는 모든 자산을 즉시 제거 또는 종료하고 해당 자산의 사용을 무기한 금지하거나, 라이프웨이브의 지적 재산을 포함하는 모든 출원, 등록, 신청, 사용의 소유권을 회사에 전적으로 제공하는 데 동의합니다. 본 계약을 준수하지 않거나 적절히 협조하지 않을 경우 계약이 즉시 해지되거나 법적 구제 수단이 사용될 수 있습니다.

4.13 라이프웨이브 브랜드파트너 목록, 기밀 정보, 영업 비밀

4.13.1 목록:

4.13.1.1 목적

목록은 하드카피, 전자 사본 또는 디지털 미디어를 포함하지만 이에 국한되지 않는 형태로 라이프웨이브 데이터베이스에 포함된 모든 브랜드파트너의 목록, 조직 목록, 이름, 주소, 이메일 주소, 전화번호(총칭하여 “목록”) 등 백오피스에서 생성된 보고이며 라이프웨이브의 기밀 독점 영업 비밀입니다. 라이프웨이브는 목록에 상당한 시간, 노력, 금액을 들여 목록을 도출, 종합, 정리하여 현재 유지하고 있습니다. 수시로 개정되는 현재 또는 향후 목록은 라이프웨이브의 상업적 독점 자산이자 영업 비밀이며, 각 브랜드파트너는 이를 기밀로 유지해야 합니다. 본 계약의 기밀 및 공개 금지를 어길 시 라이프웨이브는 브랜드파트너에게 목록을 제공하지 않습니다. 목록, 목록 내용, 라이프웨이브가 유지한 기타 브랜드파트너

정보를 공개할 브랜드파트너의 권리는 라이프웨이브가 명시적으로 보유하며 라이프웨이브의 재량으로 거절할 수 있습니다. 브랜드파트너는 목록을 만들거나 다른 브랜드파트너가 만든 목록을 사용할 수 없습니다.

4.13.1.2 목적

목록은 라이프웨이브의 사업 발전을 위해 브랜드파트너가 다운라인 조직과 협업을 하는 데 이를 지원하는 목적으로만 브랜드파트너에게 제공됩니다. 브랜드파트너는 다운라인 조직을 지원하고 동기 부여 및 교육을 위해 자신에게 제공된 목록을 사용할 수 있습니다.

4.13.2 공개 금지:

목록은 비밀번호로 보호되며 브랜드파트너는 비밀번호를 입력해야 목록에 접근할 수 있습니다. 목록은 각 브랜드파트너에게 엄격히 기밀로 제공됩니다. 브랜드파트너는 이 목록을 제3자에게 공개하지 않으며 라이프웨이브의 이익을 위해 라이프웨이브의 사전 서면 동의 없이는 계약에 따른 의무 수행 외의 목적으로 사용하지 않아야 합니다. 보고서의 무단 사용 또는 공개는 브랜드파트너 계약의 오용, 도용, 남용이며 라이프웨이브에 돌이킬 수 없는 손해를 입힐 수 있습니다.

4.13.3 추가 제한:

각 브랜드파트너는 자신 및 타인을 대신하여 다음을 하지 않습니다.

4.13.3.1 보고서 정보 공개

보고서에 포함된 정보를 제3자에게 직간접적으로 공개하지 않습니다.

4.13.3.2 비밀번호 공개

목록 비밀번호 또는 접속 코드를 직간접적으로 공개하지 않습니다.

4.13.3.3 라이프웨이브와 경쟁

라이프웨이브와 경쟁하거나 브랜드파트너의 라이프웨이브 사업을 홍보하는 것 외의 목적으로 정보를 사용하지 않습니다.

4.13.3.4 모집

보고서에 기재된 브랜드파트너를 모집하거나 유인하지 않으며 브랜드파트너가 라이프웨이브와의 사업 관계를 변경하도록 영향을 미치거나 유도하는 행위를 하지 않습니다.

4.13.4 해지 즉시 목록 반환:

라이프웨이브의 요구가 있을 경우 및 계약 해지 시 브랜드파트너는 반드시 브랜드파트너가 보유 및 관리해야 하는 목록과 목록에서 취한 기밀 또는 영업 비밀 정보의 원본과 모든 사본(종이 및 전자 형태 모두)을 회사에 반환합니다.

4.13.5 위반:

브랜드파트너가 목록에 대한 본 조항의 약관을 위반하는 경우, 회사는 계정을 해지하고 라이프웨이브나 그 브랜드파트너에 대한 돌이킬 수 없는 손해가 발생하지 않도록 가처분 구제를 신청할 수 있습니다. 라이프웨이브는 목록에 대한 권리 보호 차원에서 관련 법률에 따라 적절한 모든 구제조치를 취할 수 있습니다. 이러한 구제조치를 취하지 않는다고 해서 해당 권리를 포기하는 것으로 간주하지 않습니다.

4.13.6 기밀 정보:

브랜드파트너는 라이프웨이브의 기밀 정보에 접근할 수 있습니다. 구체적으로, 기밀 정보에는 전술한 내용에 국한되지 않고 목록에 포함된 정보, 제조사 정보, 수당 또는 판매 보고서, 제품 제조법, 라이프웨이브의 기타 재무 및 사업 정보, 라이프웨이브의 사업 계획이 포함됩니다. 이러한 모든 정보(전자, 구두, 서면 형식 등)는 라이프웨이브가 독점하고 소유하는 것이며 엄격하게 기밀로 브랜드파트너에게 전송 및 제공됩니다. 브랜드파트너는 이러한 기밀 또는 독점 정보를 직간접적으로 제3자에게 공개하지 않으며, 라이프웨이브와 경쟁하거나 계약에서 명시적으로 불허한 기타의 목적을 위해 정보를 사용하지 않는다는 데 동의합니다. 이러한 정보는 계약에 따른 라이프웨이브 프로그램의 홍보 목적에만 사용됩니다. 브랜드파트너와 라이프웨이브는 기밀 및 공개 금지에 대한 동의 없이는 라이프웨이브가 브랜드파트너에게 정보를 제공하거나 정보 접근 권한을 주지 않는다는 데 동의합니다. 본 조항은 계약 해지 이후에도 유효합니다.

4.14 제품 판매

4.14.1 판매 프레젠테이션:

4.14.1.1 정체성

판매 프레젠테이션에서 브랜드파트너는 본인, 라이프웨이브 제품, 사업 목적을 잠재 고객에게 진실되게 밝혀야 합니다. 브랜드파트너는 오해의 소지가 있거나 기만적이거나 불공정한 판매 관행을 사용하지 않습니다. 제공된 제품의 설명과 시연은 가격, 지급 약관, 환불 권리, 보증, A/S 서비스, 배송을 포함하나 이에 국한되지 않는 모든 측면에서 정확하고 빠짐 없이 모든 것이 포함된 내용이어야 합니다.

4.14.1.2 연락

개인 또는 전화 연락 시에는 상대를 존중하는 태도를 갖추며 걸레가 되지 않도록 적절한 시간대에 하도록 합니다. 브랜드파트너는 소비자의 요청이 있을 시 시연 및 판매 프레젠테이션을 즉시 중단해야 합니다.

4.14.1.3 소비자 존중

브랜드파트너는 각 소비자의 신뢰를 오용하지 않으며 소비자가 상업적으로 경험이 부족하다는 점을 존중합니다. 또한 소비자의 연령, 질환을 비롯해 소비자가 이해가 부족하다는 점이나 전문용어에 익숙하지 않다는 점 등을 악용하지 않습니다.

4.14.1.4 타업체 및 제품의 진술

브랜드파트너는 타업체 또는 제품을 직접적으로나 암시적으로 폄하하지 않습니다. 브랜드파트너는 오해의 소지가 있거나 공정 경쟁 원칙에 어긋난 비교를 삼가하여야 합니다. 비교 사항은 불공정하게 선정하지 않으며 입증할 수 있는 사실에 입각해야 합니다.

4.14.1.5 내용

판매 프레젠테이션은 라이프웨이브 제품 및 기회로 내용을 국한해야 합니다.

4.14.1.6 시설비

회의를 위해 시설 임대를 할 경우, 참석하는 브랜드파트너와 그 초청객에게 부과되는 비용은 회의 직접 비용을 총당하는데 합리적으로 필요한 만큼으로 제한합니다. 이러한 회의의 목적은 브랜드파트너의 수익 창출이 아닙니다.

4.15 박람회

4.15.1 박람회:

브랜드파트너는 박람회에서 라이프웨이브 제품을 홍보할 수 있습니다. 브랜드파트너는 행사 주최자로서 또는 부스, 테이블, 전시를 통하여 제품 홍보를 하고자 요청할 경우, 행사 등록 전 “박람회 요청 양식”을 작성해 compliancekr@lifewave.com에 제출해야 합니다. 컴플라이언스(준법)부서는 해당 행사가 라이프웨이브의 기업 이미지에 부합하지 확인합니다. 라이프웨이브는 같은 날 같은 장소에서 브랜드파트너가 여러 부스를 같이 주최함으로써 생기는 행사장 포화 상태를 방지하기 위해 행사당 하나(1)의 요청만 승인합니다. 단, 라이프웨이브 제품은 네트워크 마케팅을 통해 판매되는 다른 제품과 함께 홍보하거나 전시할 수 없습니다.

4.15.2 박람회 제품의 반품:

박람회 및 기타 행사를 위해 구매한 제품은 반품과 환불이 불가합니다. 브랜드파트너는 행사용으로 구매할 제품의 수량을 정해야 합니다. 이는 행사 당시 또는 행사 종료 후 브랜드파트너의 주문 내역에서 확인합니다. 행사를 주최하는 브랜드파트너는 행사에서 사용·판매할 제품은 본인 계정으로 구매해야 하며 타인의 계정을 사용할 수 없습니다. 브랜드파트너는 재고 과잉을 최소화하기 위해 행사의 재고를 관리해야 합니다(추가 내용은 부록 A.7 참조).

4.16 고객 대상 판매

4.16.1 판매:

모든 브랜드파트너는 최종 사용자 고객에게만 라이프웨이브 제품을 판매해야 합니다. 브랜드파트너는 개인이 개인 용도를 위해 합리적으로 구매할 수 있는 것보다 많은 양의 제품을 판매해서는 안 됩니다. 브랜드파트너는 제품 정보, 올바른 사용 방법, 기타 문의 등 고객의 질문이나 우려 사항에 대응하여야 합니다. 브랜드파트너는 고객의 질문이나 우려 사항에 대응하는 과정에서 자료를 참조하거나 이용 가능한 교육 도구를 참조 및 사용하거나 라이프웨이브에 직접 연락해야 합니다.

4.16.2 재판매:

브랜드파트너는 라이프웨이브의 사전 서면 동의 없이 재판매를 목적으로 개인이나 법인에게 라이프웨이브 제품을 판매하거나 양도할 수 없습니다. 여기에는 도매업체, 화물 운송업체·직송 도매업체 또는 브랜드파트너가 라이프웨이브 제품을 재판매할 의도가 있음을 알고 있거나 알 만한 이유가 있는 사람에게 판매하는 것이 포함되나 이에 국한되지 않습니다.

4.17 권장소비자가격

브랜드파트너는 회사가 정한 도매 가격보다 판매 가격을 낮게 하여 라이프웨이브 제품을 판매하거나 제품을 할인하는 것이 엄격히 금지됩니다. 도매 가격 보다 낮게 판매하면 브랜드파트너가 회사 및 다른 브랜드파트너와 직접적이고 불공정한 경쟁을 하게 되며, 향후 가격에 비합리적이고 지속가능하지 않은 기대를 하게 만드는 충돌 상황을 야기합니다.

4.18 대안적 판매 채널: 서비스 및 소매 시설

4.18.1 서비스 시설:

브랜드파트너는 라이프웨이브 컴플라이언스(준법)부서의 승인을 받은 후 헬스장, 미용실, 사무실 등 서비스 시설 및 비슷한 시설을 포함하나 이에 국한되지 않는 대안적 판매 경로를 통해 제품을 판매할 수 있습니다. 단, 이 같은 시설은 체인이 세(3) 개 이상인 대형 체인이어서 안 됩니다. 광고 간판은 이러한 시설의 외부에 있어서는 안 됩니다. 내부 간판에는 라이프웨이브의 독립 브랜드파트너가 제공하는 제품이 포함되어야 합니다. 부록 B의 환불 정책은 모든 판매에 적용되며 각 판매에는 백오피스에 있는 판매 영수증이 발행됩니다. 제품은 재포장이 불가하며 이 같은 시설에서 포장지를 뜯어 날개로 판매할 수 없습니다. 하지만 무료 샘플 제공은 가능합니다.

4.18.2 소매 판매:

금지된 판매 경로에는 소매 시설 및 온라인 마켓플레이스가 포함됩니다. 소매 판매는 고정된 시설로서 주요 사업이 대중을 상대로 제품을 판매하는 곳입니다.

4.19 기타 사업 관행

4.19.1 회사 녹음·녹화

브랜드파트너는 모든 관련 당사자의 명시적 사전 동의 없이 라이프웨이브의 후원 행사, 화상회의, 연설, 회의, 라이프웨이브 직원과의 통화 내용을 녹음하거나 녹화하여 해당 녹취록 및 영상물을 판매하거나 개인·사업 용도로 제작할 수 없으며 라이프웨이브 직원 또는 브랜드파트너와의 통화 또는 연락 내용을 녹음하여 녹취록을 만들 수 없습니다.

4.19.2 미디어 문의:

정보의 정확성과 일관성을 하기 위해 라이프웨이브, 그 제품, 브랜드파트너십에 대해 언론이나 기타 미디어로부터 문의를 받은 브랜드파트너는 즉시 라이프웨이브(publicrelations@lifewave.com)에 해당 문의를 전달해야 합니다.

4.19.3 일반 교육비:

브랜드파트너는 라이프웨이브 제품, 마케팅, 브랜드파트너가 제작한 교육 자료에 대한 일반 교육에 영리 목적의 비용을 부과하지 않습니다.

4.19.4 발신자부담(유료) 전화번호:

라이프웨이브는 라이프웨이브 사업 기회 또는 그 제품을 마케팅하는 데 모든 발신자부담(유료) 전화번호의 사용을 금지합니다.

4.19.5 전화 응답:

브랜드파트너는 발신자가 라이프웨이브 본사 또는 라이프웨이브 사무실이라고 오인할 수 있는 방식으로 전화에 응답해서는 안 됩니다.

4.19.6 회사 문서 개정본:

브랜드파트너는 자신의 다운라인 조직에 새로운 라이프웨이브 정보를 통지할 책임이 있습니다. 새 라이프웨이브 정책, 양식, 문서는 이전 정책, 양식, 문서를 대체합니다.

5. 스폰서십

5.1 스폰서십

스폰서십은 브랜드파트너가 되는 과정의 중요한 부분이며 많은 혜택과 책임이 따릅니다. 브랜드파트너가 라이프웨이브와 양호한 상태를 유지하고 적절한 모집 및 등록 수칙을 따르는 경우, 브랜드파트너는 신규 브랜드파트너의 스폰서 역할을 할 수 있습니다.

5.1.1 기타 계정에 대한 권리 없음:

브랜드파트너·스폰서·업라인은 다른 계정에 접근, 통제, 이를 대리할 소유권, 권리나 권한이 없으며 다운라인 계정에 대한 관리 권한이 없습니다.

5.1.2 다운라인 계정의 금지된 활동:

스폰서·업라인은 다운라인 내 다른 브랜드파트너의 규정 준수 문제에 대하여 특정한 권리나 특권이 없습니다. 회사는 단독 재량으로 필요하고 적절하다고 판단되는 경우 규정 준수 절차의 특정 세부 사항을 공유할 수 있습니다. 그러나 규정 준수 문제는 일반적으로 직접 당사자인 브랜드파트너와 회사 간의 기밀 사항으로 간주됩니다. 따라서 스폰서·업라인(또는 다른 브랜드파트너)은 모든 세부 사항과 정보에 대한 권리가 없습니다.

5.2 고객 및 다른 라이프웨이브 브랜드파트너의 개인정보

5.2.1 필수 정보 제공 의무:

스폰서는 각 예비 브랜드파트너에게 라이프웨이브 브랜드파트너 신청서를 제공하기 전 또는 제공할 때 최신 계약 사본을 제공해야 합니다. 예비 브랜드파트너가 온라인 등록을 할 경우에는 브랜드파트너 계약에 동의한다는 의미로 체크박스에 직접 체크해야 합니다. 스폰서·업라인은 타인을 대신하여 약관(정책, 계약 등)에 동의할 수 없습니다. 브랜드파트너는 언제든지 본 **정책 및 절차**의 사본을 다운로드 및/또는 인쇄할 수 있습니다.

5.2.2 개인정보보호 의무:

브랜드파트너는 보안 위반 통지 법률 등 관련 개인정보보호 및 데이터 보안 법률을 모두 준수해야 합니다.

브랜드파트너는 고객, 잠재적 고객, 다른 잠재적인 브랜드파트너 또는 실제 브랜드파트너로부터 제공된 신용카드 및 주민등록번호를 포함한 모든 개인 정보를 보호하기 위해 적절한 조치를 취해야 합니다. 브랜드파트너는 이러한 정보를 엄격히 기밀로 해야 합니다. 브랜드파트너는 이 같은 개인정보가 담긴 문서를 취급할 때는 어떤 문서든 보안을 갖춰 보관할 책임이 있습니다. 브랜드파트너는 적절한 관리적, 기술적, 물리적 보안 조치를 채택, 이행, 유지하여 기밀 정보 및 고객 데이터의 안보에 예상되는 위협 및 피해를 방지합니다. 적절한 보안 조치에는 (a) 전자 전송 전 데이터 암호화, (b) 보안이 된 곳에 기록 보관, (c) 컴퓨터 파일 비밀번호로 보호, (d) 기밀 정보 또는 고객 데이터가 담긴 종이 파일의 파쇄가 포함되나 이에 국한되지 않습니다. 브랜드파트너는 거래 완료에 필요한 기간 동안 이 같은 정보가 담긴 문서를 보관해야 합니다. 브랜드파트너는 (a) 파쇄, (b) 영구 삭제 및 지우기, (c) 해당 기록에서 고객 데이터 및 기타 기밀 정보를 수정하여 어떠한 방식으로든 읽기, 재구성, 해독이 불가능하도록 하는 등 해당 정보를 파기하기 위한 합리적인 조치를 모두 취하여 고객 데이터 및 기타 기밀 정보가 담긴 종이나 전자 기록을 사용 후 처분해야 합니다.

5.3 신청서 또는 주문서 보류

브랜드파트너는 해당 문서를 수신한 후 72시간 이내에 다른 브랜드파트너나 신규 신청자로부터 받은 모든 브랜드파트너 계약서 및 제품 주문서를 고객서비스부서에 전달합니다. 수당 또는 프로모션 조작의 목적으로 신청서나 주문서를 보류하는 것은 엄격히 금지됩니다.

5.4 라이프웨이브 다운라인 배치

브랜드파트너는 자신의 계정이 있는 등록자 조직도 다운라인 그 밑으로만 개인 후원 계정을 배치합니다. 계정을 바이너리 조직도 업라인, 교차 라인, 다른 곳에 배치하는 것은 금지됩니다.

5.5 스폰서십 및 배치: 정정 및 변경

5.5.1 정정:

정정은 피등록자·등록자가 스폰서 이름을 잘못 기재하거나 등록 시 바이너리 가치를 잘못 표기하였을 때 합니다. 브랜드파트너는 신규 피등록자당 일(1) 회만 정정할 수 있습니다. 정정은 등록일 후 영업일 기준 오(5) 일 이내에 요청해야 합니다.

5.5.1.1 등록 실수 정정

본 정책은 등록 시 발생한 적법한 실수를 수정하는 용도로만 사용되며, 브랜드파트너가 다른 이유로 다른 스폰서를 원하는 경우에는 적용되지 않습니다. 정정은 백오피스의 “스폰서 정정 양식”을 작성하여 고객센터부서에 제출하면 요청이 이루어집니다.

5.5.1.2 정정 비용

정정 비용은 없습니다.

5.5.2 변경:

스폰서 변경은 일반적으로 허용되지 않습니다. 하지만 처음 5일이 지난 후 변경을 정당화할 수 있는 합리적인 사실이 있는 경우에만 라이프웨이브는 단독 재량으로 스폰서 변경 요청을 허가할 수 있습니다. 허가를 받은 경우 라이프웨이브는 모든 브랜드파트너의 수익권을 보호하기 위하여 조건 및 제한을 추가로 정할 수 있습니다.

5.5.2.1 스폰서 변경

스폰서 변경을 요청하려면 요청을 하는 브랜드파트너는 “스폰서 변경 요청 양식”을 작성하여 컴플라이언스(준법)부서에 제출해야 합니다. 스폰서 변경은 스폰서의 업라인 또는 등록자 추천 조직도 외에서 이루어지지 않습니다. 회사가 원칙에 따라 동의하는 경우, 요청을 하는 브랜드파트너는 “스폰서 승인 양식”을 컴플라이언스(준법)부서에 제출하여 스폰서 그리고 다음 두 활동 중인 업라인으로부터 서면 동의를 받아야 합니다.

5.5.2.2 배치 변경

바이너리 조직도를 변경하면 여러 가지 문제와 복잡한 상황이 야기됩니다. 따라서 배치 변경은 회사 판단에 따라 정상 참작 상황에서만 허용됩니다. 허가를 받은 후에는 5.5.2.1의 동의가 필요하며 이후 회사의 최종 승인을 받아야 합니다.

5.5.3 절차:

5.5.3.1 스폰서 변경 요청

5.5.2 또는 5.5.3의 기준을 충족하는 경우 브랜드파트너는 “스폰서 변경 요청 양식”(백오피스에 있음)을 제출하여 스폰서·배치 변경을 요청할 수 있습니다.

5.5.3.2 미승인 스폰서 변경

브랜드파트너가 승인 없이 스폰서 변경을 하는 경우, 라이프웨이브는 4.7.1.2에 따라 이를 라인 전환으로 간주하여 4.7.1.5의 하나(1) 이상의 구제조치를 취할 수 있습니다.

5.5.3.3 라이프웨이브를 상대로 한 청구

라이프웨이브는 회사와 그 브랜드파트너에 최선의 이익이 되는 일을 합니다. 변경의 영향을 받는 브랜드파트너는 취해진 조치로 인하여 발생할 수 있는 라이프웨이브, 그 브랜드파트너, 임원, 이사, 소유주, 직원, 대리인에 대한 청구를 포기합니다.

5.6 기타 직접 판매자를 대상으로 하는 행위

라이프웨이브는 브랜드파트너가 기타 직접 판매 업체의 영업 직원을 상대로 라이프웨이브 제품을 판매하거나 해당 영업 직원이 라이프웨이브 브랜드파트너가 되도록 유도하는 것을 허용하지 않으며, 또한 브랜드파트너가 해당 영업 직원이 자신의 회사의 계약 약관을 위반하도록 권유하거나 유인하는 것을 허용하지 않습니다. 브랜드파트너가 이러한 활동을 하면 기타 직접 판매 회사로부터 소송을 당할 위험이 있습니다. 브랜드파트너가 영업 직원 또는 고객을 상대로 부적절한 모집 활동을 했다는 소송, 중재, 조정이 제기되는 경우, 라이프웨이브는 해당 브랜드파트너의 변호 및 법률 비용을 지불하지 않으며 브랜드파트너에게 판결, 배상금, 합의금을 배상하지 않습니다.

6. 제품 및 판매 자료 주문

6.1 제품 주문

브랜드파트너는 소매 가격보다 할인된 가격으로 제품을 구매할 수 있습니다. 모든 제품과 자료집 가격은 사전 통지 없이 변경될 수 있습니다. 브랜드파트너는 온라인 또는 고객센터부서에 연락하여 제품을 주문할 수 있습니다.

6.1.1 제품 구매:

브랜드파트너는 라이프웨이브에서 직접 제품을 구매해야 합니다. 브랜드파트너가 스폰서 또는 업라인 브랜드파트너의 개인 재고에서 제품을 구한 경우, 구매 관련 수당은 라이프웨이브에서 제품을 직접 확보한 스폰서 또는 업라인 브랜드파트너에게 부과됩니다.

6.1.2 구매 한도:

라이프웨이브 기획은 최종 소비자에게 제품을 판매하는 것을 기반으로 합니다. 브랜드파트너의 주요 기획은 고객 발굴과 유지입니다. 라이프웨이브는 제품 구매를 브랜드파트너의 사업 구축과 개인 소비에 사용할 수 있도록 허용합니다. 브랜드파트너는 본 문서에 따라 합리적인 기간 내에 고객에게 재판매하거나 개인적으로 사용할 수 있는 것보다 많은 제품을 구매하지 않겠다는 데 동의합니다.

6.1.3 70% 규정:

브랜드파트너는 제품 재고를 구매하거나 이월하지 않아도 됩니다. 브랜드파트너는 새 주문을 하기 전에 회사에 한 각 주문에 대하여 반드시 최소 70%의 제품을 판매하거나 사용하거나 소비해야 합니다. 브랜드파트너는 회사 또는 정부 기관의 요청 시 위 사항을 준수하고 있음을 입증하는 데 동의합니다(자세한 내용은 부록 A.9 참조).

6.1.4 이월 주문:

라이프웨이브 제품 또는 판매 자료가 특정 기간 동안 없을 경우, 브랜드파트너는 주문을 하고 기다리거나 주문을 취소하고 해당 품목이 배송 준비가 될 때까지 제재 없이 모두 환급을 받는 것 중에서 선택할 수 있습니다(자세한 내용은 부록 A.9 참조).

6.1.5 사재기 금지:

라이프웨이브의 성공은 최종 소비자를 대상으로 한 소매 판매에 기반합니다. 따라서 모든 형태의 사재기는 지양해야 합니다. 라이프웨이브는 브랜드파트너가 개인적 용도로, 재고 목적으로, 후원하는 신규 브랜드파트너에게 제공하려는 목적으로 특정 제품을 합리적인 양만큼 구매하길 원한다는 점을 잘 알고 있습니다.

6.1.6 보증:

제품 라벨에 명시되지 않는 한, 라이프웨이브는 상품성, 특정 목적에 대한 적합성, 제작 기술, 비침해성 또는 라이프웨이브를 통해 구매한 제품 및 서비스와 관련하여 법률, 법령, 거래 관행, 거래 과정에서 발생하는 기타 보증에 대해 명시적으로나 암시적으로 보증하거나 진술하지 않습니다. 관련 법률이 허용하는 한도 내에서 라이프웨이브의 모든 제품 및 서비스는 “있는 그대로,” “사후 하자 보장 등의 책임 없이,” “사용 가능한 상태로” 제공됩니다. 라이프웨이브는 제품 및 서비스가 다른 하드웨어 또는 소프트웨어 시스템과 호환되거나 온라인 서비스에 중단이 없거나 오류가 없다고 보증하지 않습니다. 라이프웨이브는 라이프웨이브 및 그 계열사가 운영, 후원, 주최하는 웹사이트에 중단 및 오류가 없다고 보증하지 않습니다. 라이프웨이브는 중단되거나 접속 및 이용이 불가능한 네트워크, 서버, 위성 및/또는 서비스 제공자, 컴퓨터, 전화, 케이블 전송의 실패, 섞임, 혼선, 지연, 잘못된 방향의 통신 오류나 기술적 오작동, 고장 및 어려움에 대해 책임지지 않습니다.

6.2 제품 주문 및 수령

라이프웨이브 브랜드파트너는 다음 지침에 따라 제품을 주문할 수 있습니다.

6.2.1 주문 처리:

라이프웨이브는 신속한 주문 처리를 위해 노력하므로 주문이 진행된 후에는 주문 수정이 불가능할 수 있습니다. 브랜드파트너는 24시간 이내에 고객센터부서에 연락해야 하며 이후 회사가 주문 변경 및 취소가 가능한지 알려줍니다.

회사가 변경 및 취소 요청을 진행할 수 없을 경우, 브랜드파트너는 원치 않는 품목을 반품하고 회사는 부록 B에 따라 해당 제품을 교환 또는 환불 조치합니다.

6.2.2 배송:

제품을 주문하면 일반적으로 영업일 기준 이(2)~삼(3) 일 이내에 배송되지만, 배송 시간은 변동될 수 있으며 때에 따라 지연이 발생할 수도 있습니다.

6.2.3 배송비:

라이프웨이브는 수령자가 이유 불문하고 배송 제품을 받지 못한 경우 발생한 배송비에 대한 책임을 지지 않습니다. 제공 받은 배송지 주소의 유효 여부를 확인하는 것은 주문을 시작한 브랜드파트너·고객의 책임입니다. 상기 미준수로 발생한 추가 배송비는 브랜드파트너의 책임입니다. ~~참고: 배송업체는 고가 주문(예: 500달러 이상)의 경우 서명을 요구할 수도 있습니다.~~

6.2.4 수령:

라이프웨이브 브랜드파트너는 배송 제품을 수령하는 즉시 배송품을 검사하여 주문 제품이 완전하고 판매 가능한 상태인지 확인해야 합니다. 주문 제품에서 발견된 불일치(손상된 품목 또는 제품, 수량 불일치 또는 누락 등)는 즉시 회사에 보고하여 적절히 해결될 수 있도록 해야 합니다. 불일치 사항을 적절히 보고하지 않으면 브랜드파트너는 반품 처리, 환불, 제품 교환에 지장을 받을 수 있습니다.

6.3 신용카드 구매

6.3.1 제한:

신용카드 구매는 해당 신용카드에 등록된 개인만이 사용할 수 있습니다. 타인의 신용카드를 사용하여 구매를 결제한 브랜드파트너는 “신용카드 승인 양식”(백오피스에 있음)을 주문서와 함께 라이프웨이브에 제출해야 합니다.

6.3.2 신용카드의 불법적 또는 비윤리적 사용:

브랜드파트너 또는 고객이 신용카드를 불법적으로 또는 비윤리적으로 사용하는 것은 금지되며, 이를 위반한 브랜드파트너의 계정은 해지될 수 있습니다. 브랜드파트너는 타인의 명시적 서면 동의 없이는 이유 불문하고 타인의 신용카드 정보를 어떤 방식으로든 절대 사용해서는 안 됩니다. 백오피스의 신용카드 승인 양식을 참조하시기 바랍니다. 계정 소유자의 사전 서면 동의 없이 브랜드파트너가 다른 계정에서 본인의 신용카드를 사용하는 것을 포함하여 신용카드를 무단으로 사용하는 행위는 엄격히 금지됩니다.

6.3.3 지불 거절 및 사기:

6.3.3.1 지불 거절

은행이 신용카드 거래를 강제로 취소하여 카드 소유자에게 금액을 반환하는 것을 지불 거절이라고 합니다. 지불 거절은 보통 개인의 신용카드로 사기성 구매가 이루어졌을 때 발생합니다. 라이프웨이브가 지불 거절 통지를 수령하게 되면, 제품을 구매한 계정은 즉시 차단되며 해당 계정의 모든 관련 서비스는 중지됩니다. 안전을 위해 라이프웨이브는 지불 거절을 사기의 결과로 간주하고 30일 동안 또는 문제가 해결될 때까지 해당 계정을 모두 정지합니다. 라이프웨이브는 언제든지 지불 거절을 자발적 해지로 간주하고 계정을 폐쇄할 수 있습니다.

6.3.3.2 복구 비용

라이프웨이브는 지불 거절 통지로 인해 비활성화된 계정을 복구하는 데 십오 달러(\$15)를 부과할 권리가 있습니다. 브랜드파트너가 라이프웨이브 제품에 대해 “선지급” 수당을 받은 후 환불을 받는 경우 회사의 재량에 따라 “미수령” 수당이 차감 보정될 수 있습니다. 지불 거절 금액은 지불 거절이 해소될 때까지 향후 수당에서 공제됩니다. 브랜드파트너가 받은 수당은 사기성 사업 또는 비윤리적 활동을 이유로 100% 지불 거절될 수 있습니다(자세한 내용은 부록 A.10 참조).

6.3.3.3 사기

라이프웨이브는 어떠한 형태의 신용카드 또는 금융 사기, 자금 세탁, 유령 계정에 대한 자금 조달 또는 라이프웨이브 계정을 이용하여 불법적, 범죄적, 비윤리적이거나 의심스럽거나 기타 문제가 있는 활동에 관여하는 개인이나 법인에 직간접적으로 자금을 지원하거나 어떤 방식으로든 이들을 이롭게 하는 행위를 금지합니다. 상기 행위에 관여하는 브랜드파트너는 계약 해지 등 징계 조치를 받을 수 있습니다.

6.4 월간 구독 주문(MSO)

6.4.1 월별 요금:

브랜드파트너는 자동 처리 주문으로 매월 제품 배송을 선택할 수 있습니다(반복 주문 또는 월간 구독 주문). 월간 구독 주문은 필수가 아니며 브랜드파트너에게 부과되는 추가 금액은 없습니다. 계정에 기재된 신용카드로 월간 구독 주문 요금은 자동으로 부과됩니다.

6.4.1.1 주문 거절

결제 수단이 거절된 주문은 처리되지 않습니다. 결제 수단이 거절되는 경우 라이프웨이브가 주문을 재처리하려 할 수 있으나 이를 보장하지 않습니다.

6.4.1.2 신용카드 만료

신용카드가 만료되면 브랜드파트너는 새롭게 발급한 유효한 신용카드를 제출하고 이를 통해 라이프웨이브는 주문 결제를 처리합니다. 하지만 해당 책임은 브랜드파트너에게 있습니다.

6.4.1.3 판매세 및 거래세

모든 주문은 판매에 대한 세금이 부과되며 주문 총액에 추가됩니다. 배송비 및 취급비 또한 추가될 수 있습니다.

6.4.2 책임:

결제상 어려움으로 인해 주문을 처리할 수 없을 경우 라이프웨이브는 보상 플랜에 따라 부족분에 대한 책임을 지지 않습니다. 브랜드파트너는 첫 결제 수단이 거부되는 경우 브랜드파트너가 추가한 후속 결제 수단으로 월간 구독 주문이 가능하도록 라이프웨이브가 변경할 권리를 보유한다는 것에 동의합니다. 요금 부과 순서는 브랜드파트너가 백오피스의 결제 수단에서 기재한 순서를 따릅니다.

6.4.3 취소:

월간 구독 주문 취소는 브랜드파트너가 백오피스에서 해야 합니다. 취소 및 변경은 다음 배송 기준 칠십이(72) 시간 전에 라이프웨이브가 수신할 수 있도록 해야 합니다.

6.5 제품 관리 및 품질 관리

6.5.1 포장:

브랜드파트너는 원래 포장에 있는 상태로 제품을 판매합니다. 브랜드파트너는 라이프웨이브 제품에 라벨을 다시 붙이거나 재포장(묶음 제품을 분리하거나 별도의 제품을 묶는 것을 포함)을 해서는 안 됩니다. 브랜드파트너는 라이프웨이브 제품, 라벨, 포장, 문서에 있는 라벨, 일련번호, UPC, 배치코드, 로트코드 또는 기타 식별 정보를 조작하거나, 훼손하거나, 그 밖의 어떤 방식으로든 변경해서는 안 됩니다. 포장을 뜯어 패치를 날개로 판매하는 것은 금지됩니다. 브랜드파트너는 라이프웨이브 제품에 부착되어 있거나 함께 제공되는 라벨이나 문서의 내용을 번역하거나 수정해서는 안 됩니다.

6.5.2 제품 보관 및 취급:

브랜드파트너는 제품 보관 및 취급에 적절한 주의를 기울입니다. 라이프웨이브는 패치의 실온 보관을 권장합니다. 고온에 오랜 기간 두면 패치가 손상될 수 있습니다. 패치는 고온에서도 여전히 작동할 수 있습니다.

6.5.3 제품 검사:

제품을 수령한 즉시 브랜드파트너는 제품의 손상, 결함, 기타 부적합 사항(총칭하여 “결함”)을 검사합니다. 브랜드파트너는 유통기한이 만료되거나 만료가 다 되어가는 제품의 재고를 정기적으로 확인하고 해당 제품은 재고에서 제거합니다. 브랜드파트너는 유통기한이 만료된 제품은 판매하지 않습니다. 브랜드파트너는 제품에 결함이 발견되면 판매하지 말고 고객센터서비스부서에 연락하여 라이프웨이브에 해당 결함을 즉시 보고해야 합니다.

6.5.4 리콜 및 고객 안전:

제품의 최종 사용자의 안전과 안녕을 위해 브랜드파트너는 라이프웨이브와 협력하여 제품 리콜 및 기타 소비자 안전 정보 배포에 힘써야 하며, 여기에는 브랜드파트너의 소매 고객에게 연락하는 것을 포함하지만 이에 국한되지 않습니다.

6.6 라이프웨이브 보상 플랜 조작

보너스 수령 및 지급 달성의 목적으로만 제품을 구매하는 것은 금지됩니다. 라이프웨이브의 보상 판매 조작을 위한 과도한 구매나 이와 유사한 활동에 참여한 것으로 의심되는 브랜드파트너는 구매, 판매, 재고를 확인할 수 있도록 판매 영수증과 기타 정보에 대하여 회사로부터 제출 요청을 받을 수 있습니다. 브랜드파트너가 관련 협조를 거부할 경우 회사는 이를 본 약관 위반의 증거로 해석할 수 있습니다. 본 약관을 위반한 것으로 확인된 브랜드파트너는 해지 등 징계 제재를 받을 수 있습니다. 라이프웨이브는 회사의 자체 재량과 판단에 따라 해당 구매가 소비 또는 재판매 목적이 아닌, 자격 획득의 목적으로만 이루어지고 있거나 브랜드파트너가 라이프웨이브의 반품·환불 정책과 관련하여 사기 또는 조작에 연루되었다고 판단되는 경우 브랜드파트너의 구매 횟수를 제한할 수 있는 권리를 보유합니다.

6.6.1 조작:

라이프웨이브의 보상 플랜 조작은 엄격히 금지됩니다. 조작에는 다음이 포함됩니다.

6.6.1.1 미승인 등록

당사자 모르게 개인이나 법인을 등록하거나 당사자의 직접적인 서명 없이 개인이나 법인을 등록하는 행위

6.6.1.2 사기성 등록

개인 또는 법인을 독립 브랜드파트너 또는 고객으로 사기성 등록하는 행위

6.6.1.3 존재하지 않는 개인 또는 법인의 등록

존재하지 않는 개인 또는 법인을 브랜드파트너 또는 고객으로 등록하거나 등록하려 하는 행위

6.6.1.4 수당 또는 보너스를 위한 제품 구매

수당 또는 보너스를 받을 자격을 얻기 위해 다른 브랜드파트너나 고객을 대신하여 또는 다른 브랜드파트너나 고객의 ID 번호로 라이프웨이브 제품 및 서비스를 구매하는 행위

6.6.1.5 과도한 양의 제품 구매

한 달 안에 합리적으로 사용하거나 재판매할 수 없는 과도한 양의 상품을 구매하는 행위

6.6.1.6 승급을 위한 사기성 행위

최종 사용자 고객의 정당한 제품 구매가 아닌 기타 승급, 인센티브, 상품, 수당, 보너스 자격을 얻기 위한 기타 수단 또는 편법

7. 광고 및 제품 표시

7.1 광고

7.1.1 허가 수단 및 내용:

라이프웨이브는 라이프웨이브 브랜드파트너에게 라이프웨이브의 제품과 기회를 홍보함에 있어 본 정책에 따른 것을 요구합니다. 본 정책을 준수하지 않을 경우 라이프웨이브 및 그 제품의 평판에 악영향을 줄 수 있으며 홍보가 잘못된 방향으로 이루어지고 법적 조치가 발생할 수 있습니다. 회사의 평판과 청렴을 적절히 증진하고 보호하는 것은 모든 브랜드파트너의 책임입니다. 일반적으로 브랜드파트너는 회사가 승인한 내용(이미지, 제품 설명, 수단)만 사용할 수 있습니다.

7.1.2 브랜드파트너가 제작한 홍보 자료:

라이프웨이브는 고위급 리더가 자신만의 라이프웨이브 브랜드 홍보 자료(SWAG 포함)를 제작하도록 허용합니다. 가격 책정은 비용을 충당하는 수준으로 제한됩니다. 이러한 품목은 컴플라이언스(준법)부서의 승인을 받아야 하며 라이프웨이브 상표를 올바르게 사용해야 합니다. 또한 회사는 어떠한 이유든 내용, 도구, 자료, 기타 문서에 대한 승인을 언제든지 철회할 수 있는 권리를 보유합니다. 브랜드파트너는 해당 철회로 인해 또는 이와 관련하여 발생하는 모든 손해배상이나 보상 청구를 포기합니다.

7.1.3 독립 브랜드파트너 지위 통지:

7.1.3.1 표시

라이프웨이브 브랜드파트너가 제품, 사업, 기타 라이프웨이브 관련 내용을 홍보하기 위해 사용하는 허가된 광고 자료 및 채널에는 “라이프웨이브 독립 브랜드파트너(LifeWave Independent Brand Partner)”라는 문구와 로고를 눈에 띄게 표시해야 합니다.

7.1.3.2 홍보 수단

브랜드파트너 및 각 팀·그룹·브랜드의 홍보 수단을 공식 라이프웨이브의 홍보수단으로 보이거나 대표하거나 대체하는 용도로 사용해서는 안 됩니다. 브랜드파트너는 반드시 자신의 팀원들이 팀·그룹명은 오직 브랜드파트너로서 자신들의 신원을 나타내기 위한 용도라는 것을 이해하도록 해야 하며, 라이프웨이브 및 그 제품을 홍보하는 모든 활동에는 공식 라이프웨이브 브랜드 요소가 적절히 포함되도록 해야 합니다. 팀·그룹명 또는 개별 브랜드파트너 브랜드를 부적절하게 사용하면 라이프웨이브의 정체성과 본질을 이해하는 데 혼동이 발생하거나 오해가 생길 수 있습니다. 이러한 사업 관행은 라이프웨이브 브랜드 이미지를 실추시키고 훼손할 수 있으므로 엄격히 금지됩니다(자세한 내용은 부록 A.11 참조).

7.2 인터넷 및 웹사이트 광고

7.2.1 라이프웨이브 복제 웹사이트:

브랜드파트너는 회원가입 시 라이프웨이브 복제 웹사이트를 받게 됩니다. 본 조항에서 달리 설명하지 않는 한 라이프웨이브 제품 및 기회를 광고하고 판매할 때는 라이프웨이브의 복제 웹사이트 프로그램만 사용해야 합니다. 복제 웹사이트는 공식 라이프웨이브 웹사이트에 원활하게 바로 연결되므로 브랜드파트너는 인터넷상에서 전문성과 라이프웨이브 승인을 받게 됩니다.

7.2.2 브랜드파트너 웹사이트:

브랜드파트너는 웹사이트(본 문서에서 달리 설명하지 않는 한)를 허가, 소유, 사용할 수 없으며, 라이프웨이브의 명칭, 로고, 제품 설명을 라이프웨이브 제품, 기회, 서비스를 (직간접적으로) 홍보하는 목적으로 웹사이트에 사용할 수 없습니다. 브랜드파트너는 브랜드파트너의 라이프웨이브 사업을 자신의 웹사이트에 홍보하고자 하면 웹사이트 계약을 체결하고 컴플라이언스(준법)부서의 승인을 받아야 합니다. 브랜드파트너는 “브랜드파트너 웹사이트 개설 승인 요청서 양식”(백오피스에 있음)을 작성하여 제출해야 합니다. 웹사이트를 개설하거나 수정하기 전에 승인을 받아야 합니다. 이러한 웹사이트에서 본인들 고유의 주문 처리 시스템으로 제품을 판매할 수 없습니다. 브랜드파트너가 제작한 웹사이트는 일부라도 게시하거나 공개하기 전에 반드시 회사의 검토와 승인을 받아야 합니다. 브랜드파트너는 브랜드파트너가 제작한 웹사이트에 대한 사전 승인을 받지 못한 경우 웹사이트를 즉시 폐쇄해야 할 수 있습니다. 해당 웹사이트는 추후에 다시 승인 요청하더라도 승인이 거부될 수 있습니다.

7.3 기타 광고 매체

7.3.1 전자 및 대중 매체 광고:

전자 및 대중 매체 광고는 금지됩니다. 라이프웨이브 브랜드파트너는 사전 서면 허가 없이 텔레비전, 케이블 텔레비전, 라디오, 신문, 이메일, 기타 모든 형태의 전자 또는 대중 매체 광고에 라이프웨이브 또는 라이프웨이브의 제품이나 서비스를 광고할 수 없습니다. 단, 이는 라이프웨이브의 재량에 따라 보류될 수 있습니다. 금지된 전자 대중 매체 요소에는 타기팅/온라인 검색 엔진 광고(예: 구글 애드 등), 유료 마케팅 스팟, 유료 또는 무료 SEO 수법(브랜드파트너의 웹사이트가 공식 라이프웨이브 웹사이트 상단 또는 앞에 표시되도록 하는 “검색엔진 최적화”), 대량 또는 타기팅 소셜 미디어 캠페인, 광고 등이 포함되나 이에 국한되지 않습니다.

7.3.2 텔레마케팅:

전화로 라이프웨이브 제품에 대해 원치 않는 마케팅을 하는 브랜드파트너는 텔레마케터 등록을 포함하여 전화 마케팅 및 권유에 관한 모든 관련 규정을 준수해야 합니다.

7.4 인터넷 광고

7.4.1 등록 금지:

라이프웨이브 브랜드파트너는 인터넷 도메인 이름(URL), 제3자 웹사이트, 이메일 주소, 웹페이지 또는 블로그를 포함하여(이에 국한되지 않음) 어떠한 목적으로도 회사 상호, 상표, 서비스명, 서비스표, 제품명, URL, 광고 문구, 회사명 또는 그 파생물을 사용하거나 등록 및/또는 사용하려 해서는 안 됩니다.

7.4.2 진실성 있는 광고:

라이프웨이브는 마케팅 자료에 허위 제목, 헤드라인, 문구를 사용하거나 라이프웨이브 및 그 제품이나 서비스에 관련 마케팅 자료의 출처를 변조, 위조, 변경하는 행위도 금지합니다. 또한 라이프웨이브는 이메일에 허위 제목을 사용하거나 라이프웨이브 및 그 제품 및/또는 서비스에 관련 이메일의 출처를 변조, 위조, 변경하는 행위도 금지합니다. 라이프웨이브는 제3자 서비스, 제공업체를 이용하거나 기타 방법을 통해 상기 언급된 활동에 관여하는 것을 금지합니다.

7.4.3 온라인 주문 시스템:

제품 판매에 제3의 주문 시스템을 사용하는 것은 엄격히 금지됩니다. 회사는 각 브랜드 파트너에게 별도로 제공되는 웹사이트와 주문 시스템을 제공합니다. 다른 온라인 주문 시스템을 사용하여 제품을 판매하는 것은 엄격히 금지됩니다.

7.4.4 온라인 소매 판매 및 광고 사이트 플랫폼:

라이프웨이브 브랜드파트너가 무허가 온라인 소매·판매 또는 광고 사이트 플랫폼(예: 아마존, 네이버 스마트스토어, 11번가, 지마켓, 옥션, 쿠팡, 인터파크, 티몬, 이베이, 페이스북, 타오바오, 알리바바, 쇼피등)에서 어떤 방식으로든 라이프웨이브 제품을 판매하는 것은 엄격히 금지되어 있습니다. 여기에는 브랜드파트너가 제작한 웹사이트 및 플랫폼을 사용하는 것도 포함됩니다. 본 조항에 포함된 약관 및 의무는 계약 종료 후에도 최소 일(1)년 동안 유효합니다(자세한 내용은 부록 A.9-1 참조).

7.4.5 온라인 교차 브랜딩:

라이프웨이브를 다른 회사 및 제품과 교차 브랜딩하는 것은 허용되지 않습니다. “교차 브랜딩”이라는 용어는 하나(1) 이상의 기업, 제품, 서비스, 사업 기회를 라이프웨이브와 공동으로 또는 동시에 홍보하는 것을 의미합니다. 이는 경쟁 및 비경쟁 법인, 제품, 서비스, 사업 기회 모두에 적용됩니다.

7.4.6 온라인 활동 및 관행:

브랜드파트너는 타인을 스토킹하거나 괴롭히거나 해를 끼치는 행위로 법률 및 규정을 위반해서는 안 됩니다. 브랜드파트너는 타인의 지적 재산권, 사생활, 지명도, 다른 법적 권리의 위반, 침해, 도용을 행하지 않습니다. 브랜드파트너는 불법, 학대, 괴롭힘, 명예 훼손, 음란물, 외설, 모독, 역겨움, 증오, 인종 차별, 기타 불쾌한 내용을 게시하거나 공유해서는 안 됩니다. 비윤리적이거나 오해의 소지가 있거나 피해를 주는 온라인 활동에는 검색엔진 최적화(“SEO”) 수법을 활용하거나 조작하려는 시도, 오해의 소지가 있는 링크 연결 광고(예: 클릭당 광고료 지급(“PPC”) 캠페인의 표시 URL이 공식 회사 사이트로 연결되는 것처럼 보이지만 다른 곳으로 연결되는 것), 미승인 배너 광고, 미승인 보도 자료가 포함될 수 있으나 이에 국한되지 않습니다. 진실성 및 특정 활동의 오해의 소지 또는 기만성 여부는 회사가 단독으로 결정합니다.

7.4.7 웹사이트 수익화:

브랜드파트너는 제휴 프로그램, 클릭당 광고료 지급 또는 노출당 광고료 지급 광고, 광고 공간 판매, 기부금 수락, 후원 게시물 또는 기사 수락, 애드센스(AdSense) 또는 이와 유사한 프로그램을 통해 자신의 복제 웹사이트나 등록 외부 웹사이트에서 수익을 창출할 수 없습니다.

7.4.8 이메일 서명:

라이프웨이브 브랜드파트너는 자신이 라이프웨이브 법인 직원, 공식 법인 대표, 공식 법인 직함을 보유하고 있음을 암시하는 이메일 서명을 사용해서는 안 됩니다. 이메일 서명을 사용하는 경우, 해당 브랜드파트너는 독립 브랜드파트너라는 점을 명시해야 합니다. 전자·이메일 서명에 “독립 브랜드파트너·브랜드파트너”라는 문구를 사용하지 않고 라이프웨이브 직급·직함을 라이프웨이브 회사명 및 로고와 함께 사용하는 것은 기만적이고 오해의 소지가 있으므로 금지됩니다.

7.4.9 대량 메일 전송·마케팅 및 스팸:

라이프웨이브는 원치 않는 대량 이메일, 문자, 우편물, 전단지, 뉴스레터, 권유 카드, 기타 모든 스팸 유형의 마케팅 사용을 엄격히 금지합니다. 스팸은 수신자로부터 사전 승인을 얻지 않았거나 수신자와 사전에 사업 또는 개인적 관계가 직접적으로 형성되어 있지 않은 상태에서 개인, 단체, 뉴스그룹, 포럼, 사업장, 이웃, 연락처 목록 또는 기타 그룹이나 목록에 발신자를 알 수 없는 상태로 하여 원치 않는 대량 메시지나 이와 유사한 내용의 마케팅 자료를 보내는 것으로 정의됩니다. 전술한 내용에도 불구하고 이러한 내용을 이전에 수신 거부를 선택한 수신자에게 보내는 것은 엄격히 금지됩니다.

7.5 소셜 미디어

7.5.1 소셜 미디어 수칙:

본 **정책 및 절차**에 명시된 모든 기타 요건을 충족하는 것 외에도 브랜드파트너는 페이스북, 인스타그램, 스냅챗, 트위터, 링크드인, 유튜브, 틱톡, 핀터레스트를 포함하나 이에 국한되지 않는 소셜 미디어를 사용하는 경우 다음 각각에 동의해야 합니다.

7.5.1.1 표시

계정에는 “독립 브랜드파트너”가 눈에 보이도록 표시해야 합니다. 브랜드파트너는 자신의 계정이 “공식” 라이프웨이브 기업 계정임을 나타내거나 암시하게 해서는 안 됩니다(예: 라이프웨이브 아일랜드, 공식 라이프웨이브 등).

7.5.1.2 증언(Testimonial)

소셜 미디어에 올리는 개인 증언에는 브랜드파트너의 재정적 이해관계를 명확히 표시해야 합니다(7.5.1.1 참조). 브랜드파트너의 개인적 경험은 중요하나 브랜드파트너 대다수가 경험하는 것은 아닐 수 있습니다. 일반적인 경험만 허용됩니다. 따라서 브랜드파트너의 추천은 부록 C에서 허용하는 주장으로 국한되어야 합니다.

7.5.1.3 판매 및 등록

어떠한 소셜 미디어 사이트에서도 제품 판매나 회원 등록이 일어날 수 없습니다. 소셜 미디어 사이트는 판매를 유도하려면 오로지 브랜드 파트너의 [LifeWave 복제 웹사이트](#)로 연결되어야 합니다.

7.5.1.3 소셜 미디어 수칙 약관

본 계약 기간 동안과 그 이후 12개월 동안 브랜드파트너는 다른 브랜드파트너를 직간접적으로 직접 판매, 다단계 마케팅, 네트워크 마케팅 프로그램(총칭하여 “직접 판매”)에 유인하기 위한 목적으로 자신이 라이프웨이브 사업 또는 라이프웨이브의 제품을 이야기하거나 홍보한 소셜 미디어 사이트를 사용할 수 없습니다. 또한, 브랜드파트너는 자신의 직접 판매 사업 활동과 관련하여 다른 브랜드파트너의 문의를 유도한다고 합리적으로 판단되는 조치를 취할 수 없습니다. 본 조항의 위반은 곧 4.7.2(해지 이후 제한)의 권유 금지 조항을 위반한 것에 해당됩니다.

7.5.1.4 기밀/미승인 정보

브랜드파트너는 자신의 소셜 미디어 페이지 또는 채널에 라이프웨이브의 기밀 정보를 게시할 수 없습니다. 여기에는 라이프웨이브 웨비나, 기업 회의, 이메일(그룹 또는 개인), 리더 이메일이 포함되나 이에 국한되지 않습니다.

7.5.2 브랜드파트너를 대신하여 전송한 상업적 이메일 메시지:

라이프웨이브는 브랜드파트너를 대신하여 상업적 이메일을 주기적으로 전송할 수 있습니다. 브랜드파트너는 회사가 이러한 이메일을 보낼 수 있으며 브랜드파트너의 주소 및 이메일 주소가 이 이메일에 포함된다는 것에 동의합니다. 브랜드파트너는 회사가 보낸 이 같은 이메일에 따라 제기된 수신 거부 요청을 존중해야 합니다.

8. 보상 및 혜택

8.1 보상 플랜

파트너는 브랜드파트너의 거주 국가에 적용되는 현행 라이프웨이브 보상 플랜 약관에 따라 보상을 받습니다. 수당은 제품 판매에 한해 지급됩니다. 판매 자료 구매 및 브랜드파트너 모집 수당은 지급되지 않습니다.

8.2 자격

브랜드파트너는 보상 플랜 자격 요건을 충족해야 하는 전적인 책임이 있습니다. 라이프웨이브는 브랜드파트너에게 수당을 보장하지 않습니다. 자격을 갖춘 브랜드파트너는 다음 요건을 충족하고 라이프웨이브 보상 플랜에 명시된 모든 요건을 충족해야 수익을 얻을 수 있습니다. 해당 요건은 다음과 같습니다.

8.2.1 활동:

브랜드파트너가 수당을 받으려면 보상 플랜에서 정의된 “활동 중” 상태여야 합니다. 즉, 보상 플랜의 필수 활동 및 물량 요건을 충족해야 한다는 뜻입니다.

8.2.2 우호적 상태:

브랜드파트너는 회사와 “우호적 상태”를 유지해야 합니다. “우호적 상태”란 브랜드파트너가 현재 계약 약관을 준수하고 있는 상태를 의미합니다.

8.3 수익 보장

브랜드 파트너에게 특정 소득이 보장되거나 특정 수준의 판매, 이익, 또는 성공이 보장되지 않습니다. 모든 커미션 및 혜택은 제품의 성공적인 소매 판매, 사용, 그리고 다른 다운라인 브랜드 파트너의 활동을 통해 얻어집니다.

8.4 수당 산정 기간

수당 기간은 가장 최신의 라이프웨이브 수당 플랜에 따라 결정됩니다.

8.5 수당 지급

수당은 라이프웨이브 보상 플랜에 명시된 가장 최신의 일정 및 요건에 따라 지급됩니다. 라이프웨이브는 회사의 해지 권리를 침해하지 않는 선에서 브랜드파트너가 계약 약관을 위반하는 경우 지급을 보류하거나 취소할 수 있습니다.

8.5.1 수당 조정:

브랜드파트너가 환불을 받기 위해 제품을 반품하는 경우, 반품된 제품에 대한 수당 및 보너스는 환불이 이루어진 수당 산정 기간 발생한 수당에서 차감되며, 환불된 제품의 판매 수당을 받은 브랜드파트너로부터 해당 수당이 회수될 때까지 이후 각 지급 기간에서 계속 차감됩니다.

8.5.2 오류 또는 문의:

브랜드파트너가 수당 및 보너스 산정, 청구, 상계에 대하여 문의가 있거나 여기에 오류가 있다고 생각할 경우, 브랜드파트너는 이러한 오류 또는 문의 사항을 알게 된 날로부터 육십(60) 일 내로 회사에 서면으로 통지해야 합니다. 육십(60) 일 내로 보고되지 않은 오류, 누락, 문제에 대해 라이프웨이브는 책임지지 않습니다.

8.5.3 최소 수당 지급 금액:

수당은 수당 기간에 지급해야 하는 총액이 10,000원 이상일 경우 지급됩니다.

8.5.4 특별 서비스:

라이프웨이브는 브랜드파트너가 요청한 특별 서비스(예: 특별 보고 - 라이프웨이브가 최소 한(1) 시간 또는 정액 요금으로 시간당 요금을 부과)에 대한 처리비를 부과할 수 있습니다.

8.5.5 수당 상계:

라이프웨이브는 브랜드파트너가 회사에 진 채무에 대해 수당을 상계할 권리가 있습니다.

8.6 미수령 수당

브랜드파트너는 계정에 지급된 수당을 정기적으로 인출하여야 합니다. 계정이 육(6) 개월 이상 활동이 없을 경우(판매, 수당 기지급 또는 스폰서십 없음), 회사는 잔액에 대해 휴면 수수료를 부과합니다.

9. 계정 탈퇴 및 해지

9.1 자발적 탈퇴

라이프웨이브 브랜드파트너는 라이프웨이브에 등록된 계정의 이메일 주소로 라이프웨이브에 탈퇴서를 제출하여 언제든지 자발적으로 탈퇴할 수 있으며, 탈퇴서는 해당 계정의 모든 개인 및 법인의 확인을 거쳐야 합니다. 탈퇴 시 브랜드파트너는 등록자 조직도와 바이너리 배치 조직도의 계정 및 정책에 대한 모든 권리를 상실하며 향후 수당에 대한 권리도 상실합니다. 탈퇴한 브랜드파트너는 3.14의 대기 규정을 따릅니다.

9.2 기타 해지

브랜드파트너가 매년 계약을 갱신하지 않거나 계약이 이유 불문하고 취소 및 해지되는 경우 브랜드파트너는 계정에 대한 모든 권리와 브랜드파트너로서 모든 권리를 잃게 됩니다. 브랜드파트너는 제품·서비스 판매 자격을 잃게 되며, 이전 다운라인 판매 조직 활동에 따른 수당 및 기타 혜택을 받을 자격을 상실하게 됩니다. 회사는 회사가 (a) 사업을 중단하거나 (b) 사업 법인을 해산하거나 (c) 직접 판매 채널을 통한 제품 및/또는 서비스의 유통을 해지하는 경우 30일 사전 통지를 통해 모든 계약을 해지할 권리가 있습니다.

9.3 계약 위반

라이프웨이브는 브랜드파트너가 계약을 위반했을 경우 브랜드파트너와의 계약을 해지할 수 있습니다. 타당한 사유로 자격이 해지된 브랜드파트너는 라이프웨이브의 컴플라이언스(준법)부서의 특별 검토 및 승인 없이는 다른 라이프웨이브의 계정에 수익권을 보유하거나 재등록할 수 없습니다.

9.4 계약 위반 구제

라이프웨이브는 적절한 경우 교육적 방법을 통해 계약 위반을 구제하려 할 수 있습니다. 위반 성격에 따라 징계 수위는 높아질 수 있습니다. 라이프웨이브가 선택한 구제조치는 단독 재량에 따른 것입니다. 모든 구제조치는 동시에 여러 개 사용할 수 있으며 각기 따로 사용해야 하는 것은 아닙니다.

9.4.1 교육:

라이프웨이브는 계약 정책을 위반할 수도 있는 브랜드파트너에 대해 교육을 실시합니다. 이러한 교육은 주로 교육 서한을 통해 이루어집니다. 이 같은 교육 활동을 무시하거나 위반이 반복되는 경우, 라이프웨이브는 계정에 대한 조치 수위를 높일 수 있습니다. 하지만 본 조항으로 인해 라이프웨이브가 단독 재량에 따라 해당 조치가 회사를 보호하는 데 적절하고 필요하다고 판단될 시 정지 및 해지 등 강력한 조치를 즉시 취할 수 있는 라이프웨이브의 권리가 제한되는 것은 아닙니다.

9.4.2 정지:

라이프웨이브는 계약 위반에 대해 계정 정지 조치를 취할 수 있습니다.

9.4.2.1 강제 정지

이러한 강제 정지는 라이프웨이브의 단독 재량에 따릅니다. 라이프웨이브는 라이프웨이브에 기재된 브랜드파트너의 최신 주소로 우편 및/또는 이메일을 통해 브랜드파트너에게 통지합니다. 정지를 받은 브랜드파트너는 라이프웨이브와 양호한 상태인 브랜드파트너로서 자신을 나타내는 것을 즉시 중단해야 합니다.

9.4.2.2 기간 및 조건

정지 기간 및 조건은 상황과 조사 결과에 따라 브랜드파트너마다 다릅니다. 정지는 브랜드파트너 계정 해지로 이어질 수도 있고 이어지지 않을 수도 있습니다.

9.4.3 정지 효력:

9.4.3.1 브랜드파트너 계정 설정

정지 기간 동안 브랜드파트너 설정은 회사의 재량에 따라 효력을 유지할 수 있으며, 브랜드파트너가 달리 취소하지 않는 한 주문은 브랜드파트너의 신용카드로 진행되어 요금이 부과될 수 있습니다.

9.4.3.2 수당 정지

지급 받을 수 있는 수당은 정지가 풀릴 때까지 라이프웨이브가 보유합니다. 라이프웨이브에 따라 위반이 근거 없음으로 판단된 경우 정지 조치는 해제되며 미지급된 수익은 브랜드파트너에게 입금됩니다. 하지만 라이프웨이브의 판단에 따라

위반의 근거가 입증될 경우 라이프웨이브는 수익의 일부 또는 전부를 보유하여 브랜드파트너의 위반으로 인한 손해액을 상계할 수 있습니다.

9.4.3.3 구매 정지

해당 정지 기간 동안 라이프웨이브는 정지된 브랜드파트너가 제품 및 서비스를 구매하는 것을 금지할 권리가 있습니다.

9.4.4 손해액:

9.4.4.1 손해액 평가

상황이 적절하다고 판단되는 경우, 라이프웨이브는 단독 재량으로 손해액을 결정하여 계약 위반에 대해 브랜드파트너의 수당을 차감할 수 있습니다.

9.4.4.2 지체상금

브랜드파트너가 4.11, 4.14, 7.4, 7.4.2, 7.4.4에 따른 의무를 위반하는 경우, 브랜드파트너는 라이프웨이브에 위반 건당 10,000달러를 지급합니다. 당사자들은 이러한 금액을 벌금이 아닌 손해배상으로 간주합니다. 당사자들은 브랜드파트너가 전술한 조항을 위반할 경우 라이프웨이브에 어느 정도의 손해가 갔는지 정확히 추정하기가 불가능하거나 매우 어렵다는 것을 인지하며 본 조항은 브랜드파트너의 위반으로 인해 발생할 수 있는 예상 또는 실제 손해의 합리적인 추정이라는 데 동의합니다. 이러한 금액의 징수는 브랜드파트너가 특정 조항을 위반했을 시 라이프웨이브의 유일한 구제 수단이 아닙니다.

9.4.5 물량 조정:

라인 전환 및 관련 위반의 경우, 라이프웨이브는 적절한 경우 물량을 다른 스폰서십 라인에 옮기고 이전에 지급한 수당을 회수할 수 있습니다.

9.4.6 직급 조정:

브랜드파트너가 6.3.3.3 또는 6.6을 위반하여 승급한 경우, 라이프웨이브는 승급된 직급을 취소할 수 있습니다. 적절한 경우 다른 상황에서도 라이프웨이브는 직급을 강등시킬 수 있습니다.

9.4.7 상계 권리:

라이프웨이브는 브랜드파트너가 라이프웨이브에 지불해야 하는 금액은 무엇이든 상계할 권리가 있습니다. 해지에 관한 법률이 본 정책과 다를 경우 해당 국가 법률이 적용됩니다.

9.5 해지 사유

9.5.1 중대한 위반:

9.5.1.1 계약 또는 계정 해지

브랜드파트너가 중대한 위반을 한 경우 라이프웨이브는 계약 해지를 목적으로 계정을 정지하거나 계정을 해지할 수 있습니다. 라이프웨이브는 위반을 한 브랜드파트너에게 해당 조치의 사유를 포함한 계정 정지 또는 해지에 대한 서면 통지를 보냅니다. 통지는 이메일 및/또는 등기우편을 통해 서면으로 브랜드파트너에게 전달됩니다.

9.5.1.2 브랜드파트너 항변 또는 위반 시정

정지 조치를 받은 브랜드파트너는 (a) 통지일 이후 영업일 기준 삼(3) 일 이내에 (단, 제품 및 기획 주장 관련 위반은 48시간 내에 답변) 항변 또는 위반의 정상 참작 및 완화를 위한 사실을 근거로 답변하거나 (b) 위반을 시정할 권리가 있습니다. 상기 기간 내에 답변하지 않거나 위반을 시정하지 않는 경우 추가 통지 없이 해지가 이루어질 수 있습니다. 답변이 제출되면 라이프웨이브는 답변을 검토하고 추가 설명 요청을 하거나 해지 통지로 답변합니다.

9.5.1.3 해지일

해지 조치가 이루어지는 경우 해지는 조치에 제시된 대로 효력이 발생합니다.

9.5.1.4 정의

“중대한 위반”에는 교차 스폰서십, 라인 전환 또는 유인(4.7.1.1~4.7.1.3 참조), 권유 금지(4.7.2 참조) 규칙 미준수, 4.8.2 및 4.9.2를 위반하여 잘못된 제품 및 기획 주장을 하는 것, 계약에 위배되는 행위가 포함되나 이에 국한되지 않습니다.

특히 중대한 위반이 적용되는 경우는 라이프웨이브가 손해를 입었으며, 시정이 효과가 없으며, 브랜드파트너의 다운라인을 위반하는 것이 교차 스폰서십의 위협이 있다고 합리적으로 생각하는 경우입니다.

9.5.2 기타 위반:

위반이 9.5.1에서 정한 위반이 아닌 경우, 라이프웨이브는 해당 조치에 대한 사유를 제시하여 브랜드파트너의 계정을 정지시킬 수 있으며 브랜드파트너에 해당 조치를 서면으로 통지할 수 있습니다. 이는 이메일 또는 등기우편으로 전달합니다. 브랜드파트너는 (a) 통지일 이후 영업일 기준 삼(3) 일 이내에(단, 제품 및 기회 주장 관련 위반은 48시간 내에 답변) 항변 또는 위반의 정상 참작 및 완화를 위한 사실을 근거로 답변하거나 (b) 위반을 시정할 권리가 있습니다. 답변하지 않거나 위반을 시정하지 않는 경우 추가 통지 없이 해지될 수 있습니다. 답변이 제출되면 라이프웨이브는 답변을 검토하고 추가 설명 요청을 하거나 해지 통지로 답변합니다.

9.5.3 해지 효력:

해지 즉시 해지된 브랜드파트너는 다음을 해야 합니다.

9.5.3.1 삭제 및 중단

상표, 서비스 마크, 상호 및 라이프웨이브 제품, 플랜 또는 프로그램을 언급하거나 이와 관련한 간판, 라벨, 문구류, 광고물을 제거하고 그 사용을 영구 중단해야 합니다.

9.5.3.2 대표성

자신이 라이프웨이브의 브랜드파트너로 대표되는 상황을 중단해야 합니다.

9.5.3.3 계정, 바이너리 조직도, 향후 수당

등록자 조직도와 바이너리 조직도의 계정 및 직책에 대한 모든 권리가 상실되며, 이에 따른 향후 수당 및 수익 모두에 대한 권리가 상실됩니다.

9.5.3.4 필수 조치

라이프웨이브의 자료와 기밀 정보 및 지적 재산권 보호와 관련하여 라이프웨이브가 합리적으로 요구하는 모든 조치를 취합니다.

9.5.3.5 신청 금지

컴플라이언스(준법)부서의 검토와 승인 없이 신규 브랜드파트너 신청서를 제출하는 것이 금지됩니다.

9.5.3.6 판매

제품 판매를 즉시 중단해야 합니다.

9.5.4 발효일:

해지 통지는 브랜드파트너가 아래의 이의 제기 절차에 따라 적시에 이의를 제기하지 않은 경우 통지에 적힌 대로 효력이 발생합니다.

9.5.5 이의 제기:

해지된 브랜드파트너는 이의 제기 근거서를 라이프웨이브 컴플라이언스(준법)부서에 제출하여 해지에 대해 직접 또는 개인적으로 이의를 제기할 수 있습니다. (참고: 이유여하를 불문하고 전화 접수는 받지 않습니다.) 라이프웨이브가 해지 통지를 한 날로부터 영업일 기준 칠(7) 일 이내에 또는 통지에 명시된 대로 이의 제기서를 수령해야 합니다.

9.5.5.1 이의 제기 검토

브랜드파트너가 적시에 이의를 제기하면 라이프웨이브는 이의 제기서를 검토한 후 브랜드파트너에게 결정을 통지합니다. 라이프웨이브의 결정은 최종적이며 추가 검토는 이루어지지 않습니다.

9.5.5.2 최종 해지

라이프웨이브가 기한 내에 이의 제기서를 수령하지 못하면 해지가 최종이 됩니다.

9.5.5.3 이의 제기 거절

이의 제기가 거절된 경우 해지는 라이프웨이브 통지서에 적힌 일자대로 효력이 발생합니다.

9.5.6 브랜드파트너의 방해:

브랜드파트너가 컴플라이언스(준법) 문제를 조사 및/또는 해결하려는 회사의 노력을 어떤 방식으로든 방해하는 경우 회사는 이를 본 정책 위반으로 간주할 수 있습니다.

9.5.7 공지

징계 조치가 완료되면 라이프웨이브는 해당 징계 조치의 세부 사항을 공지할 수 있습니다.

9.5.8 위반 신고:

또한 위반 발생에도 불구하고 사적 이익을 얻기 위해 브랜드파트너가 의도적으로 또는 일부러 위반을 제대로 신고하지 않는 행위는 금지됩니다. 라이프웨이브는 이러한 행위를 한 브랜드파트너를 상대로 필요한 조치를 취할 권리가 있습니다. 따라서 브랜드파트너가 초기에 사적 이득이나 이익을 위해 위반사항을 제대로 신고하지 않다가, 나중에 더는 이익을 얻지 못하게 된 후 동일한 위반사항에 대해 청구를 제기하거나 신고하기로 하는 경우, 해당 브랜드파트너는 적절하다고 판단되는 대로 징계 제재를 받을 수 있습니다.

9.5.9 정책 위반 혐의:

진행 중인 사업 활동이 불필요하게 중단되는 일을 막기 위해, 회사는 위반 혐의가 발생한 날로부터 이(2) 년 이내에 불만 제기서가 접수되지 않으면 정책 위반 혐의에 대한 조치를 취하지 않을 수 있습니다.

9.6 해지 이후 조직 변경

회사가 라이프웨이브 브랜드파트너의 해지를 결정한 경우 라이프웨이브는 회사, 다운라인 조직, 업라인에 최선의 이익이 되는 방식으로 브랜드파트너의 다운라인을 재조정할 권리가 있습니다.

10. 기타

10.1 계약

10.1.1 완전 합의:

본 계약은 현재 형태로 그리고 라이프웨이브가 재량에 따라 수시로 개정하는 대로 라이프웨이브와 브랜드파트너 간 완전 합의를 구성합니다. 본 계약에 명시되지 않은 약속, 진술, 제안 및 기타 연락은 효력이 없습니다.

10.1.2 개정:

라이프웨이브는 재량에 따라 계약, 제품 가격, 제품 가용성, 제형을 적절하다고 판단하는 대로 개정할 권리가 있습니다. 계약 개정은 라이프웨이브의 웹사이트에 공개되며 공개 삼십(30) 일 이후 효력이 발휘합니다. 업데이트된 현 정보를 알고 있어야 하는 것은 브랜드파트너의 책임이며, 라이프웨이브는 브랜드파트너가 업데이트된 현 정보를 알고 있지 못한 것에 책임을 지지 않습니다. 관련 계약과 개정본 간 내용이 상충하는 경우 개정본을 따릅니다. 라이프웨이브 브로슈어, 제품 카탈로그, 가격 목록, 문서, 웹사이트 등이 개정되는 경우, 브랜드파트너는 가장 최신 버전만 사용할 수 있습니다.

10.1.3 면제

라이프웨이브가 본 정책 및 절차에 따른 권한을 행사하지 않거나 브랜드파트너가 본 문서의 조항에 대한 의무를 엄격히 지킬 것을 요구하지 않거나 당사자의 관습이나 관행이 계약과는 다르더라도 이것이 라이프웨이브가 올바른 준수를 요구할 권리를 포기한다는 의미는 아닙니다. 라이프웨이브의 면제는 서면 형태로 라이프웨이브의 허가된 임원이 서명을 한 경우만 인정됩니다. 라이프웨이브가 어느 브랜드파트너의 특정 실수를 간과한다고 해서 이것이 다른 브랜드파트너에 대한 라이프웨이브의 권리 및 의무에 영향을 미치거나 지장을 주는 것은 아닙니다. 또한 라이프웨이브가 실수에 즉각 조치를 취하지 않는다고 해서 이것이 해당 실수 및 향후 모든 실수에 대하여 문제제기를 할 권리를 포기하는 것은 아닙니다.

10.1.4 가분성:

해당 관할구역의 관련 구속력 있는 법률 또는 규정에 따라 본 정책 및 절차나 라이프웨이브가 정한 기준, 표준, 운영 절차를 포함한 계약 조항이 무효화되거나 집행 불가로 결정되면, 라이프웨이브는 유효하고 집행 가능하도록 만드는 데 필요한 범위까지 무효 또는 집행 불가 조항, 기준, 표준 운영 절차 또는 그 일부분을 수정할 권리가 있습니다. 브랜드파트너는 이러한 수정 사항을 반드시 준수해야 합니다. 이 같은 수정은 수정이 요구되는 관할구역에서 효력이 발생합니다.

10.1.5 양도:

브랜드파트너는 라이프웨이브의 사전 서면 동의 없이 계약에 따른 권리를 양도하거나 의무를 위탁할 수 없습니다. 라이프웨이브의 명시적인 서면 동의 없이 계약을 양도 또는 이관하려 할 경우 계약은 라이프웨이브의 선택에 따라 무효화되며 해지될 수 있습니다.

10.1.6 존속:

계약 약관에 따라 계약 해지 또는 만료 이후에도 존속하여 유효성이 유지되는 계약의 조항은 계약에 포함된 중재, 영업 금지, 권유 금지, 영업 비밀, 기밀 정보 약관을 포함하되 이에 국한되지 않으며, 계약 해지 또는 만료 이후에도 유효합니다.

10.2 기타

10.2.1 책임 제한:

비즈니스 관계에 관한 라이프웨이브의 이행, 불이행, 작위, 또는 부작위 때문에 브랜드파트너가 청구할 수 있는 모든 수익 손실과 부수적, 특별, 결과적 또는 징벌적 손해배상에 대해 라이프웨이브 및 그 계열사, 임원, 이사, 직원, 다른 브랜드파트너는 책임이 없으며 브랜드파트너는 이 같은 손실에 대해 라이프웨이브 및 그 계열사, 임원, 이사, 직원, 다른 브랜드파트너에게 책임을 묻지 않는다는 데 동의합니다. 상기 내용은 해당 문제가 계약, 불법 행위, 무과실 책임이나에 상관 없이 적용됩니다. 또한 브랜드파트너의 손해는 라이프웨이브로부터 직접 구매하여 브랜드파트너가 소유한 미판매 라이프웨이브 제품의 금액 및 미지급 수당 또는 보너스를 초과하지 않으며 이에 명시적으로 국한된다는 점에 동의합니다.

10.2.2 면책:

모든 브랜드파트너는 라이프웨이브, 그 주주, 임원, 이사, 직원, 대리인, 승계인을 그 어떠한 법적 청구, 손실, 비용, 법원 비용, 변호사 비용 등으로부터 보호한다는 데 동의합니다. 이 같은 보호는 (a) 브랜드파트너의 행위, (b) 브랜드파트너 계약 또는 본 정책 및 절차의 약관 위반, (b) 법률 미준수로 인해 발생하는 문제에 관한 것입니다. 특히, 브랜드파트너가 어떤 것을 하거나 하지 않은 이유로 라이프웨이브, 그 주주, 임원, 이사, 직원, 대리인, 승계인에게 법적 문제가 발생하게 되면 브랜드파트너는 자신이 해당 문제에 대한 책임이 있다는 데 동의합니다.

10.2.3 불가항력:

라이프웨이브는 파업, 노동력 부족, 화재, 전쟁, 정부 시행령, 명령 또는 당사자의 일반적인 공급원 축소 등 당사자의 통제를 벗어난 지연 또는 불이행에 대해 책임이 없습니다.

10.2.4 소송 제한:

브랜드파트너가 계약에 관련되거나 이에 따라 발생한 작위 또는 부작위에 대해 라이프웨이브를 상대로 소송을 제기하고자 할 경우, 이러한 소송은 소송의 원인이 발생한 날짜부터 일(1)년 이내에 제기해야 합니다. 해당 시효 안에 소송을 제기하지 못한 경우 해당 작위 또는 부작위에 대해 라이프웨이브를 상대로 한 모든 청구는 금지됩니다. 브랜드파트너는 다른 소멸 시효가 적용되는 모든 청구를 포기합니다.

부록 A: 대한민국

A.1 부적절 행위의 신고(1.5.6 개정)

불만은 compliancekr@lifewave.com에 제기해야 합니다.

A.2 갱신(1.6.2 대체)

브랜드파트너의 계정은 해당 기간의 마지막 달에 활동 중(보상 플랜에 정의된 대로)인 경우 해당 기간 종료 시 십이(12)개월 동안 추가로 자동 연장됩니다.

A.3 독립계약자(1.8 독립계약자 개정)

브랜드파트너는 자신이 독립계약자이며, 라이프웨이브의 직원, 파트너, 대리인 또는 가맹점이 아니라는 데 동의합니다. 브랜드파트너는 자신이 출장비, 식비, 숙박비, 비서, 사무실, 장거리 전화, 기타 경비를 포함하되 이에 국한되지 않는 모든 경비를 지불할 단독 책임이 있다는 데 동의합니다. 브랜드파트너는 연방 또는 주 세금 목적상 라이프웨이브 직원으로 취급되지 않는다는 것을 이해합니다.

A.4 법적 연령 및 기타 참여 요건(3.1 및 3.1.3 개정)

A.4.1 브랜드파트너로서 가입할 수 있는 법적 연령은 십구(19)세입니다. 3.1 및 3.1.3이 이에 따라 개정되었습니다.

A.4.2 다음에 해당하는 자는 브랜드파트너로서 가입할 자격이 없습니다.

- (a) 사립학교법에 따른 국가공무원, 지방공무원, 교육공무원 또는 교원
- (b) 미성년자(단, 4호 또는 5호에 해당하지 않는 법정대리인이 동의하는 경우는 예외)
- (c) 법인
- (d) 다단계 마케팅 사업 법인의 지배 주주 또는 임직원
- (e) 방문판매 등에 관한 법률 제49조에 따른 시정 조치를 최소 2회 받은 자(마지막 시정 조치 완료 이후 3년이 경과한 자는 제외)
- (f) 형의 집행이 종료된 것으로 간주되는 자 또는 형의 집행이 면제된 날부터 5년이 경과하지 않은 자 등 방문판매 등에 관한 법률을 위반하여 징역을 선고받은 자
- (g) 방문판매 등에 관한 법률을 위반하여 집행유예를 선고 받고 현재 집행유예 기간에 있는 자

A.4.3 대한민국에 거주하는 외국인은 유효한 외국인등록증 또는 외국인등록사실증명을 제출해야 하며, 유효한 비자가 있어야 합니다. 유효한 비자 상태가 변경될 경우 국가에서 활동이 제한될 수 있습니다.

A.4.4 타인의 명의를 사용하여 브랜드파트너로 가입하는 것은 금지됩니다.

A.4.5 제3자가 대신하여 작성하는 경우, 본인으로부터 동의를 받았다고 제3자가 구체적인 증거를 들어 설명하지 않는 이상 가입신청서는 무효처리되며 제3자는 민사상 책임과 형사상 책임을 져야 할 수 있습니다.

A.5 계정 양도 금지(3.9 및 3.10 삭제(3.10.2, 3.11, 3.12, 3.13 제외))

위 조항 및 양도에 대한 기타 모든 참조내용(사망 시 제외)이 삭제되었습니다.

A.6 개인만 해당(3.5, 3.8, 3.9.3.3 삭제)

브랜드파트너는 개인만 가능합니다. 따라서 3.5, 3.8, 3.9.3.3은 삭제되었으며, 법인을 언급한 다른 조항도 삭제된 것으로 간주합니다.

A.7 박람회 반품(4.15.2 개정)

박람회 및 기타 행사를 위해 허위로 보고하고 구매한 제품의 반품은 제한될 수 있습니다. 회원은 전시회 요청 시 행사용으로 구매할 제품의 수량을 명시해야 합니다. 브랜드파트너는 행사용으로 구매할 제품의 수량을 정해야 합니다. 이는 행사 당시 또는 행사 종료 후 브랜드파트너의 주문 내역에서 확인합니다. 행사를 주최하는 브랜드파트너는 행사에서 사용 판매할

제품은 본인 계정으로 구매해야 하며 타인의 계정을 사용할 수 없습니다. 브랜드파트너는 재고 과잉을 최소화하기 위해 행사의 재고를 관리해야 합니다

A.8 권장소비자가격(4.17 삭제)

4.17은 삭제된 것으로 간주합니다.

A.9 70% 규정 및 이월 주문 해당 없음(6.1.3 및 6.1.4 삭제)

6.1.3 및 6.1.4의 규정은 해당이 없으며 삭제된 것으로 간주합니다.

A.10 복구비

(6.3.3.2 개정 및 재작성)

브랜드파트너가 라이프웨이브 제품에 대해 “선지급” 수당을 받은 후 환불을 받는 경우 회사의 재량에 따라 “미수령” 수당이 차감 보정될 수 있습니다. 지불 거절 금액은 지불 거절이 해소될 때까지 향후 수당에서 공제됩니다. 브랜드파트너가 받은 수당은 사기성 사업 또는 비윤리적 활동을 이유로 100% 지불 거절될 수 있습니다

A.11 판매 홍보 및 스폰서 교육(7.1.3.2에 추가)

브랜드파트너는 자신의 성과 수준에 관계없이 신규 고객을 창출하고 기존 고객에 서비스를 제공하여 판매를 개인적으로 계속 홍보해야 하는 의무가 있습니다. 브랜드파트너는 신규 다운라인에게 동기를 부여하고 제품 지식, 효과적인 판매 기법, 보상 플랜, 본 정책 및 절차의 준수에 대해 관련 교육을 할 책임이 있습니다. 또한 후원하는 브랜드파트너에게 진정한 지원과 교육을 제공하여 다운라인이 라이프웨이브 사업을 적절히 운영하도록 해야 합니다.

A.12 세금

A.10.1 소득 원천징수 및 신고: 라이프웨이브는 브랜드파트너의 수당에 대해 현행 세율에 따라 세금을 원천징수하여 국세청에 납부합니다.

A.10.2 VAT: 제품에는 부가가치세(“VAT”)가 적용됩니다. 라이프웨이브는 VAT 비용을 제품 비용에 포함하며 징수한 VAT를 국세청에 납부합니다.

A.13 분쟁

A.13.1 분쟁:

계약 관련 모든 분쟁은 브랜드파트너의 주소를 관할하는 관할 법원에서 해결해야 합니다. 본 계약은 국제사법 원칙이 아닌 대한민국 법률을 준거법으로 하고 이에 따라 해석합니다.

A.13.2 집단소송 포기:

당사자들은 UUAA의 절차 및 규정 내 해당 소송 허용 여부와 관계없이 집단소송, 통합소송, 대표소송이 아닌 개인별 소송만 진행된다는 점에 명시적으로 동의합니다. 당사자들은 집단소송을 제기하거나 이에 참여하거나 집단소송 또는 대표소송으로 구제를 구할 권리를 명시적으로 포기합니다.

A.14 라이프웨이브

브랜드파트너는 다음 대상과 계약을 체결하였습니다.

라이프웨이브코리아 주식회사
서울특별시 강남구
영동대로 731 B2
사업자등록번호 648-81-02620

부록 B: 반품 · 환불 · 교환

B.1 반품 절차

브랜드파트너 웹사이트에서 제품을 구매한 브랜드파트너 또는 우수고객(보상 플랜에 정의된 대로)은 결함으로 인한 제품 반품이 아닌 이상(B.5 참조) 교체, 교환, 환불을 위한 제품 반품 시 다음 절차를 준수해야 합니다. 제품 회수 신청서는 구매를 한 우수고객 또는 브랜드파트너만 제출할 수 있습니다.

B.1.1 RMA:

반품을 위해서는 고객서비스부서에 연락해야 합니다 백오피스로 문의서를 제출하거나 +82 1670 4939번으로 전화를 거시기 바랍니다. 제품을 반품하기 전 반드시 반품승인(RMA) 번호를 받아야 합니다. 고객은 자신에게 제품을 판매한 브랜드파트너에게도 연락해야 합니다.

B.1.2 배송:

라이프웨이브가 지정한 배송업체가 해당 주소에서 제품을 회수합니다. 택배상자 겉면에 RMA 없이 수령된 배송품은 거부될 수 있습니다.

B.1.3 비용:

제품 반품의 모든 배송비는 회사의 책임입니다.

B.1.4. 복수 주문

제품을 복수 주문으로 구매한 경우 각 주문당 개별 회수가 이루어지며 반품은 합쳐서 진행할 수 없습니다.

B.2 고객 반품

B.2.1 브랜드파트너로부터 직접 구매한 경우:

브랜드파트너가 고객에게 직접 판매를 한 경우, 브랜드파트너는 고객이 주문을 취소 또는 철회할 경우 직접 환불해 줘야 합니다. 하지만 브랜드파트너의 연락처 변경, 위치 미확인 등과 같이 철회를 진행하기 어려운 경우, 라이프웨이브에 직접 철회를 요청할 수 있습니다.

B.2.2. 최초 주문:

고객이 최초로 주문한 경우 라이프웨이브는 라이프웨이브 브랜드파트너의 복제 웹사이트로 구매한 제품의 최초 주문에 대해 고객에게 90일 환불 보장을 실시합니다. 해당 보장은 처음 구매한 각 제품에 대해 별도로 적용됩니다.

B.2.3 고객의 후속 주문:

고객의 후속 주문의 경우, 고객은 제품을 받은 후 십사(14) 일 이내에 주문을 철회할 수 있습니다. 하지만 제품이 전시 또는 광고와 다르거나 제품 공급이 계약과 다른 경우, 소비자는 배송일로부터 삼(3) 개월 이내 또는 이러한 차이를 실제 인지하거나 합리적으로 인지했다고 보는 날로부터 삼십(30) 일 이내에 구매 철회를 요청할 수 있습니다.

B.2.4 환불:

B.2.4.1 대면 또는 신용카드 판매

환불: 이미 공급된 제품에 대하여 대면 판매의 경우 브랜드파트너에게 반품하며, 브랜드파트너는 제품이 반품된 날(즉, 제품이 브랜드파트너에게 도착한 날) 이후 영업일 기준 삼(3) 일 이내에 제품의 가격을 환불합니다. 반면, 결제가 신용카드로 이루어진 경우 브랜드파트너는 결제 서비스 제공업체에 요금 부과를 정지 또는 취소할 것을 즉시 요청하고 이후 결제 서비스 제공업체에서 후속 절차를 결정합니다.

B.2.4.2 웹사이트 판매

브랜드파트너의 복제 웹사이트에서 결제가 이루어진 경우 고객은 B.1의 절차를 따릅니다.

B.2.5. 부분 소비 제품:

제품이 이미 부분적으로 사용되거나 소비된 경우, 브랜드파트너는 제품의 사용 또는 소비에 따른 혜택이나 제품의 해당 부분을 공급하는 데 소요된 비용에 대해 해당 금액을 지급할 것을 소비자에게 요청할 수 있습니다.

B.3 브랜드파트너 반품

B.3.1 취소 및 예외:

브랜드파트너는 구매 계약 체결일 이후 삼(3) 개월 내에 서면으로 라이프웨이브에 자신의 구매를 철회할 수 있습니다 (방문판매 등에 관한 법률 제17조제(2)항). 하지만 예외사항은 다음과 같습니다.

B.3.2.1 과도한 재고

라이프웨이브에 보유한 재고를 허위 보고하여 제품 재고가 과도한 경우

B.3.2.2 제품 손상

재판매가 어려울 정도로 제품이 손상된 경우

B.3.2.3 제품 분실

브랜드파트너의 귀책 사유로 제품을 분실하거나 제품이 손상된 경우(내용물 확인을 위해 포장을 뜯은 경우는 제외)

B.3.2.4 부분 사용 또는 소비

제품의 가치가 부분 사용 또는 소비로 인해 크게 감소된 경우(단, 이는 제품 철회 등 권리가 저해되지 않도록 조치를 취한 경우에 국한됩니다. 이러한 조치에는 제품 포장지나 쉽게 눈에 띄는 곳에 제품 철회 불가를 분명히 표기하는 것, 시범사용 제품 제공 등이 있습니다.)

B.3.2.5 포장 파손

재생산 가능한 제품의 포장이 파손된 경우

B.3.2.6 개별 제작

제품이 소비자 또는 브랜드파트너의 주문에 따라 개별 제작되는 경우는 철회가 이루어지면 라이프웨이브에 돌이킬 수 없는 손해를 입히기 때문에 라이프웨이브가 거래에 대해 소비자 또는 브랜드파트너에게 별도의 사전 통지를 하고 소비자 또는 브랜드파트너의 서면(전자 포함) 동의를 받은 경우

B.3.2 제품 반품 및 환불:

브랜드파트너의 철회의 경우, 이미 공급된 제품은 반품되어야 하며 라이프웨이브는 제품이 반품된 날짜(즉, 제품이 라이프웨이브에 도착한 날)로부터 영업일 기준 삼(3) 일 이내에 제품의 가격을 환불합니다. 반면, 결제가 신용카드로 이루어진 경우 라이프웨이브는 결제 서비스 제공업체에 요금 부과를 정지 또는 취소할 것을 즉시 요청하고 이후 결제 서비스 제공업체에서 후속 절차를 결정합니다.

B.3.3 공제:

공제 : 다단계판매업자 또는 후원방문판매업자가 물품 또는 용역의 수익금에서 비용을 공제할 수 있는 경우는 해당 다단계판매업자 또는 후원방문판매업자가 공급받은 물품 또는 용역을 제공받은 날부터 1개월 이내에 반환하는 경우로 한정하되, 그 공제비용은 다음 각 호의 제한에 의합니다. 다만, 다단계판매업자 또는 후원방문판매업자의 등록이 취소되어 물품 또는 용역을 반환하는 경우에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 금액의 2분의 1을 초과할 수 없습니다:

B.3.3.1 이(2) 개월 이내 반품

제품 또는 서비스를 제공받은 날로부터 1개월 이상 2개월 이내에 반품하는 경우: 제품 또는 서비스 대금의 오(5) 퍼센트 이내로서 당사자 간에 약정한 금액

B.3.3.2 삼(3) 개월 이내 반품

제품 또는 서비스를 제공받은 날로부터 2개월 이상 3개월 이내에 반품하는 경우: 제품 또는 서비스 대금의 칠(7) 퍼센트 이내로서 당사자 간에 약정한 금액

B.3.3.3 다만, 다단계판매업자 또는 후원방문판매업자의 등록이 취소되어 물품 또는 용역을 반환하는 경우에는 상기 각 호의 어느 하나에 해당하는 금액의 2분의 1을 초과할 수 없습니다. 또한 브랜드파트너의 등록 취소로 인한 반품의 경우, 상기 금액의 절반에 해당하는 금액이 공제됩니다.

B.3.4 부분 사용에 대한 지급:

제품이 이미 일부 사용되거나 소비된 경우, 라이프웨이브는 제품의 사용 또는 소비에 따른 수익이나 제품을 공급하는 데 든 소요된 비용에 대해 해당 금액을 지급할 것을 브랜드파트너에게 요청할 수 있습니다.

B.4 사기성 계정

브랜드파트너가 본 정책 및 절차에 반하여 고의로 다수 계정을 만든 경우 환불은 확대 적용되지 않습니다.

B.5 손상 또는 결함이 있는 제품

배송 시 손상되거나 결함이 생긴 제품은 교체를 위해 반품할 수 있으며 제품 수령 후 검사가 이루어집니다. 브랜드파트너 고객은 손상 또는 결함이 있는 제품을 받은지 삼십(30) 일 이내에 회사에 통지할 책임이 있습니다.

B.6 주문 분실 누락

브랜드파트너 고객은 예상 배송일로부터 영업일 기준 오(5) 일 이내에 주문 분실 누락을 보고해야 합니다.

B.7 교환

라이프웨이브는 다음의 조건에서 제품을 교환합니다.

B.7.1 교환 요청서:

모든 교환 요청서는 포장을 뜯지 않은 제품의 배송일로부터 삼십(30) 일 이내에 라이프웨이브의 고객센터부서에 제출해야 합니다.

B.7.2 추가 반품 교환:

브랜드파트너 고객이 특정 주문의 제품을 교환한 경우, 교환된 제품은 추가 교환 또는 환불을 위해 반품할 수 없습니다.

부록 C: 허가되는 제품 및 수익 주장

C.1 허가되는 제품 주장

브랜드파트너는 제품 주장을 아래 허가된 주장으로 국한합니다.

라이프웨이브®

제품 설명에 허용되는 용어에 대한 지침

(2023년 12월 28일)

목차

| | |
|-----------------------|------------------------------|
| 지침에 대한 안내 | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| 일반 가이드라인 | 42 |
| 제품 | |
| X39 패치® | 43 |
| 와이-에이지 글루타치온 패치 | 43 |
| 와이-에이지 카르노신 패치 | 43 |
| 와이-에이지 이온 패치 | 43 |
| 아이스웨이브 패치 | 43 |
| 기타 설명 | 44 |
| 광선 요법 | 44 |
| 과학 | 44 |

1. 지침에 대한 안내

먼저 브랜드 파트너분들의 노고와 헌신에 감사드립니다. 여러분이 있기에 라이프웨이브의 미래는 점점 더 밝아지고 있습니다. 브랜드파트너 분들의 건강한 사업활동을 돕고자 회사는 제품 등에 사용할 수 없는 표현에 대한 지침을 만들어 제공해 드립니다.

한국식약처는 줄기세포 및 치료 등과 같은 문구, 또 제품이 천연물질로 만들어졌다는 표현을 포함하는 모든 주장(클레임)을 의약품에 한한 주장(클레임)으로 규정하고 있습니다. 또한 “빛을 활용하여 GHK-Cu와 같은 펩타이드의 체내 함량 증가”와 같은 표현 역시 일반 웰니스 제품의 설명에 부적절하다고 해석할 수 있으며, 적절하지 않은 주장 (클레임)을 할 경우 관련법에 따른 처벌을 받게 될 수도 있습니다. 따라서 일반 웰니스 제품에 사용할 수 있는 표현만 활용하여 제품을 설명하여 여러분의 사업 활동을 보호할 수 있기 바랍니다.

2. 일반 가이드라인

라이프웨이브 제품은 웰빙 라이프 스타일을 위한 제품입니다. 이는 브랜드 파트너가 일반적인 건강 상태 또는 건강한 활동을 유지하거나 장려하기 위해 제품이 어떻게 개발되었는지 설명할 수 있음을 의미합니다. 이는 또한 제품이 신체의 구조나 기능에 어떤 영향을 미칠 수 있는지 또는 제품 사용이 신체에 미치는 건강상의 이점에 대해 주장할 수 없음을 의미합니다.

3. 제품

X39 패치®

사용할 수 없는 표현

노화를 늦출 수 있습니다.

X39®는 건강한 줄기세포 활동을 지원하여 회복 및 젊어 지게 해줍니다.

줄기세포 패치

DNA 복구, 회복, 손상방지, 재생

기적의 패치 임상 연구에서 노화된 간세포가 GHK-Cu 에 노출되었을 때, 더 젊고 건강한 세포처럼 기능하기 시작했다는 것이 발견되었습니다.

X39 와 함께 젊음을 되돌려보세요!

건강한 줄기세포 활동을 지원합니다.

줄기세포 복구, 줄기세포 재생, 회춘, 세포 재생, 세포분열 촉진

경미한 통증 완화를 지원합니다. 통증 완화

애완동물(고양이, 개 등)에게 사용합니다. 식물에게 사용합니다.

와이-에이지 글루타치온 패치

사용할 수 없는 표현

글루타치온은 신체의 주요 항산화제입니다

면역 체계를 지원합니다

저장된 독소의 방출을 촉진합니다.

전반적인 건강을 향상시킵니다.

특히 받은 독점 형태의 광선요법 면역력 강화, 디톡스, 해독작용, 명현반응

글루타치온을 통해 얻은 강력한 면역 체계가 여러분 건강을 위한 최고의 방어입니다.

애완동물(고양이, 개 등)에게 사용합니다. 식물에게 사용합니다.

와이-에이지 카르노신 패치

사용할 수 없는 표현

항산화 특성을 지닌 자연 발생 아미노산인 카르노신의 생성을 증가시킵니다. 이동성, 유연성, 힘 및 균형을 지원합니다.

근력과 유연성이 향상됩니다.

전반적인 건강을 향상시킵니다.

장기의 생체 전기적 특성을 향상시킵니다.

근육증가, 다이어트 효과, 체지방 감소 효과

움직임은 우리를 젊게 만든다.

애완동물(고양이, 개 등)에게 사용합니다. 식물에게 사용합니다.

와이-에이지 이온 패치

사용할 수 없는 표현

신체의 건강한 염증 반응을 지원합니다.

휴식을 촉진합니다.

스트레스 감소 효과가 임상적으로 입증됨.

애완동물(고양이, 개 등)에게 사용합니다. 식물에게 사용합니다.

아이스웨이브 패치

사용할 수 없는 표현

아이스웨이브는 통증, 통증 및 불편함의 원인을 완화하도록 특별히 설계되었습니다.

중독성 없이 경미한 통증 완화를 지원합니다

동작 범위 향상

빠른 완화를 제공합니다

애완동물(고양이, 개 등)에게 사용합니다. 식물에게 사용합니다.

4. 기타 설명

포토테라피

| | |
|----------------------------------|---|
| | 사용할 수 없는 표현 |
| 포토테라피란 무엇입니까? | “주름을 줄이고 기타 심각한 피부 상태를 치료하는 데 도움이 되는 저수준 레이저 요법과 같은 현대적인 형태의 광선 요법.” 피부 탄력, 주름 개선, 회춘, 노화방지 |
| 라이프웨이브 패치는 어떻게 작동하나요? | <ul style="list-style-type: none"> ● 표현 가능 신체는 적외선 형태로 열을 방출합니다. 우리 패치는 몸에 부착되었을 때 이 적외선을 포착하고 반사하도록 합니다. 이 과정에 피부의 특정 지점을 자극하여 <u>전반적 건강에 도움을 드리고 웰빙 라이프스타일을 즐길 수 있도록 도와드리는</u> 각 패치의 고유 특징을 만들어 냅니다. ● 표현 불가능 신체는 적외선 형태로 열을 방출합니다. 우리 패치는 몸에 부착되었을 때 이 적외선을 포착하고 반사하도록 합니다. 이 과정에 피부의 특정 지점을 자극하여 <u>줄기세포를 증가시키고, 젊음을 유지하게 해 드리고, 에너지가 폭발하게 해 드리고, 모발이 자라게 해 드리고, 통증이 사라지게 해 드리는</u> 각 패치의 고유 특징을 만들어 냅니다. |
| LifeWave 패치가 다른 패치와 다른 점은 무엇입니까? | 각 패치는 특허받은 테라피 기술로 통증을 감소시키고, 줄기세포를 활성화합니다. |

과학

| |
|-------------------------|
| 사용 불가능한 표현 |
| 과학 연구에 대한 모든 언급을 삭제하세요. |

C.2 허가되는 기획 주장

브랜드파트너는 수익 및 라이프스타일 주장을 아래 허가된 주장으로 국한합니다.

| 주장 | 해도 되는 것 | 하지 말아야 할 것 |
|---------------|--|---|
| 보상 플랜 및 수익 주장 | <p><u>일반적 수익 및 일반적 수익 범위에 대한 언급.</u> 일반적 브랜드파트너가 벌 수 있는 수익만 언급합니다.</p> <p><u>라이프스타일 주장</u> 라이프스타일 수입 주장에는 보통 해외 휴가, 부를 나타내거나 암시하는 기타 항목이 포함된 진술(또는 사진)이 포함됩니다. 이러한 주장은 보상 플랜에 구체적으로 제시되는 보상(여행 등)에 국한됩니다. 단, 회사가 승인한 고지가 포함되어야 합니다.</p> <p><u>용어.</u> “수익 기회,” “경제적 기회” 또는 “재택 기회”와 같은 용어를 사용합니다. “부 창출”보다는 “수입 창출”과 같은 용어를 사용합니다.</p> <p>시간 또는 노력을 투자한다고 말하는 것은 괜찮습니다. 단, 돈을 투자한다고 해서는 안 됩니다.</p> | <p><u>일반적이지 않은 수익에 대한 언급 및 수입 추천.</u> 개인 월급, 개인 수익, 개인적 경험을 보여주거나 설명하지 않습니다. “제일 많이 버는 브랜드파트너의 경우 작년엔 XXX달러를 벌었습니다.” 또는 “고위급 프레지덴셜 디렉터는 매월 평균 XXX달러를 벌입니다.”와 같은 말은 하지 않습니다. EDS를 참조하세요.</p> <p><u>가상의 수익 주장.</u> 브랜드파트너는 잠재적 수익에 대한 가상의 주장을 하지 않습니다. 브랜드파트너는 잠재적 수익을 설명하는 경우 EDS만 참조합니다.</p> <p><u>재정 상태 관련 금지 용어.</u> “경제적 자유”, “백만 달러”, “은퇴” 등 일반적 브랜드파트너가 벌 수 있는 수익보다 많은 것을 암시하는 용어를 사용하지 않습니다.</p> <p><u>고용 상태 관련 금지 용어.</u> “고용 기회” 등 고용주 관계를 암시하는 용어를 사용하지 않습니다.</p> <p><u>피해야 하는 단어.</u> “수동적 수입”, “투자”, “투자하다”라는 말은 피합니다.</p> |
| 스타터 키트 | <p><u>기획 주장.</u> 기획을 논의할 때 브랜드파트너는 판매 도구의 구매가 선택 사항이라는 점을 언급해야 합니다.</p> <p>스타터 키트의 구매를 설명할 때 “비용” 또는 “지출”이라는 단어를 사용합니다.</p> | <p><u>제품 구매.</u> 브랜드파트너는 개인을 브랜드파트너로 등록한다는 조건하에 해당인에게 제품 구매를 요구할 수 없습니다. 제품 구매는 선택 사항입니다.</p> |
| 온라인 | <p><u>독립계약자 지위.</u> 소셜 미디어에 게시하거나 라이프웨이를 어느 곳이든 홍보하는 경우, 브랜드파트너는 라이프웨이와의 관계, 즉 라이프웨이의 독립 브랜드파트너라는 점을 언제나 밝혀야 합니다.</p> | |
| 반복 주문(MSO) | <p><u>MSO 제안.</u> 브랜드파트너는 고객에게 서비스를 제공함으로써 잠재 고객과 공유하기 위해, 본인 스스로 사용하기 위해 MSO를 제품을 떨어지지 않게 유지하는 수단으로 권장할 수 있습니다.</p> <p><u>MSO 명시.</u> 브랜드파트너는 MSO가 브랜드파트너가 되는 것 그리고 보상을 받는 것에 있어 선택 사항이라는 점을 명시해야 합니다.</p> | <p><u>금지되는 MSO 제안.</u> MSO를 활동 유지 또는 보상 자격 획득을 위한 것이라고 권장하지 않습니다.</p> <p>예시: “브랜드파트너가 되거나 보상 플랜에서 활동성을 유지하려면 제품을 주문하거나 MSO 프로그램에 참여해야 합니다.”</p> |
| 구매 요건 | <p><u>PV 요건.</u> 브랜드파트너는 브랜드파트너가 보상 플랜에 따른 수익 수령 자격을 갖추려면 특정 양의 PV를 창출해야 한다고 말할 수 있습니다.</p> | <p><u>구매 금지 요건.</u> 개인 구매 요건을 부과하지 않습니다. 브랜드파트너에게 최소 물량의 제품을 구매하라고 요구하지 않습니다.</p> |
| PV 창출 및 활동 중 | <p><u>PV 창출 용어.</u> 활동 중인 상태가 되기 위하여 PV 창출을 말할 때는 “창출” 및 “고객에게 판매”와 같은 용어를 사용합니다.</p> <p><u>팀 구축 용어.</u> “개인적으로 후원하는 브랜드파트너의 사업 개발을 도와 성장하는 팀을 만듭니다.”와 같은 용어를 사용합니다.</p> | <p><u>금지된 PV/BV 창출 용어.</u> PV 또는 BV가 창출되는 방식을 설명할 시 “구매”라는 말은 피합니다.</p> |

| | | |
|-------------------------------|--|---|
| <p>승급 관련</p> | <p>직급 자격. 승급을 위한 PV 요건을 말할 때는 다음 중 하나가 허용됩니다. “다음 직급 자격을 얻으려면, 브랜드파트너는 수당 달에 우수고객에 110건의 PV 판매와 개인 구매로 활동 중이어야 합니다.”</p> | <p>직급 구매. 브랜드파트너는 직급 구매를 암시할 수 없습니다.</p> |
| <p>브랜드파트너 지위</p> | <p>독립계약자 지위. “독립계약자” 또는 “독립 브랜드파트너”와 같은 용어를 사용합니다.</p> | <p>금지된 고용 용어. “고용” “고용주” “일자리” “비정규 고용” 등 고용 용어를 사용하지 않습니다.</p> <p>파트너. 법적인 파트너십을 암시하지 않도록 “파트너”라는 용어를 사용할 때 주의를 기울입니다.</p> |
| <p>기회 구축</p> | <p>제품 판매. 고객을 대상으로 한 제품 판매와 강력한 고객층 구축을 강조합니다.</p> <p>기회 용어. “파트타임”, “보충 수입”과 같은 용어를 사용합니다.</p> <p>“유연성” 및 제품 판매 시 원하는 “방식”으로 원하는 “시간”에 일할 수 있는 능력이라는 용어를 사용합니다.</p> <p>라이프웨이브의 소비자 중심 접근법을 언급합니다. “제품 환불 정책 및 낮은 시작 비용”</p> | <p>모집을 지나치게 강조하지 않습니다.</p> <p>정규 고용에서 은퇴를 암시하지 않습니다.</p> |
| <p>라이프웨이브를 적절한 회사로 언급합니다.</p> | <p>“사람들이 원하는 제품”, “2004년 설립”, “총 판매액 XXX만 달러”, “XX개국에서 사업 운영”과 같은 문구를 사용합니다.</p> | |