

У Т В Е Р Ж Д А Ю :
Генеральный директор TSQ Consulting
ООО «СПб.Тренинг» Корпорация успеха»
_____ А.М. Кудимов
«11» января 2022 г.



ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ ОТВЕТСТВЕННОГО МАРКЕТИНГА Компании TSQ Consulting



Оглавление

1. Назначение и область применения документа	3
2. Термины и определения	3
3. Принципы и правила реализации политики ответственного маркетинга	3
4. Реализация политики	5
5. Связанные документы	5

1. Назначение и область применения документа

TSQ Consulting – находится в тройке рейтинга консалтинговых компаний в области управления персоналом и на четвертом месте в области стратегического планирования и организационного развития, согласно рейтинговому агентству «Эксперт РА».

TSQ Consulting (далее – «Компания») помогает компаниям реализовать успешные изменения, работая над решениями в сферах управленческого и HR-консалтинга. Компания поддерживает цели устойчивого развития ООН (ЦУР), в частности ЦУР №17 «Партнерство в интересах устойчивого развития». Для достижения данной цели важно обеспечить достоверную и честную коммуникацию с клиентами в отношении маркетинга и продвижения услуг.

Данная политика описывает принципы и ответственность Компании в отношении маркетинговых коммуникаций, которые строятся по принципам законности, достоверности, уважения и ответственности. Они поддерживаются принципами социальной ответственности и уважения к добросовестной конкуренции.

Данная Политика охватывает всех руководителей и сотрудников Компании.

2. Термины и определения

Компания – TSQ Consulting – консалтинговая компания (ранее SPB Training).

Сотрудник – физическое лицо, находящееся в трудовых отношениях с Компанией.

Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Маркетинговые коммуникации – реклама, промо-акции, спонсорство, прямой маркетинг и цифровые маркетинговые коммуникации, включая любые коммуникации, осуществляемые непосредственно рекламодателями или от их имени, прежде всего с целью продвижения продукции или воздействия на поведение потребителей.

Гринвошинг – маркетинговые коммуникации, цель которых ввести потребителя в заблуждение относительно целей организации в экологичности продукции или услуги, представить их в благоприятном свете.

Гринхашинг – ограничение сообщений о планируемых, реализуемых инициативах и результатах завершенных проектов в области устойчивого развития.

Устойчивое развитие – деятельность, ориентированная на создание ценности для всех стейкхолдеров компании путем достижения баланса между экономическими, экологическими и социальными аспектами деятельности.

3. Принципы и правила реализации политики ответственного маркетинга

Компания осознает степень воздействия маркетинговых коммуникаций на поведение клиентов и поэтому берет на себя обязательство осуществлять деятельность в данной сфере, руководствуясь следующими принципами:

3.1. Принцип законности

Компания осуществляет деятельность, связанную с рекламой и маркетинговыми коммуникациями, в соответствии с применимыми законодательными и нормативно-правовыми актами, действующими на территории Российской Федерации.

3.2. Принцип достоверности

TSQ Consulting помогает компаниям управлять изменениями, передает знания, опыт и методы, чтобы организации могли заложить фундамент долгосрочного процветания и гармоничного роста. Подходы устойчивого развития, которые Компания «зашивает» в свои услуги, помогают клиентам достигать уникальных результатов, сохраняя баланс между экономической, экологической и социальной составляющими бизнеса.

Компания использует только добросовестную рекламу и стремится к тому, чтобы все маркетинговые коммуникации были достоверными в рамках информации об услугах, предоставляемых Компанией, и не вводили клиентов в заблуждение.

3.3. Защита персональных данных клиентов

Компания уважает и защищает право клиентов на неприкосновенность частной жизни и ответственно относится к выполнению обязательств, закрепленных в соглашениях о неразглашении.

Действия, связанные со сбором, записью, систематизацией, накоплением, хранением, уточнением, извлечением, использованием, передачей (распространением, предоставлением, доступом), обезличиванием, блокированием, удалением, уничтожением персональных данных клиентов для маркетинговых целей, совершаются в соответствии с законодательством Российской Федерации и Политикой в области обработки персональных данных.

3.4. Ответственное партнерство

Компания стремится минимизировать число партнерств и участие в мероприятиях, цели которых противоречат принципам устойчивого развития и целям Компании в области устойчивого развития, могут быть расценены как «гринвошинг» или являются неоднозначными с этической точки зрения.

При принятии решения об осуществлении партнерской деятельности Компания оценивает, среди прочего, потенциальное социальное и/или экологическое воздействие партнерства или мероприятия. Компания приветствует, если публичные лица, привлекаемые к участию в рекламных и маркетинговых коммуникациях, разделяют принципы устойчивого развития.

3.5. Уважение к клиенту

Компания использует рекламу и маркетинговые коммуникации, содержание которых не нарушает права человека, не унижает человеческое достоинство, не транслирует никаких форм дискриминации (исключением может стать саркастический характер выступлений спикеров без намерений унижить человеческое достоинство), и стремится в своих маркетинговых коммуникациях отображать и поощрять равенство и разнообразие среди сотрудников и клиентов, согласно Политике TSQ Consulting в области равных возможностей.

3.6. Соблюдение рекомендаций по предоставлению информации об устойчивости

Компания в своих маркетинговых коммуникациях руководствуется основными рекомендациями программы ООН по охране окружающей среды:

- Надежность. Сообщения об экологичности и социальной ответственности мы подкрепляем проверяемыми фактами и предоставляем конкретные данные.
- Актуальность. В коммуникациях мы фокусируемся на значимых аспектах для нашей компании и отрасли.
- Ясность. Мы делаем информацию легкой для восприятия и наглядной, рассказываем о конкретных услугах, инициативах и характеристиках.
- Прозрачность. Мы стремимся размещать в открытом доступе максимальное количество данных, связанных с инициативами устойчивого развития компании.

- **Доступность и многоканальность.** Мы рассказываем о вопросах устойчивого развития и размещаем ссылки на дополнительные материалы, используя доступные и удобные для этих целей каналы коммуникации.
- **Изменение привычек и долгосрочные последствия.** При работе с аудиторией мы ненавязчиво транслируем ценности социальной и экологической ответственности, и готовы предоставить рекомендации по организации мероприятий с наименьшим негативным воздействием на окружающую среду.
- **Сотрудничество.** Мы работаем совместно с другими заинтересованными компаниями для продвижения повестки устойчивого развития.

4. Реализация политики

Компания организует обязательное ознакомление всех сотрудников с настоящей Политикой и прохождение ими обучения по устойчивому развитию, включающего основные положения Стратегии устойчивого развития Компании.

В случае выявления нарушений положений Политики сообщить об этом руководителю отдела маркетинга или директору по устойчивому развитию.

В случае выявления фактов нарушения положений Политики Компания принимает меры по устранению и предотвращению таких нарушений в соответствии с порядком, установленным в Компании.

Ответственность за успешное внедрение данной Политики лежит на каждом сотруднике Компании на всех уровнях.

Настоящая Политика утверждается Генеральным директором и подлежит периодическому пересмотру с целью поддержания ее актуальности.

5. Связанные документы

1. Федеральный закон РФ от 13.03.2006 N° 38-ФЗ «О рекламе».
2. Федеральный закон РФ от 27.07.2006 N° 152-ФЗ «О персональных данных».
3. Кодекс рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты, от 2018 года (ICC Advertising and Marketing Communications Code, 2018).
4. GRI Standards.
5. Руководство по предоставлению информации об устойчивости продукции, ЮНЕП (Guidelines for Providing Product Sustainability Information 2017).
6. Стратегия устойчивого развития TSQ Consulting.
7. Политика в области устойчивого развития TSQ Consulting.
8. Кодекс делового поведения и этики TSQ Consulting.
9. Кодекс взаимодействия с бизнес-партнерами TSQ Consulting.
10. Политика в области равных возможностей TSQ Consulting.
11. Политика в области обработки персональных данных TSQ Consulting.