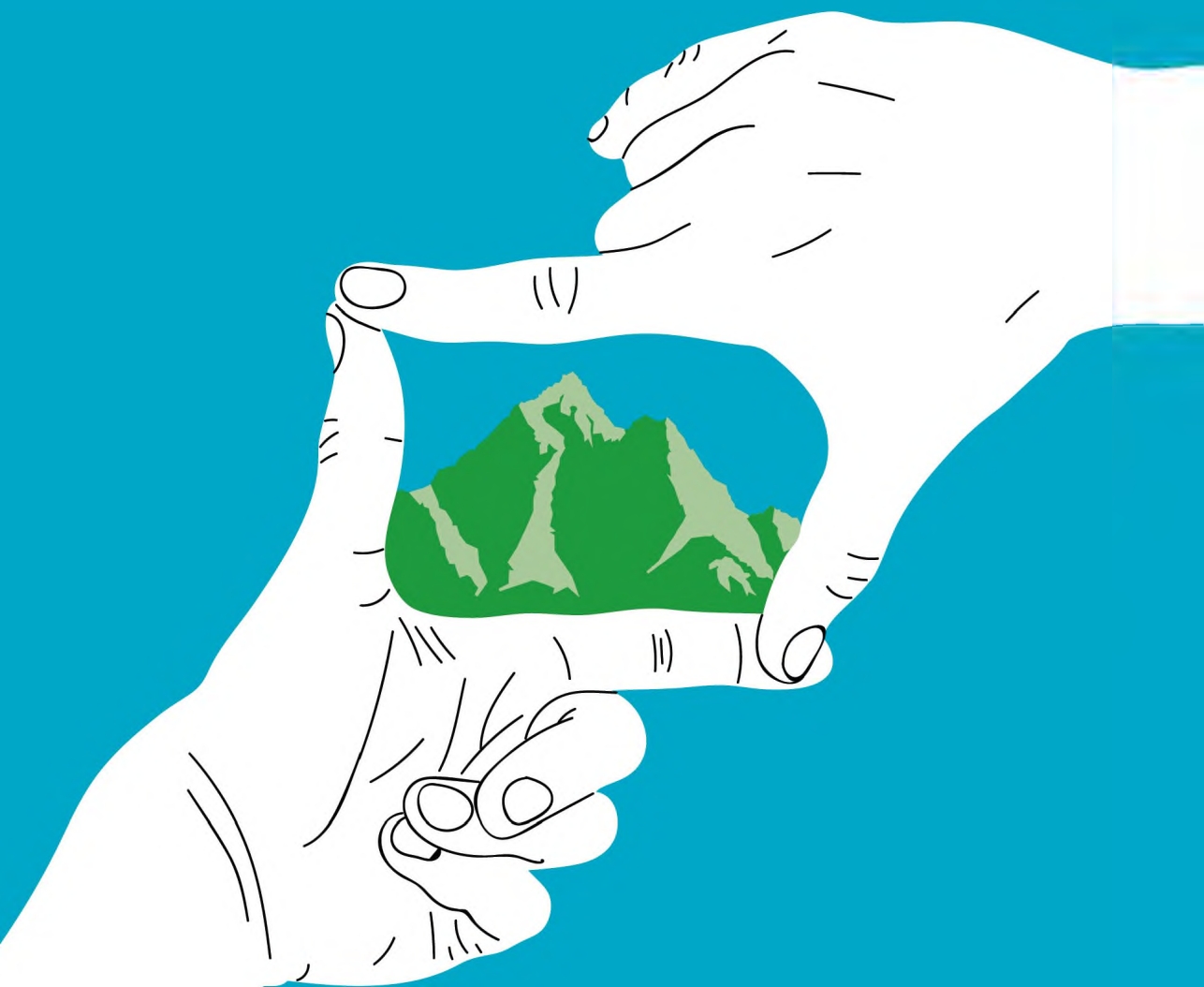


道德营销 政策



内容摘要

3 简介

4 道德规范

透明

诚信

社会与环境承诺

忠诚度

6 包容性

在沟通中注重包容性

在沟通中尊重多元文化

注重运动员团队的多样性

符合道德规范并且新颖的数字营销

10 运动员与社区

倾听人们的诉求

倡导健康的生活方式

通过我们的运动员推广负责任的生活方式

双重意义的合同

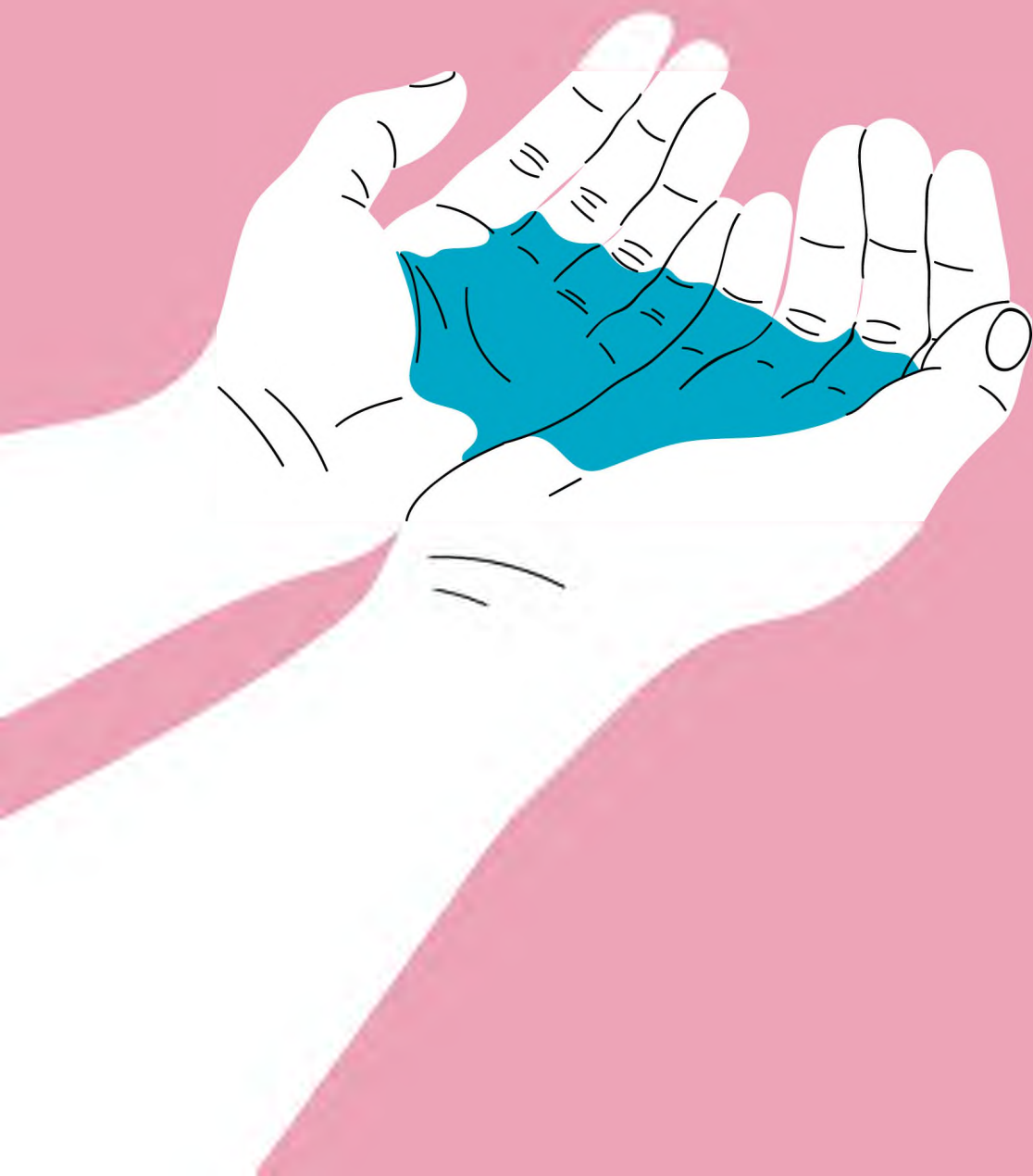
简介

**本文件是我们
针对道德营销特别推出**

它汇集了我们对于 **D Ethical Code D**道德守则以及 **D Green Manifesto, D**绿色宣言的方方面面, 定义了我们巨细靡遗的市场营销活动需要遵守的准则。

**我们清楚知道作为沟通工作的主要执行者的
职责所在, 为此我们将严格遵守以下原则。**

道德规范



透明

在企业沟通方面，我们选择以**最大的透明度**向受众传达公司的运营情况以及产品对可持续发展和环境的影响。

诚信

诚信是营销道德的基础。我们致力于根据有关产品性能和影响的**准确而真实**的信息进行沟通，而不诉诸**欺骗或误导性策略**。

社会与环境承诺

我们竭尽全力支持各种**倡议**，并为自己和客户制定营销行动，鼓励他们采用可持续的**环保做法**。

我们的业务以**社会和生态系统的福祉**为核心。

忠诚

在市场营销中，有不同的策略可以产生强烈的说服力。

这其中我们选择**坚守诚信**。

我们的原则包括：

- 坚决避免使用**欺骗性营销策略**
- 不夸大我们产品的价值和优点
不使用**虚假或夸大的评论**，不隐瞒任何负面意见
- 在为合作伙伴创建信息或开展广告活动时，保持数据和结果的**准确性**，不过分强调
- 仅使用能**真实反映**我们产品及其功能的术语

包容性



在沟通中注重包容性

我们理念的基本支柱之一是**包容多样性**。

我们认为，合乎道德的市场营销应**反映社会中的多样性，让各种观点都有发言权**。

为此我们积极努力，确保我们的活动、照片拍摄、信息和倡议具有包容性，能够代表我们客户群和员工队伍中的不同文化、经历和观点。

我们努力确保在种族、年龄、性别认同/表达、体型和残疾等方面体现多元化和包容性。

在沟通中尊重多元文化

我们意识到，某些图像和推荐在引起情感反应和鼓励与营销活动互动方面具有强大的力量。

因此，我们采取措施，确保营销内容不会以任何形式剥削、挪用或加深刻板印象的方式对历史上或社会上被边缘化的个人或群体形成伤害。

我们还不断征求对营销内容相关性和敏感性的反馈意见，并推动内部培训，以提高对文化敏感性和包容性的认识。

注重运动员团队 的多样性

我们相信，我们的运动员不仅是我们产品质量的**代言人**，也是真正的**意见领袖**。

这促使我们加大力度建立双轨的传播方法：我们希望运动员不仅是卓越运动表现的推广者，也是传递我们的可持续发展和JEDI（公正、平等、多元和包容）信息的**权威声音**。

我们相信，拥抱多样性不仅符合道德规范，也是确保我们的团队能够**代表全球社会**，并能够为所有关注他们的人提供广泛多样的视角的一种方式。

因此在运动员选拔方面，我们努力继续选择与**能给我们带来思想多样性的运动员**，同时能保持我们团队的人才**专业水平的精英合作**。

我们**致力于寻找**在各种背景下具有潜力的**优秀运动员**，致力于为种族、性别、性取向、地域或社会文化背景的

多样性提供充分的空间。此外，我们还提倡营造一个包容的环境，让每个队员都能感受到被重视、被尊重，并有机会充分发挥自己的能力。

符合道德规范 并且新颖的数字营销

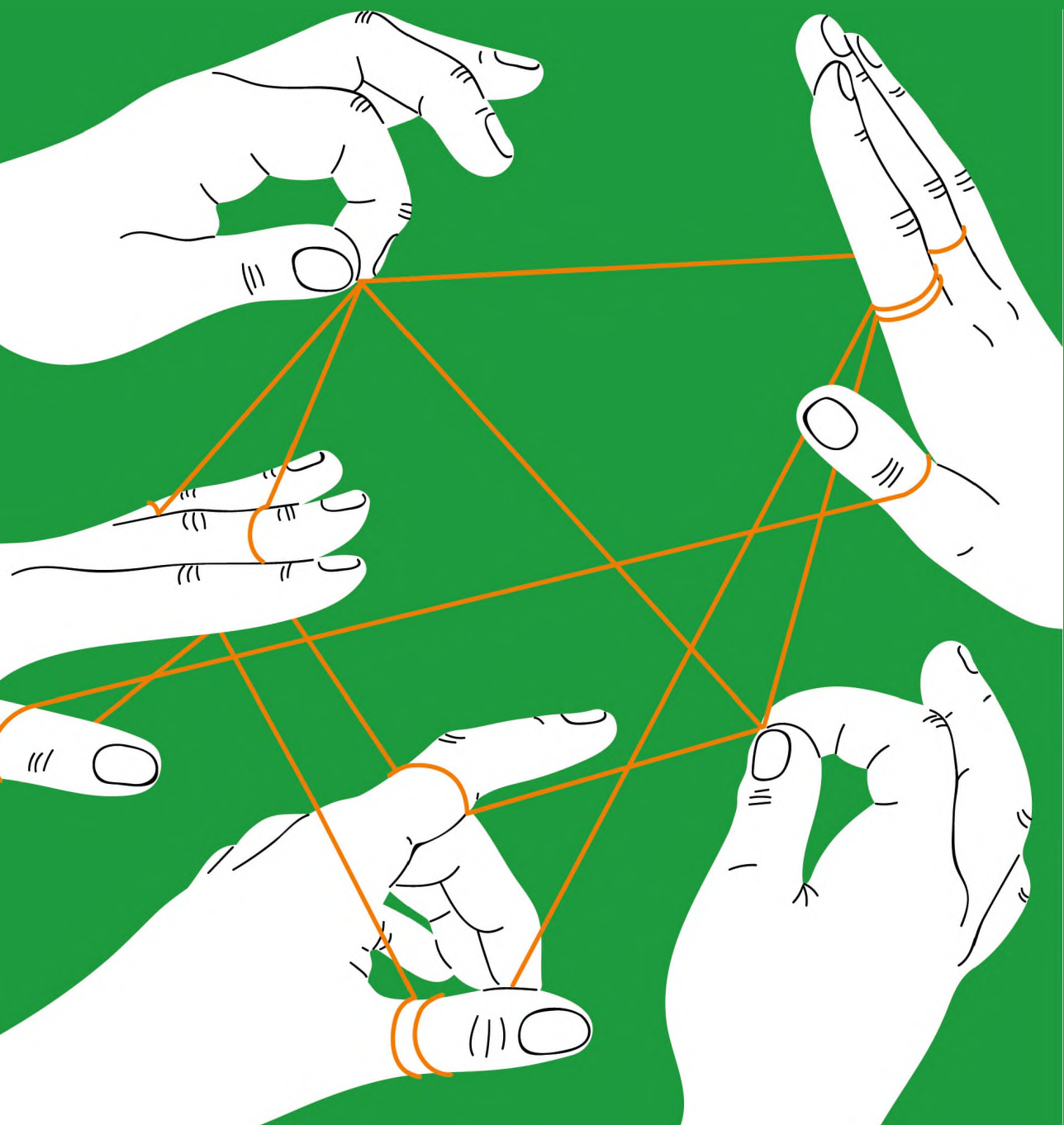
我们致力于推广基于许可、尽可能个性化和相关的数字营销（通讯、文章、博客、广告）。即使在以“转化”为导向的活动中，我们也努力通过视频、博客和社交媒体文章等**免费内容创造价值**。

关于我们的新闻通讯，我们严格遵守 GDPR 规则，为退订选项提供便利，并将我们的信息限制在订阅时宣传的特定内容上。我们还非常明确地区分广告内容和编辑内容。

对弹出窗口、弹出窗口和模式窗口的负责任使用，完善了我们的一揽子举措，将我们的业务目标与**对消费者的充分尊重**结合在一起。

我们充分意识到数字营销领域发展迅速。我们致力于促进对合作者的培训和教育，以便在受众参与方面使用越来越有效和相关的做法，与道德营销的发展保持一致。

运动员 与社区



倾听人们的 诉求

我们通过所有可能的联系方式（电话、电子邮件、网站上的联系表单、社交媒体）提高公司的知名度。

W我们认识到，客户反馈对于确保我们在产品和营销实践方面坚持最高标准至关重要。

因此，我们采用先进的系统来倾听和监测客户的满意度。我们不仅收集客户对产品质量的反馈意见，我们同样希望了解客户对我们的市场营销在道德方面的看法。我们希望确保我们的营销活动符合我们所倡导的透明、尊重和负责任的价值观。

我们使用最先进的工具收集客户对产品体验和营销活动道德方面的意见和评论。这有助于我们不断改进，确保在产品和道德行为方面都能满足客户的期望。

客户的声音对我们的决策起着至关重要的指导作用，有助于我们营造一个以客户价值观和关注点为中心的合作环境。

倡导健康的生活方式

我们的营销活动不仅以卓越的运动成绩为中心，还通过参与体育运动推广健康的生活方式。

我们提供的不仅仅是运动成绩，我们的目标是激励人们通过体育踏上健康和幸福之旅。我们相信，体育运动可以成为提高生活质量、促进活力和快乐的有力工具。

我们的营销活动并不只关注产品，而是涵盖体育运动所能带来的所有益处。我们的目标是鼓励人们养成积极的生活方式，拥抱大自然，通过体育锻炼发现健康生活的优点。在此过程中，我们不仅赞美运动成绩，也赞美运动为每个人的生活带来的幸福和平衡。

通过我们的运动员 推广负责的生活方式

我们鼓励团队中的运动员**积极拥抱可持续发展的价值观**，成为环保事业的真正倡导者。

我们的运动员不仅仅是品牌代表，他们还是可持续生活方式的大使。我们支持他们**致力于在训练、比赛和日常生活中成为楷模**。这包括有意识地选择减少对环境的影响、促进自然保护和采用环保做法。

此外，我们还鼓励运动员利用他们的声音和**线上活动传播可持续发展的价值观**，并激励他们的追随者也这样做。我们相信，通过他们的努力，我们可以传达积极的信息，让更多人参与到环境可持续发展的事业中来。

通过这种方式，我们不仅赞美运动员的成就，也赞美体育界**积极影响变革和保护环境的潜力**。

双重意义的合同

在运动员的合同中，我们将纳入旨在促进可持续发展领域良性行为的条款和激励措施。

这些合同内容不仅要强调可持续发展的重要性，还要鼓励我们的运动员**采取良性的具体举措加以贯彻**，注重减少对环境的影响，积极参与保护环境，提高对可持续发展问题的认识，并选择对这些主题更敏感的赛事参赛。

通过这种方式，我们不仅表彰了运动员的运动成绩，同时也肯定了**运动员作为户外运动界可持续发展推广大使**所发挥的重要作用。我们相信，奖励良好的行为有助于传播积极的信息，并鼓励我们的运动员及其他群体更加致力于环境的可持续发展。

SCARPA 是一家专业生产登山、攀岩、越野跑、徒步旅行、远足、城市户外运动、滑雪登山和特里马式 (telemark) 滑雪户外鞋的公司。公司于1938年成立，于特雷维索省的阿索罗，当时名为 Società Calzaturieri Asolani Riuniti Pedemontana Anonima (因此缩写为 S.C.A.R.P.A.)。

今天 **SCARPA** 总部位于威尼托鞋区的中心地带，并在德国、美国、中国、罗马尼亚和塞尔维亚设有工厂。

SCARPA.COM

 **SCARPA®**