

# سياسة التسويق بالعمولة

الأكاديمية الدولية للإقراء والقراءات

## أولاً: التعريف

تنظم هذه السياسة آلية عمل نظام التسويق بالعمولة في الأكاديمية، والذي يتيح للأفراد أو الجهات الترويج للدورات والبرامج مقابل عمولة مالية محسوبة على التسجيلات الفعلية.

## ثانياً: نطاق التطبيق

تطبق هذه السياسة على:

- ❖ وكلاء التسويق (الأفراد والشركات)
- ❖ الفروع
- ❖ الإدارة المركزية
- ❖ البرامج والدورات

## ثالثاً: أهداف النظام

يهدف نظام التسويق بالعمولة إلى:

- ❖ توسيع انتشار الأكاديمية عالمياً
- ❖ زيادة عدد الطلاب
- ❖ خلق دخل إضافي للمسوقين
- ❖ دعم الفروع في التسويق

## رابعاً: تعريف وكيل التسويق

وكيل التسويق هو:

- ❖ شخص أو جهة
- ❖ يحصل على كود تسويقي خاص
- ❖ يستخدمه لجلب طلاب مقابل عمولة

## خامساً: شروط الانضمام

يشترط في المسوق:

- ❖ الالتزام بسياسات الأكاديمية
- ❖ عدم استخدام أساليب مضللة
- ❖ الحفاظ على سمعة الأكاديمية

❖ امتلاك وسيلة ترويج (منصات – جمهور – شبكة علاقات)

سادساً: آلية التسجيل في النظام

❖ تقديم طلب انضمام إذا تم الدفع الالكتروني يقبل فوراً

❖ تقديم طلب الانضمام ودفع يدوي او بنكي الموافقة من :

١. الإدارة المركزية

٢. أو الفرع

❖ منح :

١. كود تسويقي خاص ورابط إحالة.

سابعاً: نظام الأكواد التسويقية

لكل مسوق:

❖ كود خاص

❖ يقوم الطالب بإدخال الكود عند التسجيل

❖ يتم ربط العملية تلقائياً بالمسوق

ثامناً: آلية احتساب العمولة

يتم احتساب العمولة عند:

❖ تسجيل الطالب

❖ ودفع الرسوم

تعتمد العمولة على:

❖ نسبة محددة مسبقاً

❖ أو ضمن نموذج توزيع الأرباح

تاسعاً: شروط استحقاق العمولة

لا تستحق العمولة إلا بعد:

❖ انتهاء فترة الاسترداد

❖ تأكيد الدفع

❖ عدم إلغاء التسجيل

عاشراً: حالات عدم استحقاق العمولة

لا يتم احتساب العمولة في الحالات التالية:

- ❖ استخدام الكود بشكل غير مشروع
- ❖ تسجيل وهمي
- ❖ استرداد المبلغ
- ❖ مخالفة السياسات

#### الحادي عشر: وسائل التسويق المعتمدة

يسمح باستخدام:

- ❖ وسائل التواصل الاجتماعي
- ❖ الحملات الرقمية
- ❖ التسويق المباشر

وخاصة عبر:

- ❖ TikTok
- ❖ المنصات الرقمية الأخرى

#### الثاني عشر: المحظورات

يمنع على المسوق:

- ❖ تقديم معلومات مضللة
- ❖ استخدام اسم الأكاديمية بشكل غير رسمي
- ❖ إنشاء مواقع وهمية
- ❖ تقديم وعود غير حقيقية
- ❖ استخدام إعلانات مخالفة للقيم

#### الثالث عشر: علاقة المسوق بالفروع

يمكن للمسوق:

- ❖ العمل مع :
- ❖ الإدارة المركزية
- ❖ أو أحد الفروع
- ويتم تحديد ذلك عند التسجيل

#### الرابع عشر: صرف العمولات

يتم صرف العمولات:

- ❖ بشكل دوري (شهري / حسب النظام)

عبر:

❖ تحويل مالي

❖ أو وسيلة متفق عليها

الخامس عشر: تتبع الأداء

توفر الأكاديمية:

❖ نظام تتبع

❖ تقارير للمسوق

تشمّل:

❖ عدد التسجيلات

❖ الإيرادات

❖ العمولات

السادس عشر: الحوافز

يمكن تقديم:

❖ مكافآت إضافية

❖ نسب أعلى للمتميزين

❖ برامج تحفيزية

السابع عشر: المخالفات

تشمّل:

❖ الاحتيال

❖ إساءة استخدام النظام

❖ الإضرار بسمعة الأكاديمية

الثامن عشر: الإجراءات التأديبية

❖ تنبيه

❖ تعليق الحساب

❖ إلغاء العمولات

❖ إنهاء التعاون

## التاسع عشر: إنهاء العلاقة

يمكن إنهاء العلاقة:

- ❖ بطلب المسوق
- ❖ بقرار من الأكاديمية
- ❖ بسبب مخالفة

العشرون: مسؤوليات الأطراف

المسوق:

- ❖ الترويج الصحيح
- ❖ الالتزام

الفرع:

- ❖ دعم المسوقين

الإدارة المركزية:

- ❖ إدارة النظام
- ❖ الإشراف

الحادي والعشرون: أحكام ختامية

- ❖ هذه السياسة ملزمة لجميع المسوقين
- ❖ يحق للإدارة تعديلها
- ❖ يعمل بها من تاريخ اعتمادها