



Boas práticas jurídicas

Olá, pessoal!

Este material foi co-desenvolvido pela **Onawa** e o escritório **Lins & Gioia Advogados**, com o objetivo de, com uma linguagem simples e acessível, oferecer algumas orientações essenciais para o relacionamento entre a empresa e seus Lovers durante o projeto People Commerce.

As boas práticas aqui mencionadas, quando internalizadas pela empresa, garantirão adequação das atividades ao cenário jurídico atual e aumentarão a segurança do seu negócio.

Conheça o Lovever

Oi, eu sou o **Lover**: seu novo parceiro!

Juntos, **vamos conectar o maior número de pessoas possível à sua marca, através de uma rede de relacionamento e do uso de tecnologia.**

Gostaria de te dar algumas dicas para construirmos nossa relação com o uso das melhores práticas de parceria, inseridas dentro de uma cultura **de cooperação, na busca de satisfação mútua.**

Somos parceiros, logo, não cabe em nossa relação o estabelecimento de metas, a supervisão de atividades, a fiscalização de rotina de trabalho, a cobrança de frequência (mesmo em treinamentos ou reuniões).

Não se preocupe com minha rotina, meus horários ou metas: **eu os organizarei por conta própria, com base, exclusivamente, em objetivos e metas pessoais.**

Nossa relação é de cooperação e não de subordinação!

Conto contigo para me apoiar na construção de uma jornada de sucesso!



Estamos começando a nos conhecer **melhor!**

Você já sabe que não precisará de um supervisor, gerente ou qualquer outro funcionário ou preposto para me fiscalizar ou disciplinar.

Eu terei iniciativas autônomas, sem que você precise sequer me fornecer um lugar físico, ou qualquer instrumento de trabalho, (celular, rádio, palmtop, etc), para que eu desempenhe minhas atividades.

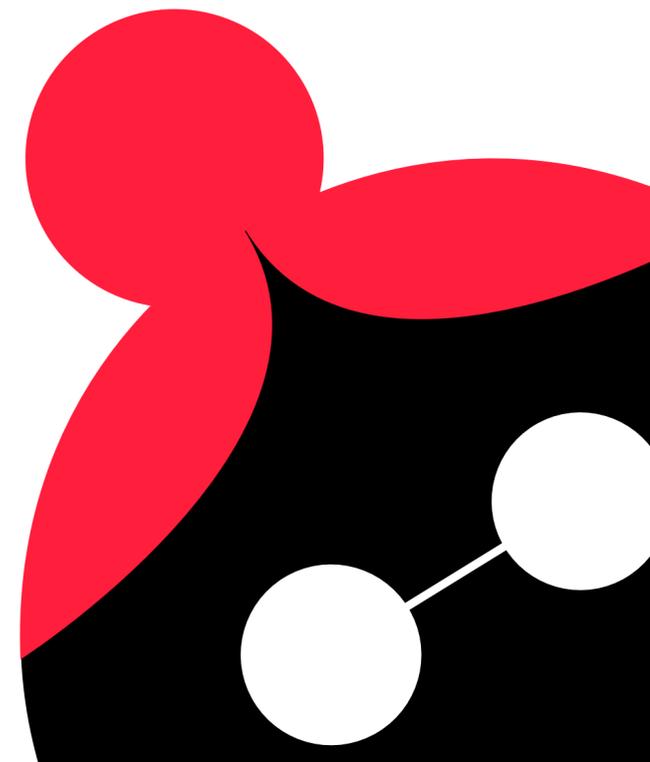
Ah, eu poderei indicar outros **LOVERS** para embarcar nessa missão, mas não se preocupe: isso também ficará por minha conta e risco. **Mas só para você ficar sabendo: entre nós, LOVERS, a relação também será de parceria. Nada de subordinação e hierarquia por aqui também.**

Você precisa saber que será necessário um contrato para reger nossa relação.

Mas atenção:

O sucesso da nossa relação está nas práticas cotidianas que adotaremos no caso concreto, **logo, como nos tratamos em nosso dia a dia vale muito mais do que o que for formalizado por escrito.**

Aí reside a **importância** de nos comprometermos em seguir uma cultura de boas práticas em nosso relacionamento.



Exemplos do que a marca **não pode fazer:**

- X** Obrigar ou cobrar a participação dos **LOVERS** em eventos, reuniões ou treinamentos;
- X** Definir metas de desempenho para os **LOVERS**;
- X** Expor ou cobrar resultados de vendas dos **LOVERS**;
- X** Exigir dedicação exclusiva do **LOVER** à sua marca;
- X** Aplicar qualquer tipo de sanção disciplinar aos **LOVERS**;
- X** Tratar ou posicionar o **LOVER** como representante ou preposto de qualquer natureza da marca;
- X** Determinar tarefas para os **LOVERS** diretamente relacionadas à sua atividade fim, etc.

Exemplos do que a marca **pode fazer:**

- ✓ Alterar a nomenclatura “**LOVER**” e adaptá-la conforme for melhor para o seu negócio! (Recadinho do **LOVER**: Eu sou apaixonado pelo meu nome. Se for trocá-lo, use a criatividade, mas não esqueça: não sou representante e nem distribuidor da sua marca).
- ✓ Convidar os **LOVERS** para participarem de eventos, treinamentos e reuniões;
- ✓ Criar programas de incentivo;
- ✓ Pesquisas de satisfação com os **LOVERS**;
- ✓ Postar nas redes sociais as histórias dos **LOVERS** (lembre-se que para isso haverá necessidade de autorização expressa do **LOVER**, combinado?);

Gostou das dicas?

Este manual foi desenvolvido com base em análise doutrinária e jurisprudencial sobre o tema da venda por relacionamento, levando em conta como vêm decidindo os diversos Tribunais do país.

Conte sempre com a gente para tirar suas dúvidas.
Vamos juntos!

Vai uma ajudinha aí?

O Escritório **Lins & Gioia Advogados**, desde sua fundação, possui como foco o assessoramento a pessoas jurídicas por meio de uma advocacia consultivo-preventiva, **com base em uma política de minimização de riscos para o cliente, fornecendo especializada orientação sobre resolução alternativa de conflitos, além da elaboração de pareceres técnicos e planejamento de estratégia, voltados, sobretudo, para o mercado de venda direta.**

Alguns de nossos clientes:



Precisa de alguma ajuda?

Silvia Lins
 (21) 99825-3934
silvia@linsgioiaadvogados.com

Bárbara Gioia Crespo
 (21) 99999-8492
barbara@linsgioiaadvogados.com

