

책임있는 마케팅 정책

■ 목적

클래스는 마케팅·광고·판촉 활동이 관련 법규를 준수하고 마케팅 전략과 행동이 사회적 이익과 환자, 의료진의 복지를 최우선으로 하며, 사회적 책임을 다하기 위하여 본 정책을 제정한다.

■ 적용범위

본 정책은 클래스 임직원의 제품 개발, 생산, 판매, 그리고 서비스 제공에 관련된 마케팅 활동에 대하여 적용되며 판매대행사, 마케팅 대행사 등 협력사가 클래스의 마케팅 컨텐츠와 자료를 변형하여 사용하는 경우에도 적용된다.

본 정책은 주요 오프라인 광고, 홍보(발행물, 광고 설치물, 전시회 및 이벤트 등을 포함) 및 온라인상의 플랫폼과 컨텐츠(웹사이트, 소셜 미디어, 이메일 마케팅, 디지털 광고 등을 포함)의 마케팅 활동에 적용된다.

■ 기본 원칙

1. 국내·외 법규 준수

클래스는 제품 및 서비스의 광고 관련 법규와 규정을 필히 준수하며, 해외를 포함하여 각국 규제에 의거한 책임있는 마케팅 활동 전개를 위해 건전한 마케팅 질서를 확립한다. 윤리적 정서를 해치는 방식으로 광고 및 마케팅 행위를 하지 않으며, 사회적 이익에 부합하는 마케팅 전략을 수립한다.

2. 책임있는 정보 제공

클래스는 마케팅 활동은 정확하고 명확한 정보를 전달하며, 소비자의 제품 및 서비스에 대한 오인 가능성은 최소화한다. 제품의 효능에 관하여 환자와 의료진, 소비자를 기만하는 방식의 광고 및 마케팅 행위를 지양하고 합리적인 선택이 가능하도록 사회적 책임을 다한다. 클래스의 제품과 서비스에 대한 투명한 커뮤니케이션을 유지함으로써 이해관계자들에게 신뢰를 구축하고 긍정적인 이미지를 전달한다.

3. 임직원 책임

마케팅·광고·판촉 관련 업무를 담당하는 임직원, 협력사는 본 책임있는 마케팅 정책을 숙지하여 준수한다.

본 책임있는 마케팅 정책의 올바른 적용을 위해 임직원 대상으로 본 정책에 관한 정기적인 교육활동을 전개한다. 투명한 마케팅 윤리 교육 진행 실적 공개 등 전반적인 마케팅 윤리 수준을 제고하기 위해 노력한다.

모든 임직원은 마케팅 관련 위반 사항을 발견한 경우 클래스 마케팅 부서의 책임자에게 직접적인 방법으로 즉시 보고하며, 책임자는 보고 사안에 대해 신속하게 대응하고 필요한 경우 적절한 시정조치(수정, 삭제 또는 광고 및 판촉 자료의 재발행 등을 포함)를 실시한다. 본 정책 위반 임직원에게는 인사상 불이익이 있을 수 있고, 협력 관계를 재검토하거나 해지를 요구할 수 있다.

4. 통제 절차

클래스는 마케팅·광고·판촉 행위에 대하여 내부 통제 절차를 마련하여 사전 방지를 위해 노력한다. 임직원의 주요 마케팅 활동 실행 이전 마케팅 부서 책임자의 검토 및 승인 절차에 따르며, 잠재적 위반사항이나 유사사례를 예방 가능하도록 자율 점검 또는 정기적인 모니터링을 실시한다.