Členství v SIMAR pro nového člena

Člen má hlasovací právo (o předsednictvu, rozpočtu, o plánu činnosti na kalendářní rok, metodických a etických standardech, může se účastnit činnosti v pracovních skupinách a vystupovat na akcích SIMAR).

Práva člena

- právo uvést na svých stránkách a v propagačních materiálech členství v SIMAR
- přístup k databázi SIMAR zdarma (opakovaně chybující a podvádějící tazatelé/rekrutátoři, účastníci skupinových diskusí)
- zapojení do činnosti expertních skupin, aktivní účast na tvorbě standardů oboru, vzájemná kultivace a vzdělávání, GDPR
- kontrola kvality sběru dat zdarma 1x / 2 roky (plus certifikát o úspěšně absolvované kontrole); u nově vstupujícího člena jsou zjištěné rozdíly předmětem zápisu a agentura je v domluveném termínu uvede do souladu se standardy SIMAR
- vstup 1 člena na akce SIMAR zdarma (pokud je to takto dohodnuto i pro řádné členy, například Insight semináře SIMAR), další za členský poplatek (obvykle nižší, než pro ostatní účastníky)
- účast na valné hromadě a setkáních ředitelů členských agentur – cca 2–3x ročně
- členství v Hospodářské komoře ČR (SIMAR je řádným členem HK, jako tzv. začleněné společenstvo v profesní unii Služby pro podnikání a ostatní), každý člen SIMAR je i členem HK s tím, že po odsouhlasení etických pravidel HK se může prezentovat jako člen HK
- (ne)pravidelný info servis SIMAR
- uveřejnění profilu agentury na stránkách www.simar.cz
- uveřejnění tiskových zpráv a článků zdarma

Povinnosti členství

- odsouhlasit a chovat se podle stanov spolku SIMAR a etického kodexu
- dodržovat základní metodické a etické standardy výzkumu trhu a veřejného mínění
- zabezpečit interní kontrolu kvalitativních standardů SIMAR a zaručit jejich dodržování, podrobit se kontrole kvality výzkumu
- aktivně se zapojovat do činnosti Sdružení
- uhradit členský příspěvek, jeho výše je stanovena valnou hromadou
- dodržovat Desatero ochrany osobních údajů
- dodržovat ICC/ ESOMAR Kodex (SIMAR je smluvním partnerem ESOMAR v ČR)

Podmínky vstupu

- minimální obrat – není třeba, spíše se jedná o renomé na trhu
- nejméně 2/3 tržeb společnosti v minulém kalendářním roce jsou z výzkumu trhu a veřejného mínění
- doporučení alespoň dvou řádných členů
- členství musí odsouhlasit nadpoloviční většina řádných členů