

16.11.2011

IAB Finland – Sähköisten hakemistojen markkinoinnin eettinen ohjeistus

Ohjeistus on laadittu lisäämään mainostajien luottamusta ja helpottamaan mainostajia valitsemaan eettisesti oikein toimiva kumppani. IAB Finland listaa sivuilleen tätä ohjeistusta noudattavia yrityksiä.

Ohjeistuksen on koonnut IAB Finlandin Hakutyöryhmä.

Asiakaskohtaamisen pelisäännöt

- Kohtaamisessa on selkeästi informoitava, että ollaan tarjoamassa maksullista palvelua, ei pelkästään esim. tarkistamassa yhteystietoja
- Palvelun tuottajan edustaja on varmistettava, että neuvottelee ko. hankinnasta päättävän henkilön kanssa
- Ostajaa on informoitava seuraavista asioista:
 - Palvelun sisältö ja käyttötarkoitus yritykselle
 - Palvelun hinta/hinnasto/hintaperuste
 - Sopimusaika
 - Toimitusehdot (tilausvahvistus, ilmoitusvedos, tuotantovahvistus)
 - Palvelun ylläpito eli tietojen päivitys sopimusaikana
 - Laskutusajankohta ja maksuehdot
 - Myyjän yhteystiedot

Tilausvahvistus

- Myyntitapahtuman jälkeen on toimitettava selkeä tilausvahvistus:
 - Asiakastiedot (yritys, Y-tunnus, yhteyshenkilö/tilauksen tekijä ja yhteystiedot)
 - Sopimuspäivä
 - Laskutusosoite ja yhteyshenkilö
 - Tilattu tuote/palvelu ja sen sisällön kuvaus (tuotenimike, määrä, A-hinta, nettohinta)
 - Hintarittely ja kokonaishinta ilman alv:tä ja alv:lla

- Myyjän yhteystiedot (yritys, nimi, sähköposti, puhelin)
- Selkeät ja yksikäsitteiset **sopimusehdot** (peruutusoikeus/irtisanominen, muutosmenettely ja hinnasto tilattuun palveluun (=päivitykset esim. Yhteystietoihin), maksuehto, ilmoituksen sisällön ja aineiston käyttöoikeus ja oikeellisuus ja osapuolien vastuu, sopimuksen voimassaolo)
- Palvelun tuottajan asiakaspalvelun yhteystiedot
- Erillishuomautukset

Hinnoitteluperusteen läpinäkyvyys

- Myyntitapahtumassa on selkeästi informoitava asiakasta, mikä on palvelun hinnoitteluperuste:
 - Aikapohjainen hinnoittelu; esim. vuosi-ilmoitus, ei merkitystä kuinka paljon ilmoitusta luetaan tai siihen reagoidaan
 - Lisänäkyvyyden hinta; esim. logot, lisärivit yms.
 - Hakusanat, joilla yritys tulee mukaan tulostaukseen; hakusanojen hinta
 - Näyttö- tai klikkipohjaiset hinnoittelumallit; veloitetaanko asiakasta aina, kun ilmoitus esitetään käyttäjälle (näyttöpohjainen hinnoittelu) vai vasta kun joku klikkaa ilmoitusta (klikkipohjainen hinnoittelu)
 - Terminologian käyttö: myyntitapahtumassa ja tilausvahvistuksessa avattava käytetyt termit kansantajuisesti, mitä tarkoitetaan esim. ”hakuosumalla” tai ”tulostauksella”

Lisätietoja:

Birgitta Takala, IAB Finlandin toiminnanjohtaja, birgitta.takala(at)iab.fi

Ismo Tenkanen, IAB Finlandin Hakutyöryhmän puheenjohtaja, ismo.tenkanen(at)mediacontacts.fi