

Richtlijnen best gebruik kortingscodes

Het doel van de richtlijn voor best gebruik van kortingscodesites van het **IAB Affiliate Marketing Council**, is ervoor te zorgen dat traffic van affiliate sites dat wordt doorgestuurd naar handelaren, niet plaatsvindt op een misleidende of verwarrende manier en dat consumenten een goede gebruikerservaring krijgen. Hiertoe hebben alle ondertekenende netwerken zich vastgelegd de volgende richtlijnen te handhaven:

1. Affiliates mogen geen mechanisme gebruiken waarbij gebruikers aangemoedigd worden te klikken om te reageren op de inhoud, als het onduidelijk of verwarrend is wat het resultaat daarvan zal zijn. Bijvoorbeeld:
 - i) Het gebruiken van "klik om de code te zien" en de site openen als er geen geldige code aanwezig is, of als in plaats daarvan een aanbod/deal/verkoop wordt weergegeven zonder dat dit duidelijk is gemaakt voor het klikken.
 - ii) Het gebruiken van "klik om de code te kopiëren" en de site openen terwijl er geen geldige code aanwezig is
 - iii) Het openen van de site van de adverteerder zonder dat duidelijk gemaakt wordt dat dit zal plaatsvinden
2. Kortingscode-affiliates moeten duidelijk de aard van de kortingscode of aanbieding/deal/verkoop weergeven voordat een gebruiker klikt om hierop te reageren (door de adverteedersite te tonen, kopiëren, bezoeken, etc.)
3. Een geldige code wordt gedefinieerd als een code die op wettige wijze uitgegeven is door een adverteerder voor gebruik online. Deze code heeft een activeringsdatum en, indien geleverd, een deactiveringsdatum. Als een code verlopen is, moet hij verwijderd worden of moet het feit dat hij verlopen is duidelijk schriftelijk worden aangegeven, niet alleen door de verloopdatum aan te geven.
4. Sites die kortingscodes weergeven, moeten een duidelijke zichtbare indeling en verdeling hebben tussen deals/aanbiedingen/verkoppen en kortingscodes.
5. Elke affiliate waarvan de deelnemende netwerken oordelen dat hij tegen de richtlijnen ingaat, wordt doorgegeven aan het **IAB Affiliate Marketing Council** en alle leden zullen gezamenlijk overeenkomen welke actie ondernomen wordt. Het oordeel van het **Council** zal gebruikt worden bij het bepalen wat als misleidend of verwarrend wordt beschouwd en is niet beperkt tot de bovenstaande voorbeelden.

V: Wat is een "geldige kortingscode?"

A: Een geldige code wordt gedefinieerd als een code die geldig uitgegeven is door een adverteerder voor gebruik online. Deze code heeft een activeringsdatum en, indien nodig, een deactiveringsdatum.

V: Hoe zit het met affiliates met blogs waar kortingscodes worden aangeboden tussen veel verschillende 'aanbiedingen' van diverse aard, verkopen, enz. Ze beschrijven geen van de aanbiedingen op een onjuiste manier en ik zou niet willen dat ze verwijderd worden uit de campagnes van onze klanten.

A: Zolang ze "klik om te tonen" niet gebruiken als er geen geldige kortingscode is, is er geen probleem. Aanbiedingen/verkopen, enz. moeten duidelijk aangegeven zijn en mogen de gebruiker niet misleiden om te klikken, omdat deze denkt een kortingscode te zullen ontvangen. In een dergelijke situatie is het voldoende om de link een andere naam te geven, zoals "klik om de site te tonen".

V: Wat zijn de gevolgen als een site zich niet aan deze regels houdt?

A: De site ontvangt een waarschuwing van zijn netwerk om de site te veranderen. Als hier niet binnen 7 dagen gevolg aan wordt gegeven, ontvangen zij nog een waarschuwing. Als deze opnieuw genegeerd wordt, zal de uitgever worden gemeld als iemand die de regels breekt en zal hij geschorst worden van de ingeschreven netwerken.

Meer informatie:

Het *Internet Advertising Bureau (IAB)* en diens *Affiliate Marketing Council (AMC)* hebben een richtlijn opgesteld voor best gebruik van online kortingscodes, omdat de toonaangevende bedrijven in de branche misbruik van het medium willen tegengaan.

De nieuwe richtlijn is opgesteld in antwoord op een groeiende behoefte aan strengere richtlijnen op dit gebied, volgend op berichten dat sommige kortingscode-sites de affiliate campagnes van de merken ondermijnen. De richtlijn zal op *1 januari 2009* van kracht worden.

Volgens de richtlijn moeten sites die kortingscodes aanbieden, volledige gegevens weergeven over de aangeboden kortingen, met wettige activering en verloopdata. Sites mogen ook niet impliceren dat kortingscodes bestaan door de bezoeker aan te moedigen om te "klikken om codes te tonen", waarbij de website van de adverteerder wordt geopend in een nieuw browservenster en de affiliate cookie wordt opgeslagen terwijl er geen kortingscode aanwezig is.

De affiliate netwerken die de richtlijn ondertekenen zijn: *Affiliate Window, Affilinet, Commission Junction UK, DGM-UK, LinkShare UK, TradeDoubler, Platform-A's buy.at, Premier Affiliate Network, Webgains en Zanox.*

Ben Wood, voorzitter van het **AMC**, zegt: "De snelle actie die het **Council** heeft ondernomen in antwoord op de groeiende zorgen rondom het misbruik van kortingscodes, is een beschikking die niet alleen geldt voor de netwerken die de richtlijn zullen handhaven, maar voor alle betrokken partijen. Dit is een samenwerkingsproces geweest tussen de kortingscode-affiliates, handelaren, bedrijven en netwerking, die allemaal werken aan het tot stand brengen van best practice in de branche."

Dan Redfearn, lidmaatschap manager bij het **IAB**, voegt toe: "Dit is een geweldige stap vooruit voor de branche en het **AMC**. De tijdige en gezamenlijke actie van onze lidnetwerken markeert nogmaals de volwassenheid van de markt en verzekert handelaren van de wettigheid van het affiliate kanaal."

Het **AMC** bestaat uit vertegenwoordigers uit de hele affiliate branche en is opgericht om de branche te onderrichten over affiliate marketing, om adviezen te leveren aan adverteerders en om best practice richtlijnen vast te stellen om de integriteit van de branche te versterken.