

01 ad fraud

Μηδενική ανοχή στη
διαφημιστική απάτη και
αποζημίωση για τυχόν
παραβιάσεις



Γνωρίζετε τι είναι το ad fraud;

Το Ad fraud, ή αλλιώς invalid traffic, μπορεί να πάρει διάφορες μορφές, αλλά σε κάθε περίπτωση, αφορά στη δημιουργία παράνομης, μη ανθρώπινης δραστηριότητας (bots), που αποσκοπεί στην προσπάθεια απόσπασης χρημάτων από τα διαφημιστικά κονδύλια.

Γιατί είναι πρόβλημα;

Εμείς οι διαφημιζόμενοι πληρώνουμε την online διαφήμιση με στόχο να προσεγγίσουμε «αληθινούς» ανθρώπους, ώστε να πουλήσουμε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας. Με το ad fraud πληρώνουμε για διαφημίσεις που δεν έφθασαν ποτέ σε πραγματικούς ανθρώπους.

Γνωρίζετε πόσο μεγάλο είναι το πρόβλημα της διαφημιστικής απάτης;

Η διαφημιστική απάτη (ad fraud) είναι μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες μορφές ηλεκτρονικού εγκλήματος. Παρόλο που είναι εξαιρετικά δύσκολο να μετρηθεί, υπολογίζεται ότι παγκοσμίως ανέρχεται σε περισσότερο από 10% της συνολικής δαπάνης στα ψηφιακά Μέσα. Οι πιο πρόσφατες εκτιμήσεις την υπολογίζουν σε 6,5 έως 19 δις \$ (πηγή: Association of National Advertisers 2017 and Juniper Research), με πρόβλεψη, με βάση τις τρέχουσες τάσεις, να ξεπεράσει τα 50 δις \$ μέχρι το 2025!

www.wfanet.org/adfraud



Τι πρέπει να κάνετε από αύριο ως διαφημιζόμενοι

1. Προχωρήστε σε μέτρηση του ad fraud από τρίτη, ανεξάρτητη πηγή (ανεξάρτητα από το μέγεθος της επένδυσής σας).
2. Διασφαλίστε ότι οι εταιρίες μέτρησης και πιστοποίησης που θα επιλέξετε, είναι πιστοποιημένες από αναγνωρισμένα συμβούλια όπως το Media Ratings Council - MRC.
3. Διασφαλίστε, σε συνεργασία με τη διαφημιστική σας, ότι οποιαδήποτε επένδυση σε εκδότες ή πλατφόρμες βρεθεί ότι σχετίζεται με ad fraud θα επιστρέφεται αυτόματα/ δεν θα χρεώνεται.
4. Το ίδιο και όλες οι σχετικές αμοιβές ή προμήθειες που καταβάλλονται σε τρίτους (συμπεριλαμβανομένων αμοιβής διαφημιστικής, τεχνολογίας, data).
5. Αν/όταν δεν χρησιμοποιείτε εργαλεία πιστοποίησης, ζητήστε να έχετε απεριόριστη πρόσβαση στους λογαριασμούς και στα δεδομένα, για να μπορείτε να παρακολουθείτε και να ελέγχετε το ad fraud.

Η δική μας ευθύνη

Ως διαφημιζόμενοι οφείλουμε να αναγνωρίζουμε ότι υπάρχουν αποκλίσεις μεταξύ διαφορετικών ad servers και εργαλείων πιστοποίησης. Δεν υπάρχει μία μοναδική αλήθεια.

Γι αυτό, η διαδικασία ταυτοποίησης και τελικής αποζημίωσης προϋποθέτει την εκ των προτέρων συμφωνία με μία διαπιστευμένη από την αγορά ανεξάρτητη εταιρεία ελέγχου.

Οι διαφημιζόμενοι έχουμε συνθήσει σε συγκεκριμένα επίπεδα επένδυσης για να πετύχουμε συγκεκριμένους στόχους κάλυψης. Τώρα, με τη μέτρηση, γίνεται αντιληπτό ότι οι στόχοι αυτοί, όπως διαμορφώνονταν σε συμφωνία με τα Μέσα, δεν ήταν πάντα ρεαλιστικοί.

Πλέον, οι διαφημιζόμενοι αναγνωρίζουμε ότι δεν είναι πάντα εφικτό να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι, χωρίς τον κίνδυνο έκθεσης σε υψηλά επίπεδα απάτης.

Μάθετε περισσότερα

Η λύση των Authorised Digital Sellers (ads.txt) μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τους εκδότες για να δηλώσουν τις εταιρίες τις οποίες έχουν εξουσιοδοτήσει να πωλούν το περιεχόμενό τους. Με αυτόν τον τρόπο, οι διαφημιζόμενοι μπορούν να είναι σίγουροι ότι αγοράζουν πρωτογενές περιεχόμενο. Όλοι οι εκδότες θα πρέπει να υιοθετήσουν αυτή τη λύση.

Το Trustworthy Accountability Group (TAG) επικεντρώνεται στη δημιουργία διαφάνειας στις σχέσεις και στις συναλλαγές του κλάδου της ψηφιακής διαφήμισης. Το πρόγραμμα κατά του ad fraud του TAG συμβάλλει στον συντονισμό των προσπαθειών και τη συγκέντρωση πόρων για την εξάλειψη αυτής της απειλής.

<https://www.iab.com/guidelines/iab-measurement-guidelines/>
<https://www.adweek.com/digital/what-is-ad-fraud-and-how-does-it-happen/>
<https://www.emarketer.com/content/digital-ad-fraud-2019>

Οι 8 αρχές του Global Media Charter της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων

01

ad fraud

02

brand safety

03

viewability

04

transparency

05

3rd party
verification
& measurement

06

walled
garden

07

data
transparency

08

user
experience

