

02 brand safety

Αυστηρή προστασία της
ασφάλειας της μάρκας



Γνωρίζετε τι είναι το Brand Safety και πώς ορίζεται;

Η ασφάλεια της μάρκας είναι όλες οι πρακτικές, τα εργαλεία και η τεχνολογία που χρησιμοποιούνται για να διασφαλίσουν ότι μια διαφήμιση δεν εμφανίζεται σε περιβάλλον που δεν ταιριάζει ή μπορεί να προκαλέσει ζημιά στο διαφημιζόμενο brand. Το θέμα αυτό είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο ζήτημα στην ατζέντα των μελών της WFA σε σχέση με τα διαφημιστικά Μέσα.

Ποιοι είναι οι 3 τύποι περιεχομένου που δεν θεωρούνται ασφαλείς;

- Περιεχόμενο που παραβιάζει το νόμο (πχ σεξουαλική κακοποίηση)
- Περιεχόμενο ακατάλληλο για οποιαδήποτε μάρκα (πχ πορνογραφία)

- Περιεχόμενο που δεν ταιριάζει στη μάρκα (πχ δεν είναι συμβατό με τις αξίες της μάρκας)

Γιατί είναι πρόβλημα;

Η ασφάλεια της μάρκας σημαίνει πολλά περισσότερα από αρνητικές συνέπειες στη φήμη της. Η διαφήμιση σε μη ασφαλές περιεχόμενο θέτει σε κίνδυνο -πέρα από τη φήμη- την ευημερία και την ίδια της την υπόσταση.

Σχεδόν οι μισοί καταναλωτές (48% σύμφωνα με έρευνα του CMO Council) δήλωσαν διατεθειμένοι να μπούκοτάρουν ή να ξανασκεφτούν να αγοράσουν μια μάρκα που εμφανίστηκε δίπλα σε περιεχόμενο που τους προσβάλλει ή τους προβληματίζει.

Η ασφάλεια της μάρκας είναι το ταχύτερα κλιμακούμενο θέμα στην agenda των μελών της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων.



Τι πρέπει να κάνετε από αύριο ως διαφημιζόμενοι

Κάποιες πρακτικές:

1. Αγοράζετε από Μέσα υψηλής ποιότητας, τους ιδιοκτήτες των οποίων εμπιστεύεστε.
2. Βάζετε όρους στα συμβόλαιά σας αναφορικά με το brand safety
3. Χρησιμοποιείτε ανεξάρτητη πηγή πιστοποίησης
4. Παρακολουθείτε και τσεκάρτε χειροκίνητα ότι οι θέσεις διαφήμισης είναι σύμφωνες με τα standards σας

Κάποια εργαλεία:

5. Blacklists / Whitelists με τα Μέσα που επιθυμείτε να χρησιμοποιούνται ή να μη χρησιμοποιούνται στις καμπάνιες σας
6. Keywords lists με λέξεις που μπορεί να εντοπιστούν σε μη ασφαλές περιεχόμενο

Η δική μας ευθύνη

Προκειμένου να μπορούμε οι διαφημιζόμενοι να επενδύουμε με σιγουριά, απαιτούμε ολοκληρωμένες και αυστηρές δικλίδες ασφαλείας, με την εκάστοτε πλατφόρμα να αναλαμβάνει την ευθύνη για το περιεχόμενο που φιλοξενείται στις ιστοσελίδες που διαθέτει.

Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να χρειαστεί να δουλέψουμε με λιγότερα Μέσα, πιο επιλεγμένα, που όμως μπορεί να μην είναι αρκετά για να πιάσουν το στόχο κάλυψης που έχουμε θέσει και να πρέπει να τον αναθεωρήσουμε.

Οι διαφημιζόμενοι δεσμευόμαστε να αποφεύγουμε τη χρηματοδότηση εκείνων που δεν προστατεύουν τα παιδιά μας, που προάγουν το διχασμό, που προωθούν το μίσος και τον θυμό, που προσπαθούν να πλήξουν τη φήμη του επιχειρηματικού κόσμου, της κοινωνίας και της πολιτικής, μέσω ψευδούς ή/και παραπλανητικού περιεχομένου.

Μάθετε περισσότερα

<https://www.cmocouncil.org/media-center/press-releases/half-of-consumers-could-defect-from-brands-whose-ads-appear-near-offensive-content>

<https://www.wfanet.org/news-centre/taking-the-brand-safety-agenda-forward/>

<https://www.iabuk.com/news-article/quick-qa-brand-safety>

<https://www.wfanet.org/news-centre/global-marketers-making-radical-changes-to-media-management/>

Οι 8 αρχές του Global Media Charter της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων

