

BRANSJERÅDET FOR SØKEMOTORMARKEDSFØRING (BRSM) – REGLER FOR SØKEMOTORMARKEDSFØRING

Gjeldende fra 03.12.2007

1. VIRKEOMRÅDE

- 1.1. Reglene kommer til anvendelse på alle former for markedsføring og leveranse av produkter/tjenester innen søkemotormarkedsføring og ellers ved alle former for kommunikasjon mellom produsent/leverandør og markedet.
- 1.2. Med søkemotormarkedsføring menes all informasjon og salgsfremmende virksomhet for produkter/tjenester som er utformet for å bevirke omsetning, salg og forbruk, inkludert men ikke begrenset til muntlige, skriftlige, grafiske og audiovisuelle fremstillings- og leveringsformer.

2. MARKEDSFØRING

- 2.1. En tjeneste eller et produkt kan kun markedsføres som "søkemotoroptimalisering" når det tilfredsstiller et eller flere av følgende kriterier:
 1. Tilrettelegging av tekstuert innhold opp mot søkemotorenes rangeringskriterier,
 2. teknisk tilrettelegging opp mot søkemotorenes rangeringskriterier, eller
 3. tiltak for å øke nettstedets linkepopularitet opp mot søkemotorenes rangeringskriterier
- 2.2. En tjeneste eller produkt kan kun markedsføres som tilrettelegging av klikkbaserte annonser på søkemotorene (PPC) dersom det er full åpenhet mellom kunde og leverandør hva gjelder tredjepartskostnader. Medlemmer av BRSM bærer ansvaret for selv å kunne dokumentere at alle kunder er regelmessig oppdatert på tredjepartskostnader. Slik regelmessighet skal uansett ikke ha lavere frekvens enn løpende fakturering.
- 2.3. Markedsføring og leveranser av søkemotormarkedsføring må ellers være i overensstemmelse med offentlige lover og forskrifter.
- 2.4. Markedsføringsmaterialet må ikke utformes slik at den egentlige hensikt skjules.

3. INFORMASJON OG DOKUMENTASJON

- 3.1. Informasjon

Informasjon om produkter og tjenester innen søkemotormarkedsføring må være nøyaktig, balansert, sannferdig, objektiv og tilstrekkelig komplett til å gjøre mottakeren i stand til å danne seg en egen mening om den aktuelle tjeneste eller produkts bruksmessige verdi.

Det er ikke tillatt å garantere noen kunder en spesiell plassering i søkemotorenes organiske søkeresultat.

Når det i markedsføringsmaterialet vises til undersøkelser, må disse gjengis korrekt og det må gis klare referanser til hvor de kan fremskaffes.

3.2. Dokumentasjon

Alle opplysninger som tas med i markedsføringsmaterialet må kunne dokumenteres, og dokumentasjonen må kunne fremskaffes på forespørsel.

4. ANSATTE

4.1. Medlemmet er ansvarlig for alle sine ansatte og andre representanter for medlemmet.

4.2. Medlemmet plikter å sørge for at alle ansatte og andre representanter for selskapet, inkludert men ikke begrenset til agenter, freelansere og forhandlere, er informert om og tilstrekkelig skolert i BRSM sine til en hver tid gjeldende regler og retningslinjer. De ansatte skal også ha inngående kunnskap om hvor det finnes oppdatert informasjon.

5. ANSVAR

5.1. Answarets omfang

Ansaret for søkemotormarkedsføring omfatter informasjonen og leveransen i sin helhet, så vel dens form som dens innhold.

5.2. Ansvarssubjekt

Ansvarlig for at disse Regler for søkemotormarkedsføring blir fulgt, er vedkommende medlem.

6. KLAGEORDNING

- 6.1. Medlemmer som handler i strid med gjeldende regelverk kan bli innklaget til BRSMs klagenemnd.
- 6.2. Både andre medlemmer og kunder har klagerett. BRSM kan på eget initiativ fremme sak mot et medlem for klagenemnden.

7. SANKSJONER

- 7.1. Brudd på gjeldende regelverk kan sanksjoneres med bøter opp til NOK 50.000 for en enkelt overtredelse. Botens størrelse vil avhenge av alvorlighetsgraden av overtredelsen og eventuelle følger av den.
- 7.2. Dersom bruddet er av en slik art at videre medlemskap er en belastning for BRSMs interesser, kan BRSMs klagenemnd innstille til styret å vurdere utelukkelse av overtrederen. Utelukkelse vil kun være aktuelt i tilfeller der overtredelsens alvorlighetsgrad tilsier det, eller ved gjentagende brudd fra samme medlem.