



ETYKA W MARKETINGU INFLUENCERSKIM
webinarium dla arbitrów Komisji Etyki Reklamy
14 czerwca 2022 r.



Influencer marketing to jeden z najszybciej rozwijających się obszarów marketingu. Szacuje się, że wartość tego rynku globalnie przekroczyła już 15 mld dolarów, a w Polsce kilkaset milionów złotych. Z influencerami współpracują zarówno największe globalne marki, jak i firmy z sektora MŚP z każdej branży.

Niestety ze względu na ogromną dynamikę zmian, rozwój technologii oraz rozproszenie i rozdrobnienie tego rynku - nie nadąża za nim większość regulacji prawnych, samoregulacji branżowych, w wielu kwestiach brakuje również przejrzystych reguł i jasno określonych zasad etycznego postępowania. Dodając do tego fakt, że 92% osób bardziej ufa komuś niż tradycyjnej (dobrze uregulowanej) reklamie [Nielsen] - otrzymujemy pole do wielu nadużyć i nieetycznie prowadzonej komunikacji marketingowej.

W czasie webinaru postaramy się wspólnie lepiej tę branżę zrozumieć oraz wyróżnić krytyczne elementy kampanii influencer marketingowych, na które uwagę zwracać powinien każdy Arbitr Komisji Etyki Reklamy.

Agenda

- ekonomia twórców a influencer marketing
- uczestnicy rynku i strony odpowiedzialne za kampanie
- różnorodność świadczeń i możliwości współpracy
- oznaczenia - samoregulacja i najnowsze wytyczne UOKiK
- autopromocja i sprzedaż produktów własnych
- marketing "produktów trudnych" (alkohol, leki, hazard, suplementy diety, papierosy elektryczne)
- scam, dropshipping, fraudy
- ochrona małoletnich
- Q&A



Prowadzący - Kamil Bolek

CMO, członek zarządu grupy LTTM (LifeTube, TalentMedia, Gameset). Ekspert w zakresie wykorzystania YouTube i influencerów w komunikacji marki. Psycholog i PR-owiec przekładający swoją wiedzę na działania w marketingu od 2012 roku. Zafascynowany zmianami w konsumpcji mediów, naukami o komunikowaniu i podejmowaniu decyzji.

Wielokrotnie nagradzany prelegent konferencji branżowych, juror, autor artykułów eksperckich, szkoleniowiec i wykładowca kilku uczelni (w tym studiów MBA). Co roku występuje na kilkudziesięciu konferencjach, prowadzi zajęcia na kilku uczelniach, przeprowadza szkolenia i warsztaty w agencjach, domach mediowych i działach marketingu największych marek w Polsce.

