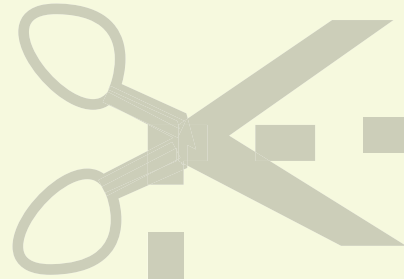


iab

Interactive Advertising Bureau
www.iabspain.net



*Código de conducta
para
cupones descuento*



Con la colaboración de:

zanox.

Código de conducta para cupones descuento


El desarrollo y comunicación de un **código de buena conducta** para los sitios web cuyo modelo de negocio está basado en la **promoción de cupones de descuento** nace ante la **necesidad de proteger los intereses de la marca anunciante, satisfacer las necesidades del medio afiliado y garantizar la buena experiencia del usuario final**. Todo ello avalado por el conjunto de las principales redes de afiliación y que cumplen un papel protagonista en la ecuación del marketing de resultados en el medio online.

Con este fin, las plataformas y players del marketing de afiliación firmantes se comprometen a respetar los siguientes puntos:




Los portales de cupones de descuento evitarán que el usuario haga click para acceder al contenido sin que éste sea conocedor del mismo previamente.


- ✂ Se evitan los **“haz click para acceder al código”** cuando se trate de un cupón de descuento no válido o una oferta/promoción sustitutiva sin que el usuario sea consciente.
- ✂ Se evitan los **“haz click para copiar el código”** y que se abra la página del anunciante sin disponer de un cupón de descuento válido.
- ✂ Se evita que se **abra la página web** del anunciante sin haber sido el usuario debidamente informado sobre ello previamente.



Los portales de cupones de descuento deben detallar de forma clara toda la información referente al código de descuento u oferta antes de que el usuario haga click para acceder al él o para copiarlo e insertarlo en la página de compra del anunciante.



Se consideran cupones de descuento válidos los que el anunciante ha puesto en circulación de forma voluntaria para ser promocionados en entorno online con fecha de inicio y caducidad. En el caso de alcanzar la fecha de caducidad, deberá ser retirado del portal de descuentos para evitar la confusión del usuario.



Los portales de descuentos deben diferenciar de forma clara los cupones de descuento de cualquier otro tipo de ofertas. Las ofertas que no requieran de la inserción de un código deberán promocionarse de forma clara evitando la confusión del usuario.