

CODE OF CONDUCT VOOR MEDIA AUDITING EN BENCHMARKING

Media-inkoop is voor adverteerders over het algemeen de grootste investering in het totale communicatieproces. Het is verstandig om de processen van media-inkoop, maar ook de behaalde resultaten in termen van bereik, contacten en kostenefficiency tegen het licht te houden. Dit levert waardevolle informatie voor de adverteerder op om (strategische) keuzes rondom het communicatieproces te optimaliseren. Daarnaast geeft het de mogelijkheid om de prestaties van het mediabureau te beoordelen.

Voor het doorlichten van de media-investeringen en de processen rondom media-inkoop kan een media auditor of media benchmarker ingeschakeld worden. In het document dat voor je ligt staan uitgangspunten waar auditors en benchmarkers zich volgens BVA in hun bedrijfsvoering aan zouden moeten houden. Deze uitgangspunten worden behalve door BVA ook door de World Federation of Advertisers actief uitgedragen. Met deze richtlijnen in de hand weet je waar je op moet letten bij de keuze van een auditor/benchmarker.

In Nederland houden 2 bedrijven zich specifiek bezig met auditing/benchmarking. BVA heeft in 2008 de inhoudelijke werkwijze van beide bedrijven met elkaar vergeleken. De resultaten van deze vergelijking vind je in het document "Media auditing en media benchmarking, een vergelijking tussen aanbieders in Nederland". Dit document is te vinden op www.bva.nl.

Auditing en benchmarking

Onder auditing wordt verstaan het systematisch controleren van de juistheid van de door mediabureau gerapporteerde kosten van media-inzet in relatie tot onderliggende media contracten. Onder benchmarking wordt verstaan het systematisch vergelijken van data van een entiteit (bijv. adverteerder of campagne) versus die van een groep van gelijksoortige entiteiten (pool van adverteerders of campagnes).

Het advies van auditors en benchmarkers moet onafhankelijk en objectief zijn en de aangeboden diensten mogen hiermee niet conflicteren. In dit kader staat BVA voor dat auditors/benchmarkers naast hun kernactiviteit geen diensten aanbieden die kunnen leiden tot belangenverstrengelingen. In theorie bestaat het gevaar dat kennis verkregen uit auditing en benchmarking activiteiten oneigenlijk gebruikt wordt bij de advisering (op allerlei gebied) van andere klanten.

Belangrijke richtlijnen bij de keuze van een auditor

In de WFA richtlijnen wordt onderscheid gemaakt tussen auditing, benchmarking en media consultancy. Het document bespreekt alleen richtlijnen voor auditing en benchmarking en laat mediaconsultancy buiten beschouwing.

De media auditor en -benchmarker moet objectief advies leveren. Dat betekent inhoudelijk dat er geen zakelijke band mag zijn met een media exploitant, reclamebureau of mediabureau¹. Een auditor en/of benchmarker kan uitsluitend voor één van de drie marktpartijen werken en ook niet meer dan één, om elke vorm van belangenverstremgeling op voorhand uit te sluiten. Deze marktpartijen zijn:

adverteerders

media inkoopbureaus en media adviesbureaus

media exploitanten

De media auditor en -benchmarker moet absolute confidentialiteit in acht nemen. Dat houdt in dat met de individuele gegevens van adverteerders in absolute geheimhouding omgegaan moet worden. Geheimhouding kent een menselijke passieve en actieve kant, en een technische passieve en actieve kant. Medewerkers hebben een zwijgplicht en mogen niet (zakelijk en/of privé) spreken over de gegevens van adverteerders. In adviezen aan klanten mag geen actief gebruik worden gemaakt van de gegevens van andere adverteerders ter informatie of ter verbetering van zijn/haar concurrentie positie op de media markt. Wel mag men algemeen ingevoerde en beschikbare kennis en informatie, of uit de analyse logisch voortvloeiende adviezen verstrekken. In technisch opzicht gaat het over het veilig opbergen van gegevens en beschermen van servers, directories en computerbestanden (passief), maar ook over het sturen van beschermde files en e-mail verkeer (actief).

De media auditor en -benchmarker moet helderheid kunnen en willen verstrekken over de methodiek van werken. Onder methodiek wordt verstaan de omvang van de pools, de wijze van berekenen van poolgemiddelden en het handhaven van bepaalde statistische regels en algoritmen. Voor de validatie van de methodiek moeten media auditors en -benchmarker meewerken aan, door adverteerders geïnitieerde, onderzoeken naar de methodologie. Randvoorwaarde is dat deze experts onafhankelijk en neutraal zijn.

Ten aanzien van eigendom heeft de WFA het zo gereguleerd dat de media auditor en -benchmarker het eigendom heeft van de data en gerelateerde benchmarks. De rapportages en adviezen zijn formeel overgedragen eigendom van auditor aan de adverteerder.

Media auditors en -benchmarkers dienen geen andere activiteiten c.q. diensten te ontwikkelen die kunnen leiden tot een serieuze belangenverstremgeling. Hiermee wordt bedoeld dat het risico bestaat dat de media auditor en -benchmarker zijn objectieve en onafhankelijke positie en mening verliest. Iedere dienst zal op deze merites moeten worden beoordeeld en ofwel niet worden aangeboden, dan wel onder duidelijke randvoorwaarden en regels worden geïmplementeerd. De specifieke inhoud van dit soort activiteiten moet, op verzoek van adverteerders, gemeld en verantwoord worden aan opdrachtgevers.

Teneinde de objectiviteit van haar adviezen te garanderen, mag de media auditor of benchmarker op generlei wijze direct of indirect of via een andere organisatie een zakelijke relatie hebben met of diensten leveren aan meer dan één van de drie marktpartijen.

¹ *Onder zakelijk wordt verstaan het schriftelijk dan wel mondeling overeenkomen van een eenzijdige of wederzijdse prestatie- of inspanningsverplichting, het houden van aandelen in elkaars ondernemingen, dan wel het maken van afspraken ten aanzien van de wijze waarop men met elkaar omgaat c.q. het leveren van een tegenprestatie daarvoor.

Kwaliteitsstandaard

De richtlijnen van de WFA zouden kunnen dienen als kwaliteitsstandaard en het onderstaande dient als basis checklist.

Media auditors en -benchmarkers dienen zich minimaal te houden aan de WFA richtlijnen.

Men dient te beschikken over een intern document waarin concrete aanwijzingen worden gegeven voor gewenst gedrag in lijn met de richtlijnen.

In het interne document zal tevens sprake moeten zijn van de sancties bij het personeel die staan op het niet gedragen conform interne gedragsinstructies.

Arbeidscontracten moeten voorzien in een geheimhoudingsplicht t.a.v. klantgegevens, een concurrentiebeding en duidelijkheid geven over de sancties die staan op het zich niet houden aan deze plichten.

Ten aanzien van de technische aspecten van geheimhouding dienen media auditors en -benchmarkers een vastgelegd beleid en procedures te hebben ten aanzien van beveiliging van servers, toegang tot directories en computerbestanden, en het sturen van protected bestanden en e-mails.

Indien een media auditor of -benchmarker wordt verzocht om openheid te geven over de methodiek, pools en wijze van berekenen dient men daartoe openheid te geven, met in achtneming van de bescherming van individuele klantgegevens.

Men dient altijd medewerking te geven aan een extern onderzoek naar methodiek, indien de onderzoeker neutraal is, een geheimhoudingverklaring tekent ten aanzien van de individuele klantgegevens en er sprake is van medewerking van alle betrokken klanten c.q. hun vertegenwoordiger.

Media auditors en -benchmarkers moeten klanten en hun vertegenwoordiger kunnen voorzien van een duidelijk dienstenoverzicht. Men dient hierbij uit te leggen in welke verhouding deze diensten tot elkaar staan, hoe deze diensten ingrijpen op het besluitvormingsproces (strategisch of operationeel) en aan welke gedragsinstructies de adviseur zich dient te houden. Men moet kunnen aantonen dat de diensten de onafhankelijkheid en objectiviteit niet aantasten.

Ter afsluiting

BVA verwacht met bovenstaande richtlijnen een handvat geboden te hebben om goed onderbouwd een auditing- of benchmarking bureau te kiezen. Of om de diensten van het huidige bureau goed tegen het licht te houden. Nogmaals, het gaat immers om grote belangen en die dienen zo goed mogelijk geborgd te zijn.