

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów przygląda się rynkowi reklamy w social mediach. Jednocześnie trwają prace nad stworzeniem wspólnych wytycznych, które mają pomóc influencerom w prowadzeniu biznesu zgodnie z prawem. Urząd jest na etapie końcowym konsultacji pomiędzy UOKiK a Grupą Roboczą Influencer Marketing IAB Polska przy wsparciu instytucjonalnym SAR i Rady Reklamy.

W dyskusji nad kształtem dobrych praktyk nie może zabraknąć samych zainteresowanych – influencerów i ich obserwatorów. Dlatego następnym etapem prac będzie zebranie opinii użytkowników social media na temat oznaczania treści reklamowych. Pytania dotyczące konkretnych rozwiązań znajdą się wkrótce na [profilu@uokikgovpl](https://www.instagram.com/profilu@uokikgovpl) na Instagramie.

Influencer, np. ulubiony instagramer lub streamer, może mieć dużą siłę oddziaływania na Twoje opinie i decyzje. Dzięki pokazywaniu swojej codziennej rutyny i tworzeniu popularnych w sieci materiałów, np. poradników czy recenzji różnych gadżetów, uzyskuje spory autorytet i zainteresowanie, a jego wypowiedzi odbierane są jako wiarygodne i bezstronne. Przez to możesz bardziej ufać również jego wyborom produktów czy usług, niczym dobremu znajomemu... Jednak czy zawsze powinieneś?

Dzięki publikowaniu popularnych treści i tworzonemu wizerunkowi „ekspertów w danej dziedzinie”, wygłaszane przez influencerów opinie odbierane są jako wiarygodne źródło informacji przez użytkowników. Z myślą o tych ostatnich Prezes UOKiK przygotował praktyczne wskazówki dla „konsumentów social mediów” - instatipy ułatwiające dokonywanie świadomych wyborów.

Jak odróżnić treści sponsorowane umieszczane przez gwiazdy internetu na Instagramie lub Facebooku od neutralnych? Okazja czy presja? Moda czy potrzeba? Na co konsument powinien szczególnie zwracać uwagę? W załączeniu znajduje się dziesięć instatipów, dla każdego kto chce świadomie podejmować decyzje zakupowe.

*Źródło: UOKiK*