

Reklamy w systemie AdWords wyszukiwarki Google są, obok pozycjonowania, jedną z najbardziej popularnych form reklamy internetowej. Dla firm, zwłaszcza sklepów internetowych, jest to jedna z dróg pozyskiwania klientów. Dlatego też wiele kontrowersji wzbudza zmiana w regulaminie usługi, wprowadzona przez Google, która umożliwia reklamowanie się firm, także na frazy związane z konkurencją.

Od 14 września 2010 roku Polska dołączyła do krajów, w których można używać znaków towarowych konkurencji jako słów kluczowych, powodujących wyświetlanie się reklam. Europejski Trybunał Sprawiedliwości w wyroku z marca br. stwierdza, że Google umożliwiając takie rozwiązania nie łamie prawa. Dla przedsiębiorców, zwłaszcza tych, których główny obszar działalności koncentruje się w Internecie, to nie tylko teoria. Stykają się z tymi działaniami, od kiedy tylko stały się możliwe.

-Mniej więcej od połowy września zauważyliśmy, że wpisując do wyszukiwarki nazwę naszego sklepu internetowego, także z błędami lub fonetycznie zapisaną, trafiamy na reklamy sieci RTV EURO AGD – mówi Paulina Pilecka-Domin, Marketing Manager w redcoon Polska sp. z o.o.

-Od pewnego czasu na wszystkich europejskich rynkach, na których działamy, w tym polskim, funkcjonuje specjalne narzędzie monitorujące. Między innymi w oparciu o rezultaty tego monitoringu będziemy podejmować kroki mające na celu ochronę naszej marki – dodaje przedstawicielka sklepu redcoon.pl

Wykorzystywanie znaków towarowych konkurencji w reklamach wzbudza wiele kontrowersji i to nie tylko z powodu posługiwania się marką konkurenta. Takie działania zwiększają także koszt reklamy dla firmy, która chciałaby się reklamować w AdWords posługując się nazwą własną. Nie należy też zapominać, że w ten sposób konsumenci mogą zostać wprowadzeni w błąd, zwłaszcza w przypadku, marek o podobnej nazwie.

Każda poszkodowana firma ma możliwość sądowego dochodzenia swoich praw. Do polskich sądów już trafiają pozwy przedsiębiorców dotyczące nieuczciwej konkurencji w praktykach reklamowych. Czas pokaże, jak zmiany w AdWords wpłyną na wykorzystanie tej formy reklamy.

Times Square Public Relations