

Lendületben az ÖRT – prezentációk sora a megelőzés érdekében

Azonnali közlésre!

A reklámpiar vállalatainál tartott prezentációkkal a reklámalkotók első szintjéhez viszik el a reklám jogi és etikai kérdéseivel kapcsolatos információkat az ÖRT vezetői. A megelőzés az önszabályozás rendszerének fontos eleme.

A reklám készítése és jóváhagyása során a hirdetői, ügynökségi és a médiaoldalon is fontos szempont ma már a piaci érzékenység ismerete. Ennek egyik szempontját, a szabályozással kapcsolatos kérdéseket interaktív prezentációkon, tréningeken ismerteti az ÖRT – elsősorban a tagjai számára.

Ma már nem elég, ha panasz esetén gyorsan reagálnak a cégek, jobb megelőzni a bajt. A tréningjeink ebben nyújtanak nagy segítséget. Ebben a hónapban három ilyen „fellépésünk van” – mondja Gerendi Zsolt az ÖRT főtákarára.

A tagjaink közül számos cég rendszeresen, sőt évente a belső oktatási rendszerük részeként a szabályozással, a fogyasztói érzékenységgel (pl. gyerekek a reklámban, környezetvédelem, gender), valamint a hatósági büntetések szempontjaival kapcsolatos tanulságok ismertetésére kér minket – teszi hozzá Fazekas Ildikó igazgató.

Először tartottunk attól, hogy nehezen lesz befogadható a sok jogi információ, bámmennyire is fontos, amit hallunk. Viszont most már nem először tapasztaltuk meg, hogy a tréning interaktív, a példák és a szavazás kifejezetten élvezetes és így könnyebben emészthető egy-egy ilyen alkalom. A folyamatosan bővülő csapatunk számára természetes volt, hogy ezeket az ismereteket megszerezzék, hiszen számunkra elsődleges, hogy ügyfeleinknek naprakész és fogyasztói szemmel védhető anyagokat állítsunk össze, így a prezentáció most is rendkívül hasznos volt, ahol több, számunkra fontos szektort is érintettünk – fogalmazott Csapó Cecília a POPGroup Group Account Directora.

A Ford számára a jogi megfelelés kiemelt jelentőségű, ráadásul a környezetvédelem szempontjainak megjelenítése a reklámokban egyre fontosabb, és egyre érzékenyebb kérdés. Ezért minden évben elhívjuk az ÖRT-öt, hogy saját és ügynökségeink munkatársait tréningezzék. Úgy vélem, hogy a felelős vállalat számára ma már ez elengedhetetlen – hangsúlyozta Rákosi Viktor a Ford regionális marketing kommunikációs igazgatója.