

ZÁSADY SPRÁVY KAMPAŇÍ ASPA

Spoločný štandard postupu pri správe výkonnostných kampaní

DRAFT – živý dokument. Toto je pracovný návrh. Finálne znenie **definujú členovia spoločne** v pracovnej skupine „Štandardy & meranie“. Dodržiavanie zásad je súčasťou členského záväzku a tvorí jadro hodnoty ASPA.

Prečo tieto zásady

Kvalita správy kampaní sa na trhu líši dramaticky a klient ju vie len ťažko posúdiť. Spoločný, verejný štandard: - dáva klientom istotu, čo môžu od člena ASPA očakávať, - chráni dobré meno odvetvia pred nekalými praktikami, - je merateľným základom značky „Člen ASPA“.

1. Onboarding a prevzatie účtu

1.1. Pred štartom sa **písomne dohodnú ciele, KPI, rozpočet a rozsah služieb**. 1.2. Vykoná sa **vstupný audit** východiskového stavu (podľa štandardu FérovýAudit). 1.3. Zaznamená sa **baseline** (východiskové metriky), aby bol neskôr merateľný prínos.

2. Vlastníctvo účtov a dát

2.1. **Klient je vlastníkom** reklamných účtov, dát a kreatív, ak nie je písomne dohodnuté inak. 2.2. Agentúra pracuje **pod účtami klienta** (alebo s jasne dohodnutým režimom) a zabezpečí klientovi prístup. 2.3. Žiadne „**rukojemníctvo účtov**“ – účty a prístupy sa nikdy nezadržiavajú ako páka.

3. Štruktúra a dokumentácia

3.1. Prehľadná a logická **štruktúra kampaní** a jednotné pomenovania. 3.2. **Dokumentácia podstatných zmien** (čo, kedy, prečo) – auditovateľnosť práce.

4. Testovanie a optimalizácia

4.1. Zmeny sú **podložené dátami a hypotézou**, nie náhodné. 4.2. **A/B testovanie** s dostatočnou vzorkou; nezasahovať do bežiaceho testu bez dôvodu. 4.3. Rešpekt k **fázam učenia** algoritmov platforiem.

5. Rozpočet a financie

5.1. **Transparentné nakladanie** s rozpočtom klienta. 5.2. Prípadná **marža / fee model** je vopred a jasne komunikovaný; žiadne skryté prirážky. 5.3. Kontrola **fakturácie platforiem** a upozornenie na anomálie (fraud, prečerpanie).

6. Reporting a meranie

6.1. Pravidelný, **pravdivý a úplný** report s jednotnými definíciami KPI. 6.2. Uvedenie **zdroja dát a**

atribučného modelu; rozlíšenie click-through vs view-through. 6.3. Dôraz na **biznisové výsledky** (tržby, marža, POAS), nie len na „vanity“ metriky.

7. Komunikácia

7.1. **Dohodnutá kadencia** komunikácie a reportov. 7.2. **Proaktívne upozorňovanie** na riziká, poklesy a príležitosti. 7.3. Zrozumiteľný jazyk – klient musí rozumieť, čo a prečo sa deje.

8. Bezpečnosť, dáta a súlad

8.1. Dodržiavanie **GDPR**, správny **consent management** a meranie (server-side podľa potreby). 8.2. Súlad s **pravidlami platforiem** a zásadami **brand safety**. 8.3. Ochrana prístupov (2FA, riadenie oprávnení).

9. Konflikt záujmov

9.1. **Transparentné riešenie** konkurenčných klientov; informovanie a prípadný súhlas.

10. Offboarding (ukončenie spolupráce)

10.1. Riadne **odovzdanie účtov, dát a prístupov** klientovi. 10.2. Krátka **handover dokumentácia** (stav, štruktúra, odporúčania). 10.3. Žiadne mazanie/sabotovanie kampaní pri odchode.

Závazok člena

Riadny člen ASPA vyhlasuje, že tieto zásady **uplatňuje v praxi**. Opakované alebo závažné porušenie sa rieši podľa etického kódexu (upozornenie → pozastavenie značky → vylúčenie).