

Riktlinjer för marknadsföring - vuxenutbildningen

Detta dokument gäller samtliga verksamheter inom AcadeMedias vuxenutbildningar. Det är varje verksamhetsområdeschefes ansvar att alla som arbetar med marknadsföring och/eller har direktkontakt med presumtiva deltagare känner till och följer dessa riktlinjer.

Marknadsföringslagen

Det är en självklarhet att följa den lag om marknadsföring som finns. Till lagen finns en bilaga som pekar ut vad man kallar "otillbörliga marknadsföringsmetoder". Det är en enkel lista som säger vad som inte får göras.

http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Tillkannagivande-2008487-me_sfs-2008-487/

Friskolbranschens etiska regler

Vi följer även för vuxenutbildningen de etiska regler som Friskolornas riksförbund instiftat. Dessa pekar särskilt på den viktiga distinktionen mellan marknadsföring och vägledning. Marknadsföring och reklam måste alltid vara tydlig med att den är just det, och aldrig förkläs till vägledning. Förbundets etiska regler kan läsas på följande länk:

http://www.friskola.se/Om_oss_Etiska_forhallningssatt_for_friskolor_Marknadsforing_av_gymnasieutbildning_DXNI-286883_.aspx%20m.dl

Etiska regler för telefonförsäljning/telefonkontakt

Kontakta, som är den svenska bransch- och intresseföreningen för telefonförsäljning, har tillsammans med SWEDMA (Swedish Direct Marketing Association) tagit fram etiska regler för kontakter med presumtiva kunder på telefon. I de fall då våra verksamheter anlitar utomstående för denna typ av uppdrag ska leverantören vara medlem i Kontakta eller SWEDMA. I de fall vi själva kontaktar presumtiva elever per telefon ska vi följa Kontaktas/SWEDMAs etiska regler. Inga omyndiga personer får kontaktas direkt, deras vårdnadshavare måste först tillfrågas. De etiska reglerna finns här:

<http://www.kontakta.se/etiska-regler>

AcadeMedias egna riktlinjer

Följande riktlinjer gäller i all kommunikation inklusive all reklam och annan marknadsföring inom AcadeMedia:

- Beskriv enbart vår verksamhets fördelar, aldrig konkurrenters nackdelar eller "i jämförelse med xx är vi mycket bättre".
- Marknadsför skolan och undervisningen – vårt intellektuella kapital, organisation och struktur, samarbeten med arbetslivet, möjligheterna som öppnar sig efter avslutad utbildning osv. (alltså inga lockbeten).
- Etik-miljö: vårt marknadsföringsmaterial ska inte kunna upplevas som nedskräpning, eventuella give-aways ska alltså inte vara sådant som lätt slängs.
- Vi ska visa mångfald i både text och bild, vårt marknadsmaterial ska spegla det svenska samhället och den aktuella skolan/verksamheten.
- Vi ska alltid ha godkänt från elever/studenter/deltagare när vi använder deras citat, foton på dem (eller foton tagna av dem), referenstexter från dem etc.
- Alla marknadsföringsbudskap ska alltid kunna beläggas - med fakta. Skrivningen "99 av 100 elever är nöjda med xx" måste således kunna beläggas i enkätsvar.
- Vi samarbetar inte mellan verksamheter (varumärken) när det gäller kontaktuppgifter till deltagare, deltagarnas tillhörighet är i verksamheten, inte AcadeMedia.

=====SLUT=====

