

Wszystkie leady muszą być wypełniane przez osobę, której dane te dotyczą – zabrania się wprowadzania danych na formularze w imieniu zainteresowanych przez osoby trzecie.

Wszystkie leady dostarczone reklamodawcy muszą być wypełniane na formularzu na LP reklamodawcy – zabrania się umieszczania formularza (lub całej strony) na stronie afiliantów (np. przez iframe), zabrania się wykorzystania mechanizmów automatycznego kopiowania i wklejania danych na formularz reklamodawcy.

Wszystkie leady muszą być poprzedzone świadomym kliknięciem w materiał reklamowy – zabrania się stosowania mechanizmów popingowych, cookiesowania użytkownika bez kliknięcia w reklamę, automatycznego redirectu.

Zabrania się działań wykorzystujących kierowanie użytkownika pośrednio na stronę klienta, bez konieczności kliknięcia w reklamę (redirecting). W szczególności zabrania się używania domeny różniącej się nieznacznie (wprowadzające w błąd, misspellingi) od domen klientów, które przekierowują na stronę klienta.

Zabrania się zachęcania użytkowników do dodawania linków reklamowych (trackujących) do zakładek (bookmark) w przeglądarce.

Zabrania się ukrywania linków, reklam w sposób mogący prowadzić do nieświadomego kliknięcia przez użytkownika.

Zabrania się używania mechanizmów skracających linki.

W ramach prowadzonych działań dla reklamodawcy zostaje ograniczona polityka **słów kluczowych**. Zmiany dotyczą Wydawców, którzy w ramach programu partnerskiego reklamodawcy reklamują witrynę (sklep/www/landingpage i wszystkie inne) reklamodawcy w wyszukiwarkach takich jak Google, Netsprint, Bing, Yahoo oraz partnerach wyszukiwania tych wyszukiwarek, i przekierowują ruch poprzez dedykowane dla programu domeny.

Ograniczona polityka słów kluczowych to zakaz używania znaku reklamodawcy w treści reklam oraz bezpośredniego przekierowywania ruchu z wyszukiwarki do sklepu.

Zakaz ten dotyczy:

- Kupna reklam na słowa związane z „nazwa reklamodawcy/nazwa strony reklamodawcy”. Zakaz dotyczy wszelkich mutacji, odmian, oraz błędów w pisowni, które mogą kojarzyć się z marką reklamodawcy. Ostatecznej oceny skojarzenia znaku Santander/Santander Bank Polska może dokonać sam przedstawiciel reklamodawcy.
- Zakaz używania niepoprawnych odmian „nazwa reklamodawcy” w treści reklamy. Poprawna nazwa „nazwa reklamodawcy” nie może być używana w treści reklamy oraz w nazwie subdomeny Wydawcy.
- Automatycznego przekierowania do serwisu reklamodawcy z reklamy kupionej w wyszukiwarce.
- Kopiowania treści z serwisu santander.pl i umieszczania pod innymi domenami, uruchamiania serwisów reklamodawcy w frame i iframe lub inną techniką w innej domenie.