ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р ИСО 20488— 2023

ОТЗЫВЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РЕЖИМЕ ОНЛАЙН

Принципы и требования к их сбору, регулированию и публикации

(ISO 20488:2018, IDT)

Издание официальное

Москва
Российский институт стандартизации
2023

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 ПОДГОТОВЛЕН Автономной некоммерческой организацией Научно-информационный центр «Полярная инициатива» (АНО НИЦ «Полярная инициатива») на основе собственного перевода на русский язык англоязычной версии стандарта, указанного в пункте 4

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 483 «Экономика замкнутого цикла, совместное потребление и устойчивое финансирование»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 2 октября 2023 г. № 1029-ст

4 Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ИСО 20488:2018 «Отзывы потребителей в режиме онлайн. Принципы и требования к их сбору, регулированию и публикации» (ISO 20488:2018 «Online consumer reviews — Principles and requirements for their collection, moderation and publication», IDT)

5 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

*Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (*gost.e-ecolog.ru

© ISO, 2018
© Оформление. ФГБУ «Институт стандартизации», 2023

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

1 Область применения 1
2 Нормативные ссылки 1
3 Термины и определения 1
4 Руководящие принципы и обязательства организации 2
4.1 Руководящие принципы 2
4.2 Обязательства организации 3
4.3 Постоянное совершенствование 4
4.4 Каналы связи 4
4.5 Обеспечение ресурсами 4
5 Процесс сбора данных 4
5.1 Общие положения 4
5.2 Обязанности участников 5
5.3 Особенности отзывов потребителей 6
5.4 Отзывы потребителей, полученные по запросу 6
5.5 Отзывы, написанные по собственной инициативе потребителей 7
5.6 Сведение к минимуму предвзятых и мошеннических отзывов 7
5.7 Анкета для отзывов/форма сбора данных 8
6 Процесс модерации 8
6.1 Общие положения 8
6.2 Условия 8
6.3 Персонал, модерирующий отзывы потребителей 9
6.4 Характеристики модерации 9
6.5 Анализ содержания отзыва 10
6.6 Отклонение отзыва потребителя 11
6.7 Удаление отзывов 11
6.8 Редактирование содержимого отзыва 11
6.9 Оценка процесса модерации 11
7 Процесс публикации 12
7.1 Общие положения 12
7.2 Общие оценки 13
7.3 Временные ограничения для оценки 13
7.4 Обеспечение прозрачности процесса публикации отзывов 14
7.5 Условия и процедуры 14
7.6 Время публикации 14
7.7 Отметка отзыва, содержащего незаконный или ненадлежащий контент 14
7.8 Право на ответ со стороны проверенных поставщиков 14
7.9 Критерии удаления отзывов после публикации 15
7.10 Утрата права на представление отзывов 15
7.11 Мошеннические отзывы 15
7.12 Публикация отзывов с другого сайта отзывов 15
Библиография 16

Предисловие

ИСО (Международная организация по стандартизации) является Всемирной федерацией национальных органов по стандартизации (органов — членов ИСО). Работа по подготовке международных стандартов, как правило осуществляется через технические комитеты ИСО. Каждый орган — член ИСО, заинтересованный в вопросе, по которому был учрежден Технический комитет, имеет право быть представленным в этом комитете. Международные правительственные и неправительственные организации, которые сотрудничают с ИСО, также принимают участие в этой работе. ИСО тесно сотрудничает с Международной электротехнической комиссией (МЭК) по всем вопросам электротехнической стандартизации.

Процедуры, используемые для разработки настоящего стандарта и предназначенные для его дальнейшего ведения, описаны в части 1 Директив ИСО/МЭК. В частности, следует отметить различные критерии утверждения, необходимые для различных типов документов ИСО. Настоящий стандарт подготовлен в соответствии с редакционными правилами Директив ИСО/МЭК, часть 2 (см. gost.e-ecolog.ru directives).

Следует обратить внимание на возможность того, что некоторые элементы этого стандарта могут являться предметом патентных прав. ИСО не несет ответственности за идентификацию каких-либо или всех таких патентных прав. Подробная информация о любых патентных правах, выявленных в ходе разработки стандарта, будет содержаться во введении и/или в перечне полученных патентных деклараций ИСО (см. gost.e-ecolog.ru).

Любое торговое наименование, используемое в этом стандарте, является информацией, предоставленной для удобства пользователей, и не является рекламой.

Разъяснение добровольного характера стандартов, значения специальных терминов и выражений ИСО, связанных с оценкой соответствия, а также информацию о соблюдении ИСО принципов Всемирной торговой организации (ВТО) в области технических барьеров в торговле (ТБТ) — gost.e-ecolog.ru iso/foreword.htm.

Этот стандарт был подготовлен Техническим комитетом ИСО/ТК 290, Интернет-репутация.

Введение

Сайты онлайн-отзывов позволяют потребителям давать обратную связь о своем опыте использования продуктов и услуг в интересах других потребителей, которые могут рассматривать возможность их покупки или приобретения, а также предоставляют поставщикам продуктов и услуг ценную обратную связь.

Огромное количество потребительских транзакций и взаимодействий теперь происходит через интернет, и миллионы потребителей каждый год читают и пишут онлайн-отзывы. Стремительный рост сайтов отзывов потребителей, охватывающих широкий спектр товаров (например, одежда, электроприборы, игрушки, автомобили) и услуг (например, рестораны, гостиницы, строительство, сантехники, электрики, юристы), потенциально может расширить возможности потребителей и стимулировать совершенствование отрасли, создавая более динамичный способ обмена информацией. И не только поставщики просят потребителей писать отзывы, потребители сами общаются друг с другом.

Сайты отзывов могут принести пользу потребителям, облегчая исследование продуктов и услуг и выявляя те, которые наилучшим образом соответствуют их потребностям с точки зрения функциональности, цены, качества и соотношения цены и качества. Они позволяют потребителям делиться информацией о своем опыте, а также находить обратную связь и мнения тысяч других пользователей. Онлайн-отзывы также могут быть ценным ресурсом для поставщиков, помогая им удовлетворять потребности и ожидания своих клиентов. Потребители, имеющие личный опыт использования продуктов или услуг, могут помочь определить области совершенствования, ведущие к повышению качества продукции, улучшению систем, процедур и обслуживания клиентов. Умные поставщики понимают, что активное поощрение пользователей писать отзывы и быстрое и позитивное реагирование на отзывы могут помочь им удержать клиентов и привлечь новых.

Поскольку онлайн-отзывы все больше влияют на решения потребителей о покупке, как для потребителей, так и для поставщиков особенно важно эффективное управление сайтами, чтобы создать уверенность в качестве, целостности, точности и прозрачности отзывов. Как потребители, так и поставщики могут сообщать о некоторых проблемах с онлайн-отзывами. Эти проблемы могут быть преднамеренными или непреднамеренными, но могут привести к снижению доверия к процессу онлайн-отзывов. Некоторые проблемы, о которых сообщалось, включают:

- ложноположительные отзывы, написанные самим поставщиком с целью ввести потребителей в заблуждение;
- ложноотрицательные отзывы, написанные конкурентами поставщика с целью отпугнуть потребителей от организации;
- деятельность предприятий, специализирующихся на управлении репутацией в Интернете, которые предлагают компаниям электронной коммерции услуги по улучшению онлайн-отзывов;
- потребителей, которые стали общественными критиками и фактически получают лучшие условия или другие выгоды от поставщика, про которого они пишут отзыв;
- отсутствие доверия к достоверности отзывов потребителей, а также к тому, отбирают ли организации хорошие отзывы и удаляют ли отрицательные;
- поставщиков, которые используют потребителей для написания положительных отзывов или наказывают их за написание отрицательных отзывов, и которые в некоторых случаях лишают потребителей права писать отрицательные отзывы.

Эти вопросы лежат в основе принципов, изложенных в настоящем стандарте и предназначенных для их решения.

Настоящий стандарт предлагает требования к организациям, которые управляют сайтами отзывов потребителей, подробно описывая передовую практику на протяжении всего процесса — от сбора данных до регулирования и публикации. В нем приведены рекомендации по повышению доверия потребителей к онлайн-отзывам, повышению защиты поставщиков от эксплуатации и недобросовестности, а также улучшению покупательских решений потребителей и качества товаров и услуг, предоставляемых организациями.

Можно утверждать, что организации, которые применяют требование настоящего стандарта, демонстрируют, что они ценят своих клиентов и стремятся предоставлять отзывы, которым потребители могут доверять.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ОТЗЫВЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РЕЖИМЕ ОНЛАЙН

Принципы и требования к их сбору, регулированию и публикации

Online consumer reviews.
Principles and requirements for their collection, moderation and publication

Дата введения — 2024—01—01

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает требования и рекомендации к принципам и методам, которые администраторы отзывов должны применять при сборе, регулировании и публикации онлайн-отзывов потребителей.

Настоящий стандарт применим к любой организации, публикующей отзывы потребителей в Интернете, включая поставщиков товаров и услуг, которые собирают отзывы от своих собственных клиентов, третью сторону, заключившую контракт с поставщиком, или независимую третью сторону. Настоящий стандарт признает, что различные процессы, связанные со сбором, регулированием и публикацией, могут в разное время выполняться различными организациями. Настоящий стандарт применим к отзывам, опубликованным в Интернете, собранным по любой методике.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте нормативные ссылки отсутствуют.

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

Примечание — ИСО и МЭК ведут терминологические базы данных по стандартизации по следующим адресам:

- платформа онлайн-просмотра: доступна по адресу gost.e-ecolog.ru
- Электропедия МЭК: доступна по адресу gost.e-ecolog.ru

3.1 **отзыв потребителя** (consumer review): Записанная информация, сделанная общедоступной *потребителем* [считающимся *автором отзыва* (3.8)] о конкретном продукте или услуге, предоставленном или проданном *поставщиком* (3.6).

3.2 **потребитель** (consumer): Член общества, использующий или приобретающий товары или услуги у поставщика.

3.3 **дата потребительского опыта** (consumer experience date): Календарная дата и время, когда потребитель воспользовался товаром или услугой.

3.4 **идентификация** (identification): Процесс получения информации, необходимой для подтверждения того, что автор отзыва является реальным лицом.

3.5 **геолокация** (geolocation): Процесс, при котором географические координаты (широта и долгота) автора отзыва могут быть получены автоматически для определения его местоположения.

3.6 **поставщик** (supplier): Организация или физическое лицо предоставляющее товары или услуги, на которые потребители оставляют отзывы на сайте онлайн отзывов.

3.7 **сбор** (collection): Средства получения отзыва, связанного с потребительским опытом.

Издание официальное

3.8 **автор отзыва** (review author): *Потребитель* (3.2), написавший и опубликовавший отзыв на сайте отзывов.

3.9 **правила и условия** (terms and conditions): Набор критериев, опубликованных на сайте отзывов, которые определяют правила, необходимые для соблюдения авторами отзывов и поставщиками, если они пожелают представить информацию для публикации на сайте отзывов.

3.10 **отзыв, написанный по собственной инициативе** (unsolicited review): Отзыв потребителя продукта или услуги, который он предоставил без запроса поставщика или администратора отзывов.

3.11 **отзыв, полученный по запросу** (solicited review): Отзыв потребителя о товаре или услуге, запрошенный поставщиком или администратором отзывов.

3.12 **общий рейтинг** (total rating): Балл, присвоенный автором отзыва для подведения итогов своей оценки конкретного продукта или услуги.

3.13 **оценка** (rating): Оценка, классификация или ранжирование продукта или услуги потребителем.

Примечание 1 — Оценка позволяет потребителю высказать свое мнение, используя рейтинговую шкалу (от 0 до 5, от 1 до 5, от 1 до 10, от 1 до 100, от A до D и т. д.).

Примечание 2 — Эта шкала может быть представлена символами (смайлики, звезды, цветные точки, символы и т. д.); однако эти символы не должны создавать путаницы с любой оценкой, которая может существовать где-либо еще.

3.14 **дата подачи** (submission date): Момент времени, когда потребитель предоставил отзыв администратору отзывов.

3.15 **конфликт интересов** (conflict of interest): Ситуация, в которой у автора отзыва существуют интересы, связанные с поставщиком, продуктом или услугой, которые могут поставить под угрозу независимый характер его отзыва.

3.16 **специфическая маркировка** (specific marking): Отличительный знак обозначающий характеристику потребительского отзыва.

3.17 **модерация** (moderation): Фильтрация, анализ или процессы, проводимые автоматически или вручную с целью принятия или отклонения отзыва потребителя.

3.18 **администратор отзывов** (review administrator): Организация или физическое лицо, ответственное за управление отзывами потребителей, которым может быть и поставщик рассматриваемых продуктов и услуг.

Примечание 1 — Это может быть третья сторона, заключившая контракт с поставщиком, или независимая третья сторона.

Примечание 2 — Различные процессы, связанные со сбором, модерацией и публикацией, могут в разное время выполняться различными организациями.

3.19 **сводный рейтинг** (overall rating): Оценка для конкретного продукта или услуги, рассчитываемая администратором отзывов, которая объединяет все индивидуальные оценки, данные авторами отзывов об этом продукте или услуге.

3.20 **отзывы-тесты** (test reviews): Метод проверки надежности работы администратора отзывов.

3.21 **отметка** (flagging): Функция отметки, позволяющая потребителям или поставщикам обратить внимание администратора отзыва на любой контент, который они посчитали подозрительным.

3.22 **процесс** (process): Взаимосвязанные или взаимодействующие действия, преобразующий входные данные в выходные.

3.23 **система единого входа;** SSO (Single Sign-On; SSO): Функция, позволяющая пользователю получить доступ к нескольким веб-сайтам или приложениям с помощью одного идентификатора пользователя и пароля.

4 Руководящие принципы и обязательства организации

4.1 Руководящие принципы

Организация, ее администратор отзывов и сотрудники должны предоставлять услуги, которые учитывают следующие руководящие принципы на всех этапах планирования, разработки и осуществления:

а) целостность — демонстрирует целостность, обеспечивая, что сайт отзывов отражает мнения законных авторов отзывов, которые приобрели продукт или услугу и представили отзывы;

b) точность — устанавливает, что результатом процессов сбора, модерации и публикации отзывов потребителей были отзывы, которые, насколько это разумно возможно, являются точными; то есть адекватными, актуальными и не вводящими в заблуждение;

c) конфиденциальность — обеспечивает защиту персональных данных авторов отзывов;

d) безопасность — обеспечивает наличие во всех системах механизмов защиты от мошенничества для защиты персональных данных от внутреннего и внешнего мошенничества;

e) прозрачность — обеспечивает, чтобы практика организации по раскрытию информации потребителям, поставщикам, персоналу и другим заинтересованным сторонам в отношении онлайн-отзывов потребителей была видна во всех ее обязательствах, решениях и политике. Организация должна быть прозрачной в отношении всех методологий и прав собственности, которые могут повлиять на использование потребителем сайта отзывов;

f) доступность — обеспечивает легкость поиска информации на сайте отзывов и ее представление в ясном и простом формате, чтобы она была в читаемой и понятной форме для потребителя и поставщиков;

g) оперативность реагирования — организация реагирует на сообщения потребителей, поставщиков и других заинтересованных сторон, касающиеся сайта онлайн-отзывов потребителей, и принимает соответствующие меры без неоправданной задержки.

4.2 Обязательства организации

4.2.1 Культура

Организация должна способствовать формированию культуры, демонстрирующей приверженность руководящим принципам, определенным в 4.1.

4.2.2 Свод правил

Организация должна разработать письменный свод правил, доступный и доведенный до сведения всего руководства и персонала, в котором излагается, как будет выполняться и поддерживаться настоящий стандарт и руководящие принципы, изложенные в 4.1.

4.2.3 Правила и условия

4.2.3.1 Общие положения

Организация должна разработать письменный набор правил и условий, в которых изложены правила и критерии, необходимые для соблюдения любому лицу, желающему представить отзыв.

4.2.3.2 Доступность

Настоящие правила и условия должны быть:

- легко доступны всем авторам отзывов и поставщикам;
- авторы отзывов должны их принять до подачи самих отзывов.

4.2.3.3 Несоблюдение правил и условий

Следует четко указать, что несоблюдение настоящих правил и условий может привести к отклонению или удалению отзыва.

4.2.3.4 Критерии

Правила и условия должны включать следующие критерии:

- содержание описывает личный опыт потребителя рассматриваемого продукта или услуги;
- вся информация фактически верна, насколько известно автору отзыва;
- отзыв не содержит оскорбляющих достоинство выражений.

Кроме того, правила и условия должны включать следующие критерии:

- содержание понятно читателям (например, без случайных символов или использования последовательностей слов без смысла);
- любые конфликты интересов четко раскрываются в рамках отзыва;
- отзыв не содержит персональных данных, которые позволили бы представителям общественности идентифицировать или связаться с частными лицами (например, номера телефонов, точные физические адреса или адреса электронной почты);
- отзыв не содержит никакой финансовой информации (например, номер кредитной карты, номер социального страхования, номер банковского счета), которая могла бы привести к краже личных данных;
- отзыв не содержит никаких маркетинговых материалов.

Администратор отзыва может добавить другие критерии в этот список. Однако он не может определять никаких дополнительных критериев, которые могли бы вызвать предвзятость в оценке соответствующего продукта или услуги.

4.3 Постоянное совершенствование

Организация должна постоянно обновлять и совершенствовать предлагаемые ею услуги. Это может быть достигнуто путем:

- мониторинга обратной связи потребителей и поставщиков и реагирование на эту обратную связь;
- постоянного повышения эффективности и результативности своих процессов;
- рассмотрения, выявления и применения новых концепций и практик в своих процессах;
- поощрения инноваций в развитии услуг и процедур;
- предоставления соответствующих возможностей для обучения и развития персонала;
- признания примеров выдающихся результатов работы и практики, связанных с этим процессом.

4.4 Каналы связи

4.4.1 Общие положения

Организация должна разработать эффективные каналы связи с поставщиками продуктов и услуг, представленными на сайте, для обмена актуальными и ценными отзывами от авторов отзывов к поставщику.

4.4.2 Выделенные каналы связи для организаций

Администратор отзывов должен обеспечить эффективный канал связи, позволяющий связываться с поставщиками продуктов и услуг, на которых потребители пишут отзывы.

Примечание — Канал связи может быть номером телефона или адресом электронной почты для определенных запросов поставщиков.

4.4.3 Предоставление обратной связи поставщикам

Администратор отзывов должен связываться с поставщиками продуктов и услуг, предупреждая их о любых серьезных проблемах безопасности или потенциальных рисках, отмеченных в отзывах потребителей.

4.4.3.1 Регистрация поставщика

Администратор отзывов должен предлагать поставщикам, проверенным на своем сайте, возможность зарегистрировать онлайн бизнес-профиль, чтобы они могли получать оповещения при публикации новых отзывов потребителей.

4.4.3.2 Управление отзывами третьей стороной

Если третья сторона управляет отзывами от имени поставщика, администратор отзывов должен поддерживать связь с поставщиками, для обсуждения наилучшего способа обмена актуальными и ценными отзывами от авторов, которые могут помочь в улучшении продуктов и услуг.

4.5 Обеспечение ресурсами

Организация должна обеспечить наличие достаточных ресурсов для планирования процессов, разработки, анализа, выявления, рассмотрения и применения новых концепций и методов для постоянного совершенствования.

Примечание — Ресурсы могут включать, но не ограничиваться ИТ-системами, а также знаниями, подготовкой и опытом, необходимыми персоналу, который будет управлять и руководить процессом.

5 Процесс сбора данных

5.1 Общие положения

Отзывы потребителей должны собираться с использованием объективного и доказуемого процесса (см. рисунок 1), который сводит к минимуму предвзятость и предубеждение.

Процесс сбора данных в организации позволяет любому потребителю, соблюдающему условия и положения в соответствии с 4.2.3 подать отзыв.



Рисунок 1 — Процесс сбора данных

5.2 Обязанности участников

5.2.1 Автор отзыва

Всем авторам отзывов предлагают либо в момент регистрации, либо перед подачей каждого отзыва:

a) подтвердить, что они прочитали и приняли условия и положения сайта отзывов; и

b) указать адрес электронной почты или контактный телефон, чтобы администратор отзывов мог связаться с ними.

Любому автору отзыва, не соблюдающему вышеизложенное в перечислениях a) и b), будет отказано в разрешении представить отзыв.

5.2.2 Администратор отзывов

5.2.2.1 Сбор персональных данных для профиля или имени пользователя

Автору отзыва предоставляется возможность создать онлайн-профиль или ник для публичного показа.

Администратор отзывов также может собирать персональные данные автора отзыва, однако автор отзыва может остаться анонимным на сайте.

5.2.2.2 Защита персональных данных

Администратор отзывов должен обеспечить, чтобы:

a) все персональные данные, собранные от потребителей, хранились и обрабатывались безопасным и конфиденциальным образом для предотвращения несанкционированного доступа к ним или использования;

b) устанавливались параметры безопасности для защиты персональных данных потребителя;

c) персональные данные использовались только в целях модерирования отзывов и не передавались маркетинговым компаниям, брокерам или любым другим третьим лицам, если автор отзыва прямо не дал согласия на такую передачу.

Примечание — Персональные данные включают в себя такую информацию, как имя, адрес или адрес электронной почты физического лица; то есть всю информацию, которая может быть связана с физическим лицом.

5.2.2.3 Обучение персонала

Администратор отзывов должен обеспечить, чтобы каждый сотрудник, обрабатывающий персональные данные, завершил обучение в соответствии с руководящими принципами (4.1).

Примечание — Следует обратить внимание на соответствующее национальное законодательство, касающееся защиты данных, и ИСО/МЭК 27001 для получения дальнейших указаний.

5.3 Особенности отзывов потребителей

Администратор отзывов должен обеспечить, чтобы отзывы потребителей включали следующую информацию:

a) дата представления отзыва;

b) общий рейтинг.

Администратор отзывов также должен предоставить авторам отзывов возможность добавить:

a) описание потребительского опыта в формате свободного текста или вопросника;

b) дату или период времени потребительского опыта;

c) дополнительную информацию, относящуюся к потребительскому опыту.

Примечание 1 — Администратор отзывов может регулярно предлагать пользователям возможность сортировать отзывы на основе того, были ли получены элементы, относящиеся к потребительскому опыту.

Примечание 2 — Дополнительная информация может быть представлена в виде фотографий, видео- или аудиокомментариев. Они подчиняются тем же правилам модерации, что и текст отзыва.

5.4 Отзывы потребителей, полученные по запросу

5.4.1 Общие положения

Администраторы отзывов, которые просят потребителей отправлять онлайн-отзывы, должны отправлять запрос всем тем, кто, как известно, приобрел продукт или услугу.

Если запросы не рассылаются всем тем, кто приобрел продукт или услугу, они должны быть собраны с использованием объективного и доказуемого процесса, который сводит к минимуму предвзятость и предубеждение.

5.4.2 Запрос

Любой запрос о написании отзыва на продукт или услугу, направленный администратором отзывов или поставщиком, должен быть направлен в подходящее потребителю время для написания отзыва.

Примечание — Например, в правилах и условиях могут быть указаны конкретные временные рамки, в течение которых запрос может быть отправлен после получения потребительского опыта.

В запросе о написании отзыва четко указывается или предоставляется доступ к следующей информации.

a) Кто запрашивает отзыв:

- администратор отзывов или третья сторона, действующая от имени администратора отзывов или поставщика; и

- если администратор отзывов является фактическим поставщиком, это также должно быть ясно отображено в запросе.

b) Сведения о продукте или услуге, в отношении которых запрашивается отзыв.

Кроме того, в запросе также должна быть указана следующая дополнительная информация или предоставлен доступ к ней:

1) как будет использоваться отзыв (в частности, предназначен ли он для публикации и где);

2) какое содержание и персональные данные автора отзыва будут опубликованы;

3) как ознакомиться с правилами и условиями написания отзывов на сайте администратора.

5.4.3 Дата запроса

Администратор отзывов должен убедиться, чтобы отзывы не были написаны до того, как потребитель получил опыт использования продукта или услуги.

5.4.4 Несколько потребителей

Если более одного человека (например, семья) имели потребительский опыт, связанный с одной покупкой, администратор отзывов оставляет за собой право направить запрос либо покупателю продукта или услуги, либо любому из потребителей, связанному с покупкой.

5.4.5 Использование базы данных потребителей

Подтверждение того, что автор отзыва является реальным лицом, и подтверждение наличия потребительского опыта могут быть получены из базы данных, принадлежащей администратору отзывов, поставщику или его дистрибьютору.

Примечание — Если потребительский опыт не может быть подтвержден, информация может быть получена с помощью формы, электронной почты или другого механизма.

5.4.6 Завершение запросов

Администратор отзывов не должен продолжать отправлять запросы, если он узнает, что покупатель прекратил использовать оцененный продукт или услугу или поставщик их больше не предлагает.

5.5 Отзывы, написанные по собственной инициативе потребителей

Любой потребитель имеет право оставить отзыв на сайте при условии, что он:

a) предоставит личную информацию либо путем регистрации на сайте, либо путем создания профиля;

b) примет правила и условия.

5.5.1 Контроль личности авторов отзывов

Администратор отзывов должен проверить, что автор отзыва является реальным лицом, и подтвердить, что предоставленные контактные данные являются подлинными и соответствуют реальному лицу.

a) Это можно сделать для случайной выборки авторов отзывов или для тех, кто, как администратор отзывов полагает, не соответствует условиям или помечен для дальнейшего изучения.

b) При подаче отзыва всем авторам отзывов должно быть разъяснено, что такая проверка может иметь место, а также условия, при которых она будет проводиться.

Личность автора отзыва может быть подтверждена одним или несколькими способами:

1) проверка адреса электронной почты путем отправки одного или нескольких писем и ожидания ответа;

2) проверка доменного имени автора отзыва и расширения адреса электронной почты в сравнении с предметом онлайн-отзыва и/или названием оцениваемого продукта или услуги;

3) отправка электронного письма с просьбой к автору отзыва подтвердить свою регистрацию, перейдя по ссылке;

4) верификация с помощью программы, защищающей веб-сайты;

5) проверка по телефону или SMS;

6) проверка идентификации с помощью системы единого входа (SSO);

7) проверка идентификации по геолокации или IP-адресу;

8) проверка администратором отзывов правильности адреса электронной почты автора отзыва до публикации первого отзыва;

9) проверка, что один адрес электронной почты используется только одним пользователем;

10) верификация с помощью системы аутентификации «вызов—ответ».

5.5.2 Проверка потребительского опыта

Администратор отзывов должен знать процесс, позволяющий повысить уверенность в том, что потребительский опыт был подлинным путем:

a) мониторинга содержания отзывов для обеспечения того, чтобы они соответствовали критериям, подробно изложенным в правилах и условиях;

b) реагирования на любые отзывы или жалобы по поводу содержания отзывов.

Администратор отзывов, если при анализе полученной информации об авторе отзыва обнаруживаются элементы, дающие ему основания полагать, что та или иная информация не соответствует действительности или неверна, должен провести внутреннюю оценку отзыва.

5.6 Сведение к минимуму предвзятых и мошеннических отзывов

5.6.1 Покупка отзывов

Администратор отзывов не должен сознательно публиковать отзывы, которые были приобретены и/или написаны лицами, нанятыми для этой цели поставщиком или третьей стороной.

5.6.2 Отзывы, собранные за вознаграждение

Администратор отзывов может предложить автору отзыва вознаграждение за его отзыв на продукт или услугу, независимо от того, просили ли автора предоставить отзыв. Если отзыв был проверен, то применяют следующее:

a) вознаграждение не зависит от содержания представленного отзыва (например, вознаграждение должно быть назначено независимо от того, был ли отзыв положительным или отрицательным);

b) администратор отзывов должен указать характер возможности получения вознаграждения в правилах и условиях;

c) вознаграждение может быть выдано до или после представления отзыва;

d) администратор отзывов должен четко поставить отметку рядом с отзывом, чтобы читатели знали, что за отзыв было предложено вознаграждение.

Примечание 1 — Примером программы вознаграждения может быть программа тестирования новых продуктов, когда, например, некоторые потребители получают или одалживают новые продукты и предоставляют отзыв после определенного периода использования.

Примечание 2 — Вознаграждение может принимать форму денежных средств или продуктов, а также приз в соревновании, таком как лотерейный розыгрыш.

5.6.3 Надежность процесса сбора

Администратор отзывов должен убедиться, что для обеспечения надежности сбора данных были приняты следующие меры:

a) разработка средств и алгоритмов фильтрации и управления;

b) процесс проверки и контроля; и

c) процесс измерения надежности сбора отзывов.

5.7 Анкета для отзывов/форма сбора данных

5.7.1 Общие положения

Администратор отзывов может по своему усмотрению структурировать онлайн-анкету/форму сбора данных или любой другой механизм, с помощью которого он получает отзывы, используя функции, описанные в 5.3.

5.7.2 Структура анкеты/формы сбора

Администратор отзывов может:

a) составить список вопросов по любой теме, которую он считает необходимой и не обязан ограничивать себя минимальным или максимальным количеством вопросов или тем;

b) структурировать вопросы с несколькими вариантами ответов или в виде простого текста;

c) предоставить поставщикам возможность высказать свои замечания по анкете/форме сбора данных.

5.7.3 Общая оценка продукта или услуги

Общая оценка продукта или услуги должна быть дана автором отзыва и не должна быть пересчитана или изменена каким-либо образом администратором отзывов.

6 Процесс модерации

6.1 Общие положения

Администратор отзывов должен регулировать все представленные отзывы потребителей по заранее определенному, опубликованному набору критериев, чтобы решить, подходят ли они для публикации.

Данный процесс (см. рисунок 2) позволяет администраторам отзывов отклонять или удалять отзывы, если они не соответствуют условиям и положениям.

Модерация может проводиться до и/или после публикации отзыва потребителя. Модерация может быть автоматической, ручной или комбинированной.

6.2 Условия

Условия, относящиеся к модерации, должны включать, но не ограничиваться, следующее:

a) соответствие — обеспечение соответствия собранной информации положениям и условиям сайта, касающимся публикации, отклонения или удаления информации;

b) личность и содержание автора отзыва — как только автор отзыва идентифицируется как реальное лицо, модерируется вся представленная информация;

c) объем отзывов — наличие методов модерации, соответствующих объему отзывов;

d) прослеживание отзывов — обеспечение того, чтобы все вовлеченные лица и их действия, связанные с модерацией, были идентифицированы и прослеживаемы;

e) ограничения по времени — применение одного и того же ограничения по времени модерации ко всем отзывам;



Рисунок 2 — Процесс модерации

f) обучение и поддержка — обеспечение того, чтобы персонал, выполняющий модерацию, был обучен и компетентен в своей роли;

g) подход — отношение ко всем отзывам должно быть равное независимо от содержания;

l) язык — рассматривается язык отзыва.

6.3 Персонал, модерирующий отзывы потребителей

6.3.1 Роль персонала

Сотрудники оценивают содержание отзыва потребителя, чтобы решить, будет ли он опубликован, отклонен или удален.

Примечание — Эти сотрудники несут ответственность за соблюдение кодекса практики организации и применение правил в рамках положений и условий, регулирующих авторство отзывов, при модерации отзывов потребителей.

6.3.2 Компетентность и ресурсы персонала

Персонал должен обладать следующими компетенциями и ресурсами:

a) владение языком, на котором был написан отзыв;

b) доступ ко всему содержимому полученного от потребителя отзыва;

c) способ связаться с автором отзыва, если это необходимо для проверки.

Примечание — Уведомление о возможности связи с автором отзыва может быть опубликовано в правилах и условиях в соответствии с законодательством о защите данных, конфиденциальности и обязательством лиц, ответственных за обработку персональных данных, чтобы информировать автора отзыва о цели обработки таких данных.

Кроме того, персонал должен иметь доступ:

- ко всей информации, относящейся к истории подач отзывов (например, количество подач одного и того же отзыва);
- к истории информации, относящейся к автору отзыва (количество опубликованных отзывов, предмет предыдущих отзывов);
- к системе учета, позволяющей передавать модерацию потребительского отзыва другому сотруднику; и
- ко всем отзывам, когда-либо предоставленным на товар или услугу, независимо от того, принимаются они или отклоняются.

6.4 Характеристики модерации

Модерация не зависит от содержания отзыва и должна проводиться только в соответствии с правилами и условиями организации.

Администратор отзывов должен указать в правилах и условиях:

a) выбранный и примененный метод обработки;

b) правила, действующие в рамках процесса модерации;

c) правила, которые применяются ко всем собранным отзывам потребителей.

6.5 Анализ содержания отзыва

Администратор отзывов должен владеть процессами анализа и подтверждения собранной информации для обеспечения соответствия положениям и условиям.

Эти процессы могут сочетать автоматизированные инструменты и/или ручные процессы проверки.

6.5.1 Проведение анализа

Проведенный анализ должен основываться:

a) на верификации автора отзыва как реального лица;

b) поведении автора отзыва (частота написания отзывов, история полезности, место нахождения и т. д.);

c) изучении языка, использованного в отзыве.

6.5.2 Результаты анализа

На основе анализа, проведенного в 6.5.1, отзывы должны быть:

a) либо идентифицированы как не содержащие проблемного контента;

b) либо идентифицированы как мошеннические или содержащие потенциально проблемный контент (например, язык) с нарушениями условий и положений.

Примечание — Отзывы, сообщающие о неудовлетворенности потребителя товаром или услугой, могут рассматриваться, но не считаться потенциально проблемным контентом.

6.5.3 Автоматическая модерация

Администратор отзывов должен использовать специальные ИТ-программы для анализа в компьютерных системах, используемых для модерации контента:

a) с целью проверки его надлежащего, релевантного и беспристрастного характера автоматизированными средствами;

b) для создания инструментов анализа данных для максимально быстрой обработки любых проблем; и

c) в компьютерных системах, используемых для мониторинга контента.

Примечание 1 — Процесс модерации может быть частично автоматизирован (с помощью компьютерной программы), в частности, для:

i) фильтрации (например, конкретный процесс модерации или добавление предупреждения, помеченного модератором);

ii) отклонения отзывов потребителей, содержащих незаконный контент или контент, не соответствующий правилам и условиям.

Примечание 2 — Типы контента, которые могут подвергаться автоматической модерации, в частности включают в себя, но не ограничиваются ими:

i) контент, содержащий ненормативную лексику в текстовом поле;

ii) контент, содержащий элементы, относящиеся к личности автора отзыва; и

iii) непонятный контент (например, последовательность символов или знаков без смысла, последовательность несуществующих слов).

Примечание 3 — Отзыв потребителя может быть опубликован без автоматической модерации перед публикацией только в том случае, если была проведена ручная модерация.

6.5.4 Ручная модерация

Ручная модерация должна выполняться персоналом, компетентным модерировать содержание отзыва потребителя, чтобы иметь возможность просмотреть его и принять решение о его публикации или отклонении.

Примечание — Отзыв потребителя может быть опубликован без ручной модерации только в том случае, если была проведена автоматическая модерация.

6.5.5 Ограничение по времени модерации отзывов потребителей

Организация должна стремиться завершить процесс модерации в течение срока, указанного в правилах и условиях, которые находятся в открытом доступе.

Примечание 1 — Срок модерации не может разниться в зависимости от содержания отзыва (положительного или отрицательного). Однако он может варьироваться в зависимости от его атрибутов, например текста, формы, видео, аудио или изображений.

Примечание 2 — Администратор отзывов может сообщить автору отзыва, что его отзыв опубликован.

6.6 Отклонение отзыва потребителя

Администратор отзывов должен отклонить отзыв потребителя до его публикации, если:

a) было обнаружено мошенничество;

b) он не соответствует условиям публикации, определенным администратором отзывов.

6.7 Удаление отзывов

6.7.1 Удаление отзыва автором

По требованию автора отзыва администратор отзывов обязан удалить отзыв.

Администратор отзывов в соответствии с правилами и условиями может отметить место, где был опубликован отзыв, с пояснением, например, «Этот отзыв был удален автором отзыва», а также указать дату и идентификатор пользователя.

6.7.2 Удаление отзыва администратором

Администратор отзывов отклоняет и удаляет ранее одобренный и опубликованный отзыв, если существует информация о том, что автор и содержание отзыва не соответствовали правилам и условиям.

Администратор отзывов в соответствии с правилами и условиями может отметить место, где был опубликован отзыв, с объяснением, например, «Эта запись не соответствовала определенным критериям проверки», а также указать дату и идентификатор пользователя.

6.7.3 Информирование автора отзыва

В тех случаях, когда представленный отзыв идентифицируется как направленный на искусственное создание предвзятости в оценке продуктов или услуг (например, массовая рассылка отзывов компанией для создания репутации в Интернете), администратор отзывов должен сообщить автору отзыва о своем отклонении, но не обязан указывать причины для сохранения эффективности своих механизмов борьбы с мошенничеством.

6.8 Редактирование содержимого отзыва

Администратор отзывов не имеет права редактировать отзывы потребителей в любое время. Это позволяет авторам отзывов редактировать свои собственные отзывы. Если это происходит, то это должно быть сделано только при следующих условиях.

a) До публикации

Администратор отзывов должен предоставить автору отзыва возможность отредактировать и повторно представить свой отклоненный отзыв, если администратор отзывов считает, что автор отзыва непреднамеренно нарушил правила и условия.

b) После публикации

Администратор отзывов должен предоставить автору отзыва возможность повторно представить свой отзыв даже после публикации. В этом случае автор отзыва:

- просит удалить информацию, а затем может выбрать отправку нового отзыва вместо предыдущего; или
- обновляет свой отзыв, дополняя его вторым отзывом, который публикуется под изначальным отзывом % или
- редактирует уже имеющийся отзыв (единственный отзыв, который остается после редактирования, — это новый отредактированный отзыв).

Администратор отзывов должен оставить отметку в месте размещения отзыва с пояснением, например, «Отзыв был отредактирован автором», и указать дату и идентификатор пользователя.

6.9 Оценка процесса модерации

6.9.1 Постоянное совершенствование процесса модерации

Администратор отзывов должен иметь измеримые процессы для оценки текущей эффективности процесса модерации. Это может включать использование выборки, тестовых обзоров или опросов авторов обзоров.

6.9.2 Выборка

Проверка должна проводиться на статистически репрезентативной выборке отзывов не реже одного раза в год в соответствии с кодексом практики организации и любыми разработанными руководящими принципами

6.9.3 Отзывы-тесты

Чтобы проверить качество процесса модерации и обеспечить постоянное улучшение, администратор проверки должен создать систему тестовых отзывов, в которой недостоверный отзыв — тот, который противоречит по крайней мере одному из критериев сбора, указанных в правилах и условиях организации, — отправляется в процесс модерации.

Администратор отзывов должен внедрить процесс, обеспечивающий удаление тестовых отзывов с сайта, когда процесс сбора и модерации идентифицирует их как несоответствующие требованиям.

Примечание — Если обнаружится, что тестовые отзывы не отмечены на этапе модерации, администратор отзывов может идентифицировать, проконсультировать и обеспечить переподготовку тех, кто не смог обнаружить тестовые отзывы.

6.9.4 Опрос авторов отзывов

Организация должна иметь процесс случайной выборки объема обзоров.

Примечание 1 — Администратору отзывов может потребоваться связаться со случайной выборкой авторов отзывов, чтобы проверить их контактные данные и то, что у них был потребительский опыт.

Примечание 2 — Автору отзыва может быть предложена проверка путем интервью с модератором или путем заполнения опроса.

6.9.5 Удаление несоответствующих отзывов

Администратор отзывов должен удалить отзывы, выявленные как несоответствующие требованиям.

Примечание — Отзывы, по которым авторы отзывов (с которыми связались во время опроса в целях проверки) не ответили на опрос, могут подвергаться мониторингу, что может привести к их удалению с сайта.

7 Процесс публикации

7.1 Общие положения

7.1.1 Информация для администратора отзывов



Рисунок 3 — Процесс публикации

Администратор отзывов при публикации любых отзывов должен учитывать следующее.

7.1.2 Точность отзыва

Для обеспечения прозрачности и точности отзыв должен быть отображен и опубликован в полном объеме без редактирования содержания администратором отзывов.

Если используется выдержка из отзыва, то она должна содержать ссылку на полный отзыв.

Если отзыв переведен на другой язык, он должен быть отмечен. Ссылка на отзыв должна быть приведена на языке оригинала.

Если автор отзыва представляет отзыв не в электронном виде, который затем вводится администратором отзывов, содержание должно быть помечено как транскрибированное.

7.1.3 Отображение отзывов по умолчанию

Администратор отзывов должен убедиться, что отображение отзывов по умолчанию включает дату отправки, поэтому существует хронологическое отображение от самого последнего до самого первого отзыва на основе даты отправки.

Если администратор отзывов не использует по умолчанию хронологическое отображение, он должен четко указать, какие методы фильтрации используются для отображения, и сделать хронологическое отображение опцией для пользователей сайта.

Примечание — Общая оценка может быть включена в отображение по умолчанию, чтобы показать среднее значение всех отзывов с указанием того, каким образом администраторы могут отображать среднюю оценку.

7.1.4 Дата подачи отзыва и потребительского опыта

Дата подачи отзыва, полученного администратором отзывов, должна быть указана рядом с каждым отзывом.

Дата потребительского опыта, если она собрана для публичного показа администратором отзывов, также должна быть указана в отзыве.

Если автор отзыва предоставил подтверждение даты потребительского опыта, то отзыв должен быть помечен соответствующим образом. Если это так, то администратор отзывов должен разрешить пользователю фильтровать данные для подтверждения даты получения отзывов потребителем.

7.1.5 Информация профиля

Администратор отзывов должен отделить информацию профиля (которая может быть видна общественности) от другой информации, предоставленной автором отзыва при регистрации на сайте администратора отзывов. Любая личная информация должна быть доступна только администратору отзывов и соответствующему автору отзыва; и

a) автор отзыва должен иметь контроль за распространением своих персональных данных;

b) настройки по умолчанию должны защищать конфиденциальность автора отзыва.

7.2 Общие оценки

Администратор отзывов должен объединить общие оценки, данные отдельными авторами отзывов, для создания единого общего рейтинга для каждого конкретного продукта или услуги, позволяющим потребителям легко сравнивать различные продукты или услуги.

Администратор отзывов должен:

a) рассчитать общий рейтинг на основе принципов математической объективности;

b) четко информировать потребителей о том, какие методы были использованы для расчета общего рейтинга;

c) обеспечить постоянное обновление общего рейтинга по мере публикации новых обзоров;

d) обеспечить, чтобы механизм маркировки «пользователь» не влиял на общий расчет рейтинга до тех пор, пока рассматриваемый отзыв не будет удален; и

e) убедиться, что общая оценка оцениваемого продукта или услуги сопровождается общим количеством отзывов.

7.3 Временные ограничения для оценки

Общая оценка оцениваемого продукта или услуги должна учитывать только оценки в отзывах, представленных в течение определенного периода времени, определенного администратором отзывов.

Администратор отзывов должен обеспечить прозрачность принципов расчета подсчета рейтингов:

a) администратор отзывов должен определить максимальный срок учета рейтингов для расчета общего рейтинга, если он меньше срока истечения срока действия;

b) если лимит истечения срока действия отличается от сроков учета рейтингов при общем расчете рейтинга, то они должны быть четко указаны и доступны в правилах и условиях.

7.4 Обеспечение прозрачности процесса публикации отзывов

Администратор отзывов должен предоставить на сайте отзывов в удобочитаемой и доступной форме информацию о процессе публикации отзыва (см. рисунок 3), а также о любых используемых методах подсчета и оценивания.

7.5 Условия и процедуры

В соответствии с 7.2 администратор отзывов должен указать в рамках положений и условий общие условия и процедуры:

a) для публикации отзыва (максимальный срок модерации перед публикацией, срок действия отзыва, критерии отклонения отзыва и т. д.);

b) подсчета рейтингов;

c) взвешивания оценок (например, более высокий вес для более поздних отзывов).

7.6 Время публикации

Отзывы, независимо от того, являются ли они положительными или отрицательными, должны публиковаться как можно быстрее, чтобы устранить предвзятость в общем взгляде на продукт или услугу из-за поздней публикации.

Следует также принять во внимание следующее:

a) отзывы должны быть опубликованы в течение 72 ч, но не более чем через месяц после подачи;

b) публикация не должна быть приостановлена из-за какой-либо связи с поставщиком оцениваемого продукта или услуги.

7.7 Отметка отзыва, содержащего незаконный или ненадлежащий контент

7.7.1 Доступ к отметкам

Администратор отзывов должен предоставить возможность авторам отзывов, пользователям, а также поставщикам оцениваемых продуктов или услуг отмечать отзывы по следующим причинам:

a) если отзыв содержит незаконный или ненадлежащий контент (не относящийся к объективным характеристикам оцениваемого продукта или услуги);

b) если четко прослеживается намерение нанести ущерб репутации оцениваемого товара или услуги с целью получения финансового или иного вознаграждения;

c) если существует нарушение правил и условий сайта.

7.7.2 Ручная модерация отмеченного отзыва

Отзывы подлежат дальнейшей ручной модерации с целью проверки их соответствия положениям и условиям. В ходе модерации:

a) может произойти временное исключение публикации соответствующего отзыва;

b) следует предоставить мотивированный ответ лицу или организации, отметившему проверку.

Администратор отзывов должен, в случае если отзыв был отмечен и признан незаконным или неуместным после модерации, удалить отзыв.

7.8 Право на ответ со стороны проверенных поставщиков

7.8.1 Общие положения

Администратор отзывов должен предоставить поставщикам право отвечать на отзывы потребителей, опубликованные на сайте, с целью:

a) изложения своей версии событий (с возможностью представления подтверждающих документов);

b) высказывания благодарности автору отзыва за его вклад;

c) указания любых изменений, внесенных в продукт или услугу с момента написания отзыва.

Администратор отзывов обеспечивает наличие процесса проверки того, что автор ответа является уполномоченным представителем поставщика.

7.8.2 Модерация ответа поставщика

Ответ поставщика должен быть модерирован администратором отзывов в соответствии с теми же процессами и критериями, что и для отзывов потребителей, в соответствии с правилами и условиями.

7.8.3 Публикация ответа поставщика

Ответ поставщика должен быть опубликован в рамках соответствующего отзыва без неоправданной задержки.

Право на ответ должно предоставляться поставщику бесплатно до тех пор, пока отзыв находится в режиме онлайн.

Ответы должны быть помечены и удалены таким же образом, как и отзыв.

7.9 Критерии удаления отзывов после публикации

7.9.1 Общие положения

Принципы и правила удаления отзывов (см. также 6.7) должны быть четко изложены в правилах и условиях.

7.9.2 Запрос автора отзыва

Администратор отзывов предоставляет автору отзыва возможность удалить свой отзыв с сайта по запросу.

Администратор отзывов должен хранить персональные данные в течение периода, не превышающего времени, необходимого для целей, для которых они были собраны в соответствии с правилами и условиями.

Администратор отзывов должен учитывать установленные законом обязательства по удалению, связанные с максимальным сроком хранения файлов, содержащих персональные данные.

7.9.3 Временные ограничения на удаление отзыва

7.9.3.1 Общие положения

Администратор отзывов должен указать срок, в течение которого отзыв будет снят с публикации.

Примечание — Этот срок может варьироваться в зависимости от категорий товаров и услуг.

7.9.3.2 Ограничения срока

Ограничения срока, определенные администратором отзывов, должны быть четко объяснены и доступны в правилах и условиях.

7.9.3.3 Минимальный срок

Существует минимальный срок в один год, в течение которого отзыв не может быть снят с публикации по инициативе администратора отзывов.

Автор отзыва может отозвать свой отзыв в течение этого периода, а также в случае, если товары или услуги снимаются с рынка в течение года.

7.9.4 Хранение записей

Администратор отзывов обязан вести учет всех отзывов и всех прилагаемых к ним документов, которые были удалены с сайта, а также причины их удаления, в течение не менее одного года с даты удаления.

7.10 Утрата права на представление отзывов

В случае обнаружения незаконных комментариев, противоречащих правилам и условиям, администратор отзывов обязан удалить отзыв.

Предыдущие отзывы автора рецензии должны быть изучены, чтобы определить, является ли удаление оправданным.

Профиль пользователя автора отзыва также может быть удален с сайта.

7.11 Мошеннические отзывы

Если будет доказано, что отзыв о продукте или услуге является мошенническим, администратор отзывов должен принять своевременные и надлежащие меры, чтобы:

a) удалить отзыв с сайта.

Примечание — Администратор отзывов может отметить место, где был отзыв (сохранив имя пользователя и дату), а также причину удаления отзыва, например отзыв, вызывающий подозрения;

b) пересмотреть внутренние механизмы борьбы с мошенничеством и внести необходимые улучшения;

c) пересмотреть внутренние процессы модерации и внести необходимые улучшения;

d) не допускать публикации других отзывов автором данного отзыва.

7.12 Публикация отзывов с другого сайта отзывов

В том случае, если администратор отзывов публикует отзывы с другого сайта отзывов, который соответствует требованиям его условий и положений, он может выделять отзывы, поступающие с другого сайта отзывов.

Для всех отзывов администратор отзывов соблюдает все требования, касающиеся отображения отзывов, в том числе и для отзывов, поступающих с другого сайта отзывов.

Библиография

[1] ISO/IEC 27001, Information technology — Methods and means of ensuring security. Information security management systems — Requirements. (Информационная технология. Методы и средства обеспечения безопасности. Системы менеджмента информационной безопасности. Требования)

УДК 005.31:006.354

ОКС 03.100.20
03.100.99

Ключевые слова: отзывы потребителей, маркетинговая информация, финансовая информация, модерация

Редактор *Н.В. Таланова*
Технический редактор *В.Н. Прусакова*
Корректор *Р.А. Ментова*
Компьютерная верстка *И.А. Налейкиной*

Сдано в набор 03.10.2023. Подписано в печать 19.10.2023. Формат 60×84⅛. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 2,79. Уч.-изд. л. 2,20.

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

Создано в единичном исполнении в ФГБУ «Институт стандартизации»
для комплектования Федерального информационного фонда стандартов,
117418 Москва, Нахимовский пр-т, д. 31, к. 2.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru