

Tíðindi úr tinginum

við Árna Gregersen

MVG skal gjaldast av lýsingunum á Facebook og Google



Suni Justinussen

Tað stendur ikki á rokningini hjá Google, men føroyskar fyrirkur eiga at gjalda MVG á lýsingunum, sum eru at finna á altjóða sosialu síðunum.

Í gjár lág lýsingin, sum sæst her á síðuni, á Facebook. Tað er TAKS, sum søkir avloysara til MVG-økið á altjóða miðlunum.

TAKS sigur, at MVG skal gjaldast av rokningini, men at tað eru føroysku fyrirkurnar, sum skulu boða TAKS frá, at tær hava fingið eina rokning, sum tær eiga at gjalda MVG av.

Fleiri av størri føroysku fyrirkunum, sum lýsa á altjóða miðlunum, hava ikki goldið MVG og tær hava heldur ikki hugsað um at gera tað.

Í flestu førum er tað so, at fyrirkurnar hava lagt kredittkort upplýsingar inn, og so verða pengarnir trektir av kontoni.

Men TAKS ivast ikki í, at fyrirkurnar eiga at boða TAKS frá og so rinda føroyskt MVG.

Óvart

Í politisku skipanini kemur hetta eisini óvart á.

– Sjálvandi vilja føroyskar fyrirkur fylgja

lógini, sigur Kristina Háfoss, Tjóðveldi.

– Tí eigur TAKS at lýsa betur, hvørjar reglurnar eru, og hvussu fyrirkurnar skulu fyrihalda seg. Til dømis kann ein vegleiðing leggjast á heimasíðuna hjá TAKS, so upplýsingarnar í minsta lagi eru at fáa eyga á, sigur hon.



Kristina Háfoss

TAKS hevur sum nevnt lýsing eftir MVG-málsviðgera liggjandi á Facebook.

Teirri lýsingini hevur MVG goldið av.



Jan Mortensen

Flyta lýsingarnar á altjóða miðlarnar

Google Ads og Facebook hava nú lýsingar frá út móti 100 føroyskum fyrirkum

Faroe Salmon ger tað, tannklinikk Petri, Føroya Tele og Vodafone gera tað og nú ger Taks tað eisini.

Velja at lýsa og selja sínar vørur og tænastur á útlenskum heimasíðum og á sosialu miðlunum. Til samans lýsa á leið 100 føroyskar fyrirkur nú á útlensku miðlunum.

Hetta er ein gongd, sum hevur tikið seg upp fyri ikki langari tíð síðani, men tað vindur skjótt upp á seg. Metingar siga, at føroyskar fyrirkur rinda meira enn milljónina um árið fyri lýsingar á sosialu miðlunum.

Serliga er tað Google Ads, sum taka ímóti og gera hesar lýsingar, sum eru málrættaðar móti teimum, sum lýsarin vil røkka. Facebook er á veg við einari sama slag skipan, sum fer at kappast við Google Ads og sum er farið at virka í USA.

– At kundarnir velja at lýsa á slikum síðum, hongur saman við, at tey ungu brúka so at siga alla sína tíð á netinum á spælsíðum og sosialu miðlunum, sum allar eru útlenskar, sigur Høgni Rasmussen, stjóri í Sansir.

Bíligt og beinrakið

At lýsa á altjóða heimasíðum, sum til dømis teimum Google umsitur, er bíligt og tað ber til at beina lýsingarnar beint til teirra, sum lýsarin vil hava skal siggja lýsingarnar.

Tað kann vera eftir kyni, aldri, bústaði og øðrum treytum. Hetta tryggjar lýsaranum, at júst málbólkurin, sum lýsingin er ætlað, sær lýsingina.

– Tað er soleiðis, at marknaðarføring snýr seg um at fáa tey, sum ein vil røkka at siggja lýsingina, sigur Høgni Rasmussen.

Góðar afturmeldingar

Samskiptisfyrirkur Vodafone er ein av føroysku fyrirkunum, sum sæst lýsa á altjóða síðum gjøgnum Google Ads.

Suni Justinussen er leiðari fyri marknaðardeildini hjá Vodafone. Hann sigur:

– Tað eru fleiri orsökir til, at vit hava valt hesa loysnina: eksponeringin er ómetaliga góð, og vit raka tey ungu, sum vit ynskja at fáa fatur á. Og rapporteringin aftur er eisini sera góð. Vit fáa nágreiniligt at vita, hvørji hava



Høgni Rasmussen

sæð lýsingina hvussu ofta og nær.

Suni Justinussen leggur afturat, at tað hevur stóran týdning at fáa at vita, hvør tað er, sum sær lýsingina.

– Vit vita, at tey ungu eru ómetaliga nógv á teimum síðunum, sum vit hava valt at lýsa á, sigur hann.

Hann leggur tó dent á, at tað ikki er nógv mikið hjá Vodafone at lýsa á tann hátt, tí tey raka minni enn so allar føroyignar við at lýsa tann vegin.

– Tí brúka vit eisini aðrar miðlar, bæði bløð, føroyskar heimasíður og uttandura skelti, sigur marknaðarleiðarin hjá Vodafone.

Gjaldingin

Føroysku fyrirkurnar hava eisini funnið fram til, at tað ikki kostar so nógv at lýsa á

altjóða síðunum. Kundarnir kunnu velja, um teir gjalda fyri hvørt klikk á lýsingina ella hvussu nógv siggja lýsingina.

Ilt er at meta nágreiniliga um, hvussu nógvir lýsingarpengar verða brúktir á altjóða síðunum, men tey flestu sum fáast við slíkt halda, at upphæddin fer væl yvir milljónina.

– Higar til hava vit í ár brúkt minni enn eitt prosent av okkara lýsingarpengum til lýsingar av hesum slag, sigur Jan Mortensen, marknaðarleiðari hjá Føroya Tele.

Hann tekur sum heild undir við tí, sum starvsbróður hansara á Vodafone sigur, men leggur afturat, at enn eru føroysku miðlarnir kortini klárt teir, sum hjá Føroya Tele geva bestu úrlitini.