

Zo kunnen merken appmisbruik voorkomen

23-02-2017 12:15



Door Kevin Day

Regional manager Nordics en Nederland bij MarkMonitor

Het is nog geen tien jaar geleden dat de eerste app verscheen. Toch is het nu al moeilijk om je een leven zonder apps voor te stellen. Dankzij hun effectiviteit en gebruiksgemak behouden apps populariteit bij zowel bedrijven als de consument. Maar liefst negentig procent van de tijd die wij in onze telefoon stoppen, wordt besteed in apps. Slechts tien procent brengen we door in de mobiele internetbrowser.

Inmiddels wordt het ook voor minder technisch onderlegde mensen steeds eenvoudiger om hun eigen apps te ontwikkelen. Als gevolg hiervan duiken er steeds meer frauduleuze apps op virtuele marktplaatsen op. Deze apps zijn afkomstig van criminelen die consumenten willen misleiden en aanzetten tot de aanschaf van imitatieproducten. We hoeven niet ver terug in de tijd te gaan om voorbeelden van misbruik van apps te vinden. In 2014 groeide Flappy Bird uit tot een fenomeen op het gebied van mobiele games. De app werd in totaal meer dan vijftig miljoen keer gedownload. Dong Nguyen, de programmeur, verwijderde de oorspronkelijke app uiteindelijk uit alle appstores, maar er bleven nog honderden klonen in omloop die konden worden gedownload.

Ook (kleding-)merken zien het voordeel van het gebruik van applicaties. Inmiddels wordt er gesproken van een wildgroei aan dit soort apps. Daarom is het belangrijk dat bedrijven overzicht krijgen op de wereldwijde

mobiele markt zodat ze grip kunnen houden op hun intellectuele eigendom.

Misbruik van apps neemt diverse vormen aan

De overgrote meerderheid van het app-misbruik valt binnen drie categorieën die bedrijven voortdurend moeten bewaken.

1. Inbreuk op het merkenrecht. Hierbij bootsen vervalsers merken na of bieden zij apps aan die valselijk beweren dat zij aan een merk zijn verbonden.
2. Inbreuk op het auteursrecht, waarbij imitatie-apps misbruik maken van afbeeldingen en logo's waarop auteursrechten rusten.
3. Fraudeurs die om uiteenlopende redenen apps op het internet aanbieden, bijvoorbeeld met het doel om aanmeldingsgegevens te stelen voor identiteitsdiefstal of om namaakproducten te verkopen.

Maar hoe word je de vervalsing nou echt de baas? Het begint bij het opstellen van een merkbeschermingsstrategie bestaande uit meerdere acties. Hierbij moet je bijvoorbeeld denken aan het neerhalen van onwettige applicaties, het aanscherpen van afspraken met resellers, agenten en franchisenemers en het monitoren van social media om in kaart te brengen waar online over jouw applicatie gepraat wordt. De volgende vier stappen helpen bij het aanpakken van het probleem.

Stap 1: Verkrijgen van inzicht – Allereerst moet het probleem in kaart gebracht worden. Het is van cruciaal belang voor bedrijven om inzicht te verwerven in de drie bovenstaande veel voorkomende vormen van merkmisbruik, zodat ze effectieve voorzorgsmaatregelen kunnen treffen. Misbruik van apps is schadelijk voor de reputatie van merken. Het kan consumenten in verwarring brengen en leidt tot het weglekken van omzet. Dit moet allemaal worden gemonitord en geanalyseerd. Vervalsers zijn afhankelijk van technologie om salesvolume te verkrijgen. Door te monitoren krijg je inzichtelijk hoe groot de uitdaging is waar je tegenover staat. Monitoren kan tegenwoordig met verschillende gratis online tools, maar deze zijn niet altijd betrouwbaar. De beste manier om inzicht te krijgen in de uitdaging is door in zee te gaan met een specialistische partij.

Stap 2: Proactief actie ondernemen – Vervalsers hebben vanzelfsprekend meer succes wanneer zij zonder uitdaging of hinder te werk kunnen gaan. Ze kiezen passieve targets, bedrijven die niet in de aanval gaan. Wanneer een merk zichtbaar terug vecht, verplaatst de internetfraudeur zijn energie naar een passiever doelwit. Wanneer de uitdaging in kaart is gebracht, is een agressieve aanpak dus de volgende stap. Identificeer de grootste overtreders en pak deze als eerst aan. Dit kan door de inzet van online tools, een specialistische partij of bijvoorbeeld met behulp van de Appstore zelf. Wat komt er naar boven wanneer je de merknaam intypt? En wat gebeurt er bij een subtiele spelfout?

Stap 3: Snel en groot handelen – In de strijd tegen namaak zijn grote campagnes het meest effectief gebleken. Internationale handel biedt veel voordelen aan online vervalsers. Als merk is het bijvoorbeeld belangrijk ervoor te zorgen dat je internationaal geregistreerd staat, met name in China. Daar hebben ze een 'first-to-file' beleid. Dit houdt in dat degene die als eerst registratie aanvraagt, deze ook krijgt. Ook als het niet de merkeigenaar is. Het is een aanrader om met een partij in zee te gaan die in verschillende talen kan monitoren, detecteren en handhaven.

Stap 4: De consument informeren – De consument speelt een belangrijke rol in het aanvechten van namaak. Als merk moet je de consument informeren over de risico's van het delen van persoonlijke gegevens met namaakapplicaties. Je kunt hen inschakelen om melding te doen wanneer ze een verdachte app spotten. Hiervoor kun je bijvoorbeeld een formulier op de reguliere website plaatsen.

Voortdurende bewaking

In de moderne, digitale wereld is het niet voldoende voor wereldwijde merken om simpelweg de populairste appstores in je eigen regio te inspecteren. Het is belangrijk om alle delen van de wereld nauwlettend in de gaten te houden. Dat geldt met name voor markten waarin appstores nog maar net om de hoek komen kijken en daardoor minder veilig zijn.

Het gebruik van apps en appstores zal voorlopig nog blijven groeien. Dit maakt het moeilijk voor bedrijven om hun intellectuele eigendom te beschermen. Het wordt een stuk eenvoudiger om merkinbreuk te signaleren en passende actie te ondernemen wanneer je meer inzicht verwerft in de verschillende vormen van appmisbruik en de langetermijnschade als gevolg daarvan.