

Adfocus - Regulamin Świadczenia Usług Reklamowych

Wstęp

1. Niniejszy dokument porządkuje wymagane kwestie związane z uzyskaniem dostępu i korzystaniem z Panelu Klienta w platformie reklamowej Adfocus.
2. Dokument jest zgodny z zaleceniami IAB Polska. Netsprint jest członkiem IAB Polska (www.iab.com.pl).
3. Strony zawierają będą dodatkową Umowę lub współpracować w oparciu o Zamówienie.
4. W przypadku rozbieżności pomiędzy Regulaminem oraz postanowieniami Umowy i/lub Zamówienia wiążącymi będą postanowienia Umowy i/lub Zamówienia.

Niniejszy Regulamin wchodzi w życie z dniem 31 marca 2015 roku.

I. Definicje pojęć zawartych w niniejszym regulaminie.

Następujące słowa i określenia występujące w treści niniejszego Regulaminu posiadają znaczenie wskazane poniżej:

1. **Regulamin** - oznacza niniejszy regulamin określający zasady udostępniania przez Netsprint Panelu Klienta Reklamodawcom.
2. **Netsprint** - oznacza Netsprint S. A. z siedzibą w Warszawie przy Alei Solidarności 74a.
3. **Reklamodawca** – osoba prawna, fizyczna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca zdolność do zaciągania we własnym imieniu zobowiązań oraz nabywania praw, składająca Zamówienie na świadczenie Usług Reklamowych przez Netsprint.
4. **Agencja** – osoba prawna, fizyczna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca zdolność do zaciągania we własnym imieniu zobowiązań oraz nabywania praw, z którą Netsprint zawarł umowę na oferowanie i sprzedaż Usług Reklamowych Reklamodawcom Agencyjnym,

5. **Reklamodawca Agencyjny** – osoba prawna, fizyczna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca zdolność do zaciągania we własnym imieniu zobowiązań oraz nabywania praw, na rzecz której Netsprint świadczy Usługi Reklamowe za pośrednictwem Agencji. Reklamodawca Agencyjny jest ostatnim odbiorcą Usług Reklamowych i nie jest uprawniony do ich dalszej dystrybucji w całości bądź w części,
6. Reklamodawcą w rozumieniu niniejszego Regulaminu jest zarówno Reklamodawca jak i Reklamodawca Agencyjny,
7. **Zamówienie** – umowa o świadczenie Usług Reklamowych zawierana pomiędzy Netsprint, a Reklamodawcą. Zamówienie jako Załącznik A do niniejszego Regulaminu stanowi jego integralną część.
5. **Strona Internetowa** - oznacza prezentację danych, przesyłanych przez Internet, odczytywanych przy pomocy specjalnego oprogramowania, nazywanego „przeglądarką internetową” lub za pośrednictwem innego oprogramowania i sprzętu umożliwiającego odbiór takich danych. Strona internetowa może zawierać tekst, pliki graficzne, pliki multimedialne oraz inne elementy.
6. **Serwis Internetowy** - oznacza zbiór wzajemnie powiązanych ze sobą tematycznie Stron Internetowych, których adresy posiadają identyczny przedrostek stanowiący domenę serwisu.
7. **Serwis Adfocus** - oznacza Serwis Internetowy dostępny w domenie Adfocus.pl.
8. **Link** - odnośnik umożliwiający nawigację pomiędzy Stronami Internetowymi lub pomiędzy poszczególnymi miejscami w ramach pojedynczej Strony Internetowej.
9. **Platforma Adfocus** - oznacza platformę reklamową umożliwiającą kierowanie i emisję Produktów Reklamowych w modelu Real Time Bidding na Serwisach Partnerskich. Platforma zarządzana jest przez Netsprint.
10. **Real Time Bidding (RTB)** - model zautomatyzowanego zakupu powierzchni reklamowej w czasie rzeczywistym w modelu aukcyjnym. Warunkiem rozpoczęcia aukcji jest udostępnienie przez serwis internetowy danej powierzchni reklamowej w tym modelu. Wyświetlana jest reklama tego reklamodawcy, który zdecydował się za nią zapłacić najwięcej za Odsłonę do danego użytkownika na danym serwisie internetowym. Cały proces odbywa się w czasie rzeczywistym.
11. **Serwisy Partnerskie** - oznacza wszystkie Serwisy Internetowe w formie elektronicznej dostępne w ogólnodostępnej sieci Internet, które udostępniają wydzieloną przez siebie powierzchnię reklamową w modelu Real Time Bidding.
12. **Oferta Biznesowa** - oznacza ofertę świadczenia usług reklamowych skierowaną przez

Netsprint do osób korzystających z Panelu Klienta, zgodnie z Regulaminem.

13. **Usługi Reklamowe** - oznacza usługę Oferta Biznesowa. Usługi są świadczone w Pakietach Usług, które adresowane są do Reklamodawców - osób fizycznych, osób prawnych oraz jednostek organizacyjnych niebędącymi osobami prawnymi, którym ustawa przyznaje zdolność prawną, prowadzących we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową (przedsiębiorców). W związku z powyższym, do usług świadczonych przez Spółkę nie mają zastosowania przepisy ustawy z dnia 30 kwietnia 2014 roku o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., nr 827).
14. **Pakiet Usług** - oznacza pakiet Usług Reklamowych nabywanych przez Reklamodawcę i świadczonych następnie przez Netsprint na podstawie Regulaminu.
15. **Powierzchnia Emisyjna** - wyznaczony fragment Serwisów Partnerskich przeznaczony do emitowania Produktów Reklamowych.
16. **Produkt Reklamowy** - tekstowa, tekstowo-graficzna, graficzna lub video forma komunikatu reklamowego zawierająca hipertekstowy odnośnik do strony internetowej Reklamodawcy wyświetlana na Serwisach Partnerskich w ramach Powierzchni Emisyjnej Adfocus; Aktualna lista formatów Produktu Reklamowego dostępna jest na stronie: <http://www.adfocus.pl/reklamodawcy/formaty-reklamowe>
17. **Targetowanie Reklamy** - zestaw aktualnie dostępnych kryteriów na stronach Serwisu Partnerskiego, mogący umożliwić Reklamodawcy wpływ na sposób emisji Produktu Reklamowego w zakresie:
 - a) miejsc emisji reklamy (wybrane strony docelowe - sites targeting, wybrane kategorie stron docelowych - category targeting); lub
 - b) charakteryzujące odbiorcę Produktu Reklamowego (geotargetowanie, targetowanie behawioralne, retargetowanie).
18. **Odłona** - pojedyncza akcja polegająca na odłonie przez użytkownika Internetu Produktu Reklamowego lub Boks ContentStream umieszczonego na Powierzchni Emisyjnej.
19. **Kliknięcie** - pojedyncza akcja polegająca na kliknięciu przez użytkownika Internetu w Produkt Reklamowy umieszczony na Powierzchni Emisyjnej.
20. **Cena za Kliknięcie** - cena za Kliknięcie wyrażona w Punktach zdefiniowana w Zamówieniu Reklamowym.
21. **Budżet reklamowy** - wyrażona w złotych polskich (lub innej walucie) i określona w Zamówieniu kwota netto przeznaczona na zakup przez Klienta Usług Reklamowych w Netsprint.
22. **Konwersja** - sekwencja akcji wykonanych przez użytkownika Internetu zdefiniowana przez

Reklamodawcę jako cel danej kampanii reklamowej w reakcji na kontakt z Produktem Reklamowym umieszczonym na Powierzchni Emisyjnej wykonana nie później niż 30 dni kalendarzowych (w szczególnych przypadkach okres ten może być dłuższy lub krótszy) od ostatniego kontaktu z Produktem Reklamowym. Liczba Konwersji określona jest w raportach generowanych i dostarczanych Reklamodawcy z platformy Adfocus.

23. **Cena za Konwersję** – cena za Konwersję wyrażona w Punktach zdefiniowana w Zamówieniu Reklamowym.
24. **Maksymalna Cena za Odslonę** - maksymalna cena wyrażona w Punktach zdefiniowana w Panelu Adfocus za jedną Odslonę.
25. **Cena za Odslonę** - cena za daną Odslonę wyrażona w Punktach wyliczona w oparciu o mechanizm aukcyjny Real Time Bidding lub ustaloną w Formularzu Zamówienia kwotowo stawkę .
26. **Cennik** - oznacza cennik Usług Reklamowych dostępnych za pomocą Adfocus.
27. **Punkty** - punkty nabywane przez Reklamodawcę w celu uzyskania dostępu do Usługi Reklamowej i Panelu Adfocus, zgodnie z niniejszym Regulaminem. Punkty są nabywane po cenie 1,00 zł netto (cena będzie powiększona o podatek VAT). Punkty zachowują swoją ważność przez okres 36 miesięcy, zgodnie z regulacją pkt VIII ppkt 2 Regulaminu, po którego upływie zostają automatycznie anulowane bez prawa do zwrotu środków wydatkowych na ich nabycie.
28. **Faktyczny Koszt Zakupu Punktu** - iloraz opłaty za korzystanie z Panelu Adfocus wniesionej przez Reklamodawcę i liczby Punktów przyznanych za tą opłatę
29. **Konto Adfocus** - umożliwia Reklamodawcy korzystanie z platformy Adfocus poprzez nabywanie i korzystanie z Pakietu Usług Reklamowych.
30. **Panel Adfocus** - oznacza serwis internetowy w ramach Serwisu Adfocus lub w ramach innego wskazanego przez Netsprint serwisu, umożliwiający Reklamodawcy lub Netsprint w imieniu Reklamodawcy skorzystanie z Pakietów Usług Reklamowych oraz dokonanie rozliczenia z tytułu korzystania z Pakietów Usług Reklamowych.
31. **Walidacja** - realizowana w ramach rozliczeń transakcji w modelach CPS, CPA, CPL lub hybrydowych. Jest to potwierdzenie przez Klienta transakcji wyszczególnionych w dostarczonym przez Netsprint raporcie zawierającym zestawienie transakcji po każdym zakończonym miesiącu emisji kampanii.
32. **Profil behawioralny użytkownika** - katalog cech charakterystycznych dla szukanej grupy użytkowników, wyrażonych poprzez zainteresowanie produktami reklamodawcy, przejawianymi intencjami zakupowymi, cechami demograficznymi lub innymi cechami, które

mogą być tworzone w oparciu o zarejestrowane w platformie Netsprint Audience informacje o operacjach użytkowników danym okresie czasu. Profil behawioralny użytkownika może być przedmiotem, częścią i/lub elementem Oferty Biznesowej skierowanej do użytkownika.

33. **Sieć Adkontekst** – system reklamy kontekstowo-behawioralnej prowadzony przez NetSprint wchodzącej wchodzący w zakres usług serwisu Adfocus w ramach, którego podmioty prowadzące witryny internetowe mogą wydzierżawiać na rzecz Netsprint prawo do korzystania z powierzchni reklamowej stron internetowych wchodzących w skład powyższych witryn, zaś Netsprint może oferować Klientom reklamę ich produktów i usług (oraz zleconych za Ich pośrednictwem) na tych stronach internetowych. Program Adkontekst działa w oparciu o Serwer Adkontekst. Emisja może odbywać się przy m.in. przy wykorzystaniu doboru kontekstowego lub Profili Behawioralnych (z wykorzystaniem cookies).

34. **Adkontekst E-commerce** – usługa wchodząca w skład Usług Reklamowych realizowana odpłatnie dla Reklamodawcy z wykorzystaniem sieci Adkontekst.

II. Zakres świadczonych usług.

Reklamodawca, który wykupi dostęp do Panelu Adfocus uzyskuje prawo do korzystania z Pakietu Usług Reklamowych w zakresie umożliwiającym emisję Produktów Reklamowych znajdujących się w ofercie Platformy Adfocus.

III. Korzystanie z Panelu Klienta.

Z Panelu Klienta może skorzystać Reklamodawca, który:

1. Posiada konto Adfocus.
2. Wniesie opłatę za korzystanie z Panelu Adfocus w trybie określonym w niniejszym Regulaminie. Wniesienie opłaty powoduje natychmiastową możliwość skorzystania z Panelu Adfocus – z zastrzeżeniem do zapisów określonych w Cenniku, z zastrzeżeniem, że za każde 1,23 zł brutto wniesionej opłaty Reklamodawca otrzymuje jeden Punkt.
3. Wniesie Budżet Reklamowy dający możliwość skorzystania z Panelu Adfocus i realizowania

przez Netsprint Usług Reklamowych.

4. Wykona pozostałe czynności określone w Regulaminie.

IV. Warunki emisji reklam.

1. W celu wyemitowania reklamy w Platformie Adfocus Reklamodawca musi posiadać uprawnienie do korzystania z Panelu Adfocus.
2. W celu wyemitowania Produktu Reklamowego Reklamodawca powinien w Panelu Adfocus lub w inny sposób uzgodniony z Netsprint (niezależnie od czynności określonych w punkcie IV Regulaminu):
 - a) określić parametry Produktu Reklamowego poprzez wskazanie:
 - wizualizacji i formatów Produktu Reklamowego
 - adresu URL, do którego ma prowadzić Produkt Reklamowy
 - b) określić parametry targetowania;
 - c) określić sposób rozliczenia za kampanię reklamową poprzez podanie Maksymalnej Ceny Za 1000 Odsłon lub określić Cenę za Kliknięcie lub/i Cenę za Konwersję w Zamówieniu.
 - d) podać datę rozpoczęcia emisji Produktu Reklamowego;
3. W przypadku kampanii retargetingowych czynności określone w punkcie IV ppkt 2 powinny być poprzedzone Umieszczeniem skryptów reklamowych na stronach Reklamodawcy oraz udostępnieniem danych ze szczegółową ofertą Reklamodawcy w postaci pliku „product feed” zgodnie z instrukcją, która stanowi załącznik B do niniejszego Regulaminu.

V. Weryfikacja Reklamodawcy i Produktu Reklamowego.

1. Po wprowadzeniu przez Reklamodawcę do Panelu Adfocus danych, o których mowa w punkcie IV ppkt 2 oraz ppkt 3 Regulaminu lub po przekazaniu ich w inny sposób do Netsprint, Netsprint dokona weryfikacji Reklamodawcy i oceny Produktu Reklamowego pod względem:
 - a) zgodności treści Produktu Reklamowego z obowiązującymi przepisami prawa oraz Serwisów Partnerskich;
 - b) zgodności treści Produktu Reklamowego z postanowieniami Regulaminu;
 - c) zgodności implementacji skryptów reklamowych po stronie Reklamodawcy oraz

poprawności przekazanego pliku „product feed” .

2. Netsprint zastrzega, że czynności, o których mowa w punkcie IV ppkt 1 Regulaminu mogą zostać zrealizowane w terminie do 5 dnia roboczego.
3. Treść Produktu Reklamowego jest sprzeczna z Regulaminem w szczególności gdy:
 - a) zawiera treści naruszające uzasadniony interes Netsprint lub osób trzecich;
 - b) jest sprzeczna z dobrymi obyczajami, w szczególności gdy zawiera słowa powszechnie uznane za wulgarne;
 - c) odsyła do Strony Internetowej (pośrednio lub bezpośrednio) zawierającej treści sprzeczne z prawem, Regulaminem lub dobrymi obyczajami;
 - d) treść Produktu Reklamowego jest niezgodna z treścią Strony Internetowej, do której odsyła pośrednio lub bezpośrednio, w szczególności może wprowadzać w błąd co do osoby prowadzącej tę Stronę Internetową.
4. W przypadku gdy Netsprint ustali, że Produkt Reklamowy lub inne parametry Zamówienia Reklamodawcy są niezgodne z prawem, Regulaminem lub Cennikiem, zwróci się do Zleceniodawcy/Reklamodawcy o zmianę parametrów Produktu Reklamowego. W takim przypadku procedura, o której mowa w punkcie IV ppkt 1 Regulaminu (w zakresie którego dotyczy niezgodność), zostanie powtórzona.

VI. Emisja Produktu Reklamowego.

1. Produkty Reklamowe emitowane są w oparciu o mechanizm aukcyjny Real Time Bidding.
2. Produkt Reklamowy będzie emitowany na Powierzchni Emisyjnej, gdy:
 - a) Reklamodawca będzie posiadał pulę Punktów lub wniesiony Budżet Reklamowy Kampanii umożliwiających przeprowadzenie co najmniej pojedynczej Odslony ;
 - b) maksymalna Cena za Odslonę Produktu Reklamowego danemu Reklamodawcy będzie najwyższa;
 - c) w przypadku gdy określone przez Reklamodawcę parametry Targetowania Reklamy zostaną spełnione, jeśli dany Serwis Partnerski oferuje taką funkcjonalność;
 - d) Produkty Reklamowe zostaną dopuszczone do emisji;
 - e) Produkt Reklamowy nie narusza zasad niniejszego Regulaminu;
 - f) Jeśli emitowana reklama będzie zgodna z wymaganiami technicznymi i formalno-prawnymi Serwisów Partnerskich.
3. Każda Odslona Reklamowa Produktów Reklamowych, Kliknięcie w Reklamę lub Konwersja

wykonane w wyniku kontaktu Internauty z Produktem Reklamowego Adfocus powodują zmniejszenie liczby Punktów Reklamodawcy (zgodnie z przyjętym modelem rozliczania kampanii reklamowej na Zamówieniu) lub Budżetu Reklamowego Kampanii określonego w Zamówieniu.

4. W przypadku wyczerpania Punktów przez Reklamodawcę lub Budżetu Reklamowego Kampanii emisja Produktu Reklamowego zostanie przywrócona po wniesieniu przez niego nowej opłaty za korzystanie z Panelu Adfocus.
5. W przypadku braku wpłaty środków w terminie wskazanym na fakturze za Punkty lub wpłaty/uzupełnieniu Budżetu przez Reklamodawcę emisja Produktu Reklamowego może zostać wstrzymana do czasu uregulowania płatności przez Reklamodawcę.
6. Netsprint może odmówić emisji Produktu Reklamowego na platformie Adfocus lub wybranych przez siebie serwisach internetowych Sieci Adfocus bez podania przyczyn.
7. Netsprint nie gwarantuje emisji Produktu Reklamowego na Stronach Internetowych dostępnych w platformie Adfocus.
8. Netsprint nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z emisji reklam, jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jego kontrolą, w tym w szczególności, choć nie wyłącznie: jakiegokolwiek wybuchu wojny lub stanu grożącego wybuchem wojny; aktów, decyzji lub działań instytucji administracji publicznej, zmianą obowiązującego prawa, strajków, lokautów lub innych działań protestacyjnych, powodzi, pożarów, eksplozji, awarii sieci Internet lub jej części, sieci energetycznej, awarii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji lub innych przejawów siły wyższej.
9. Netsprint nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody powstałe w wyniku:
 - a. braku ciągłości realizacji Usług Reklamowych realizowanych przez Netsprint spowodowanej niezgodnym z postanowieniami Regulaminu lub podpisanego Zamówienia, działaniem lub zaniechaniem Reklamodawcy lub działaniem lub zaniechaniem osób trzecich, za które odpowiedzialność ponosi wyłącznie Reklamodawca,
 - b. naruszenia postanowień Regulaminu przez Reklamodawcę.
 - c. Odpowiedzialność Netsprint wobec Reklamodawcy obejmuje wyłącznie stratę rzeczyswą.
 - d. Netsprint nie ponosi odpowiedzialności za treść i jakość materiałów dostarczonych przez Reklamodawcę. W szczególności za aktualizację, treść, jakość i poprawność techniczną pliku "product feed" wykorzystywanego przez Netsprint do realizowania Usług Reklamowych,

jakości i poprawności dostarczonych kreacji graficznych, logotypów, tekstów, danych bilingowych, itp.

10. W razie, gdyby przeciwko Netsprint wystąpiły jakiegokolwiek osoby trzecie z roszczeniami natury prawnej, etycznej, wyznaniowej, kulturowej itp. związanymi bezpośrednio lub pośrednio z treściami/materiałami dostarczonymi przez Reklamodawcę i emitowanymi przez Netsprint w ramach realizowania Usług Reklamowych, a roszczenia te powstały na skutek działania lub zaniechania ze strony Reklamodawcy, Netsprint jest zobowiązany do niezwłocznego powiadomienia Reklamodawcę o jakichkolwiek roszczeniach osób trzecich skierowanych do Netsprint. W takich przypadkach Netsprint zastrzega sobie prawo natychmiastowego wstrzymania świadczenia Usług Reklamowych dla Reklamodawcy do czasu wyjaśnienia sprawy. Reklamodawca chcąc kontynuować realizację przerwanej Usługi Reklamowej zobligowany jest przedstawić Netsprint stosowne dokumenty potwierdzające taki stan. Jednocześnie Reklamodawca zwalnia Netsprint z jakiegokolwiek odpowiedzialności w stosunku do osób trzecich, a w przypadku gdy roszczenia osób trzecich okażą się uzasadnione i osoba trzecia wystąpi z bezpośrednimi roszczeniami do Netsprint, Reklamodawca dołoży wszelkich starań by uwolnić Netsprint od wszelkich roszczeń osób trzecich, w tym dostarczy wszelkie niezbędne dane i dokumenty mogące mieć wpływ na wynik postępowania. Reklamodawca w wyniku wyżej opisanego zdarzenia nie jest zwolniony z uregulowania opłat należnych Netsprint za okres, w którym była realizowana Usługa Reklamowa na rzecz Reklamodawcy.
11. Ze względu na zmienny w czasie i zakresie ilości character pozyskiwania przez Netsprint danych w postaci pliku cookie niezbędnych do wytypowania i określenia Profilu Behawioralnego Użytkownika Netsprint dopuszcza sytuację, w której licznosc danej grupy przed i w czasie trwania kampanii może ulegać wahaniom co Reklamodawca przyjmuje do wiadomości i zgadza i akceptuje wystąpieniem w/w sytuacji.

VII. Cennik.

1. Koszt jednego Punktu wynosi 1,23 zł brutto (1 zł +VAT).
2. Usługa Reklamowa może być realizowana w jednym z czterech poniższych modeli rozliczeń lub ich kombinacji zgodnie ze wskazaniem w Zamówieniu Reklamowym lub Panelu Adfocus:

Maksymalna Cena za Odsłonę, Cena za Kliknięcie, Cena za Konwersję, Cena za 1000 Odsłon.

3. Liczba Punktów Reklamodawcy jest aktualizowana przez Netsprint odpowiednio po każdej Odsłonie Produktu Reklamowego/Kliknięciu lub Konwersji, w zależności od określonego w Zamówieniu Reklamowym modelu rozliczeń i Budżetu Reklamowego.
4. W przypadku usługi retargetingu spersonalizowanego Reklamodawca ponosi dodatkowe koszty związane z przygotowaniem Kampanii Reklamowej w kwocie określonej w Zamówieniu Reklamowym.

VIII. Wniesienie Budżetu Reklamowego Kampanii, okres wykorzystania Punktów.

1. Wniesienie opłaty umożliwiającej korzystanie z Panelu Klienta odbywa się w następujący sposób:
 - a) Reklamodawca zgłasza Netsprint chęć wniesienia opłaty oraz określa jej wysokość; zgłoszenie następuje poprzez przesłanie do Netsprint stosownego Zamówienia dostępnego w załączniku A lub pod adresem www.Adfocus.pl/zamowienie;
 - b) w terminie maksymalnie 2 dni roboczych od przesłania zamówienia Netsprint wystawi fakturę z tytułu wniesienia Budżetu Reklamowego Kampanii lub doładowania Punktów Reklamowych w celu realizacji Usługi Reklamowej;
 - c) termin płatności faktur VAT wystawianych przez Netsprint wynosi 7 dni od daty prawidłowego wystawienia faktury VAT, chyba, że Strony odrębnie uzgodnią inaczej.
 - d) faktura VAT zostanie Reklamodawcy przesłana drogą elektroniczną w pliku PDF na wskazany przez Reklamodawcę w Zamówieniu adres e-mail.
2. Punkty, uzyskane w zamian za uiszczenie opłaty przez Reklamodawcę, pozostają ważne przez okres 36 miesięcy, licząc od daty ich nabycia przez Reklamodawcę. Po upływie powyższego terminu nabywane Punkty, które nie zostały wykorzystane wyemitowanie Produktu Reklamowego zgodnie z niniejszym Regulaminem lub nie zostały zwrócone Reklamodawcy (w przypadku rezygnacji z usługi, zgodnie z pkt IX Regulaminu), tracą ważność i będą odjęte z konta Reklamodawcy w Panelu Adfocus, bez prawa do zwrotu środków wydatkowych na ich nabycie.

IX. Rezygnacja z usługi.

1. Reklamodawca ma prawo do rezygnacji z korzystania z Platformy Adfocus. Rezygnacja wymaga

- złożenia przez Reklamodawcę do Netsprint stosownego oświadczenia, w formie pisemnej, za pomocą poczty elektronicznej bądź faksu ze wskazaniem ilości Punktów Reklamodawcy lub Budżetu Reklamowego do umorzenia (co do których Reklamodawca żąda zwrotu ich równowartości lub ich transferu na konto Reklamodawcy w sieci reklamowej Adkontekst/ContentStream).
2. Po otrzymaniu oświadczenia Reklamodawcę, o którym mowa w pkt 1 powyżej, Netsprint niezwłocznie przystąpi do weryfikacji stanu konta Reklamodawcy lub Budżetu Reklamowego, określenia Faktycznego Kosztu Zakupu Punktu na podstawie ostatniej faktury VAT wystawionej na rzecz Reklamodawcy, oraz podjęcie czynności techniczne związane z zaprzestaniem bądź ograniczeniem świadczenia usług na jego rzecz. Netsprint zastrzega, że czynności, o których mowa w niniejszym punkcie mogą potrwać do 2 dni roboczych.
 3. Po zrealizowaniu czynności, o których mowa w pkt 2 powyżej, w tym potwierdzeniu stanu konta Reklamodawcy:
 - a) w przypadku żądania zwrotu równowartości Punktów Reklamowych, Netsprint wystawi i prześle do Reklamodawcy stosowną fakturę korygującą VAT z tytułu niewykorzystanych Punktów, która będzie zwrócona Reklamodawcy, z zastrzeżeniem regulacji pkt 4 i 5 poniżej. Sposób kalkulacji wartości faktury korygującej prezentuje pkt 5 poniżej;
 - b) w przypadku żądania zwrotu niewykorzystanego Budżetu Reklamowego Netsprint wystawi i prześle do Reklamodawcy stosowną fakturę korygującą VAT z tytułu niewykorzystanej kwoty Budżetu, która będzie zwrócona Reklamodawcy, z zastrzeżeniem regulacji pkt 4 i 5 poniżej. Sposób kalkulacji wartości faktury korygującej prezentuje pkt 5 poniżej.
 - c) W przypadku żądania transferu Punktów Reklamowych lub pozostałego Budżetu na konto Reklamodawcy w sieci reklamowej Adkontekst, NetSprint dokona takiego transferu bez dodatkowych opłat.
 4. Wypłata kwoty niewykorzystanej opłaty będzie dokonana w ciągu 2 dni roboczych od dostarczenia do Netsprint podpisanej przez Reklamodawcę faktury korygującej VAT.
 5. W przypadku rezygnacji Reklamodawcy z realizowanej przez Netsprint Usługi Reklamowej w okresie do 6 m-cy licząc od dnia uruchomienia Usługi Reklamowej, Netsprint będzie uprawniony do pobrania od Reklamodawcy opłaty pokrywającej koszty uruchomienia Usług Reklamowej w wysokości 750 zł netto + VAT. Przy czym okres tymczasowego wstrzymania realizacji Usługi Reklamowej w okresie pierwszych 6 m-cy realizowania usługi na pisemne lub ustne życzenie

Reklamodawcy nie wlicza się do wymaganego okresu 6 m-cy realizowania Usługi Reklamowej przez Netsprint zwalniającego reklamodawcę z w/w opłaty. Kwota ta może być pobrana przez Netsprint z kwoty niewykorzystanego Budżetu Reklamowego. Jeśli pozostały Budżet Reklamowy jest mniejszy lub rozliczenie Reklamodawcy z Netsprint następuje z ostatnim dniem każdego m-ca, kwartału, półrocza lub roku Netsprint wystawi Reklamodawcy fakturę VAT zawierającą w/w opłatę, a Reklamodawca zobowiązuje się ją uregulować w terminie wskazanym na fakturze.

Jeśli rozpoczęcie realizowania przez Netsprint Usługi Reklamowej odbywało się z Reklamodawcą w oparciu o Zakup Punktów Reklamowych wyliczenie wartości faktury korygującej będzie dokonane w następujący sposób:

- a) Netsprint ustali Faktyczny Koszt Zakupu Punktu przez Reklamodawcę, na podstawie ostatniej faktury VAT wystawionej na rzecz Reklamodawcy;
- b) Wartość korekty wyliczona będzie jako: $x=y-(LP \times FKZP) \times 0,75 + KPK$;

gdzie:

X - wartość korekty z tytułu zrealizowanej Usługi Reklamowej;

y - wartość ostatniej faktury VAT wystawionej przez Netsprint Reklamodawcy;

LP - liczba Punktów pozostała na wykorzystanie Usług Reklamowych;

FKZP - Faktyczny Koszt Zakupu Punktu;

KPK - Rozliczenie kosztu przygotowania Kampanii Reklamowej (retargeting spersonalizowany) w przypadku gdy wcześniej koszt ten pokryty został przez Netsprint.

6. Zwrot kwoty, będącej różnicą pomiędzy wartością wniesionej opłaty przez Reklamodawcę i wykazanej w fakturze korygującej VAT, nastąpi na koszt Reklamodawcy, na rachunek bankowy wskazany przez Reklamodawcę.
7. Netsprint może zrezygnować ze świadczenia na rzecz Reklamodawcy Usługi Reklamowej w każdej chwili. W takim przypadku Netsprint zwróci Reklamodawcy niewykorzystaną część Punktów Reklamowych lub Budżetu Reklamowego otrzymanej przez Netsprint według wartości Faktycznego Kosztu Zakupu Punktu.

X. Postanowienia końcowe.

1. Regulamin wchodzi w życie z dniem 31.03.2015 roku.
2. Netsprint zastrzega prawo do zmian treści Regulaminu, w szczególności w przypadku:
 - a) zmiany lub ograniczenia zakresu lub charakteru usługi z uwagi na zmianę oferty Netsprint;
 - b) ograniczenie możliwości świadczenia usługi z uwagi na rozwiązanie umów łączących Netsprint z podmiotami trzecimi;
 - c) konieczności wprowadzenia zmian Regulaminu w związku ze zmianą lub wykładnią przepisów prawa.
3. W przypadku zamiaru zmiany Regulaminu, Netsprint powiadomi Reklamodawcę o takiej zmianie co najmniej na 1 miesiąc przed wprowadzeniem zmienionego Regulaminu w życie – w formie pisemnej bądź drogą elektroniczną, zgodnie z przyjętą przez Strony metodą komunikacji.
4. Reklamodawca, nie później niż na 7 dni przed datą wprowadzenia zmian do Regulaminu w życie, może doręczyć Netsprint oświadczenie o braku zgody na obowiązywanie w stosunku do niego zmienionej treści Regulaminu – takie oświadczenie traktowane będzie jako wypowiedzenie przez Reklamodawcę wiążącego Netsprint i Reklamodawcę stosunku prawnego będącego podstawą świadczenia dotychczasowych usług. Oświadczenie, o którym mowa w ust. 3 dla swej skuteczności powinno być złożone przez Reklamodawcę do Netsprint w formie pisemnej, za pomocą poczty tradycyjnej, elektronicznej bądź faksu (Netsprint S.A., al. Solidarności 74a, 00-145 Warszawa, fax +48 22 852 20 60, mail: reklama@adfoc.us.pl).
5. Brak oświadczenia Reklamodawcy w powyższym terminie oznacza akceptację zmian Regulaminu.
6. Zmiany Regulaminu wchodzi w życie po ich opublikowaniu na stronie internetowej, w terminie wskazanym przez Netsprint.
7. Usługi Adfocus świadczone przez spółkę Netsprint S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej jako „Spółka”) adresowane są jedynie do osób fizycznych, osób prawnych oraz jednostek organizacyjnych niebędącymi osobami prawnymi, którym ustawa przyznaje zdolność prawną, prowadzących we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową (przedsiębiorców). W związku z powyższym, do usług świadczonych przez Spółkę nie mają zastosowania przepisy ustawy z dnia 30 kwietnia 2014 roku o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., nr 827).
8. We wszelkich sprawach nieuregulowanych w niniejszym Regulaminie zastosowanie mają

przepisy Kodeksu Cywilnego.

Załącznik A

Nazwa firmy			
Adres			
Miejscowość i Kod			
NIP			
Telefon		Faks	
Osoba kontaktowa			
Email			
Przedmiot Zamówienia:			
Kampania promocyjna z wykorzystaniem retargetingu na platformie Adfocus dla www_____.			
Szczegóły zamówienia			
Wybrane produkty reklamowe	<input type="checkbox"/> Retargeting statyczny: Formaty reklamowe: <input type="checkbox"/> Retargeting dynamiczny (personalizowany): Formaty reklamowe: <input type="checkbox"/> Kampania realizowana w oparciu o Profil Behavioralny Użytkownika: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Intencje zakupowe <input type="checkbox"/> Demografia <input type="checkbox"/> Zainteresowania <input type="checkbox"/> Profil zawodowy 		
Powierzchnia reklamowa	<input type="checkbox"/> Pełna powierzchnia dostępna w Adfocus <input type="checkbox"/> Wykluczenia: _____		
Cena i model rozliczeń dla kampanii statycznej i dynamicznej	<input type="checkbox"/> 1000 Odśłon: CPM = _____ - wynagrodzenie za 1000 odśłon reklamowych <input type="checkbox"/> 1 Kliknięcie: CPC = _____ - wynagrodzenie za 1 kliknięcie		
Cena i model rozliczeń kampanii realizowanej w oparciu o Profil Behavioralny Użytkownika (cena zawiera koszt emisji i wytypowania profili behaw. użytł.)	<input type="checkbox"/> Demografia: CPM 6 PLN CPC 0,9 PLN <input type="checkbox"/> Zainteresowania: CPM 4 PLN CPC 0,65 PLN <input type="checkbox"/> Profile Zawodowe: CPM 8 PLN CPC 1,5 PLN <input type="checkbox"/> Intencje Zakupowe: CPM 8 PLN CPC 0,85 PLN Zasięg mierzony sumą liczności użytkowników w grupie na dzień podpisania niniejszego zamówienia - _____		
Sposób rozliczania kampanii	<input type="checkbox"/> Pre-paid – kampania opłacona z góry, kampania realizowana do wyczerpania budżetu <input type="checkbox"/> Post paid limited – kampania określona kwotą netto zamówienia, kampania realizowana do wyczerpania budżetu <input type="checkbox"/> Posta paid not limited – kampania nie określona kwotą netto zamówienia		

Data startu (nie wcześniej niż)	
Czas trwania kampanii	
Budżet reklamowy kampanii (netto)	
Koszt przygotowania Kampanii - Implementacja pliku „product feed” + 2 szablonów kreacji reklamowych	Koszt 750 zł pokrywa Netsprint. W przypadku rezygnacji z usługi w jej trakcie Zamawiający pokrywa Koszt przygotowania Kampanii zgodnie z Regulaminem IX ppkt 5.

Uwaga:

Netsprint zobowiązuje się dostarczyć raport (plik excel lub .csv) zawierającego zestawienie transakcji w ciągu 5 dni roboczych po każdym zakończonym miesiącu emisji kampanii, a Klient zobowiązuje się w ciągu kolejnych 5 dni roboczych od otrzymania raportu dostarczyć do Netsprint drogą elektroniczną, faxem lub pocztą tradycyjną zwalidowany* raport. Jednocześnie Klient upoważnia Netsprint do wystawienia f-ry VAT na kwotę określoną w dostarczonym przez Netsprint raporcie, gdy Klient bez podania uprzednio przyczyny nie dostarczy zwalidowanego raportu do Netsprint.

1. Płatność za usługę regulowana jest przez Klienta na podstawie faktury VAT wystawionej przez Netsprint za każdy miesiąc kalendarzowy świadczenia usługi. Płatność Klient zobowiązuje się uregulować dokonując wpłaty na konto bankowe i w terminie wskazanym na fakturze. Wysokość faktury określana jest na podstawie raportu przedstawiającego liczbę wyświetleń, kliknięć lub konwersji wygenerowanych przez Netsprint dla danej kampanii – raport generowany jest w udostępnionym Klientowi panelu.
2. Klient wyraża zgodę na otrzymywanie faktur drogą elektroniczną jako dokument w formacie pdf wysyłanego na wskazany w niniejszym formularzu przez Klienta adres email.
3. Klient potwierdza, że otrzymał, zapoznał się i akceptuje postanowienia Regulaminu Adfocus i Cennika Świadczenia Usług Reklamowych przez Netsprint S.A..
4. Klient oświadcza, że jestem przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – kodeks cywilny (Dz.U. z 2014 r. poz. 121) oraz, że zawieram niniejszą umowę w celach związanych z moją działalnością gospodarczą lub zawodową”.
5. Klient oświadcza, że jest płatnikiem VAT i upoważnia firmę Netsprint S.A. do wystawienia faktury VAT bez podpisu osoby uprawnionej do odbioru.

Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych podanych podczas procesu rejestracji i otrzymywanie informacji handlowych od Netsprint S.A. w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Uwaga!

Zamówienie prosimy przesać na adres email: reklama@adkontekst.pl

lub faksem na nr (022) 852 20 60

Pieczętka i podpis Zamawiającego

Podpis Przyjmującego

**validacja – realizowana w ramach rozliczeń transakcji w modelach CPS, CPA, CPL. Jest to potwierdzenie przez Klienta transakcji wyszczególnionych w dostarczonym przez Netsprint raporcie zawierającym zestawienie transakcji po każdym zakończonym miesiącu emisji kampanii.*

Załącznik B

Przewodnik Adfocus

opis wymagań technicznych i procesu uruchamiania kampanii statycznych i dynamicznych realizowanych w modelu RTB

1. [Co zawiera przewodnik?](#)
2. [Jak wygląda krok po kroku proces uruchomienia kampanii retargetingu spersonalizowanego oraz audience buying w modelu RTB](#)
3. [Tagowanie serwisu internetowego za pomocą skryptów śledzących Adfocus](#)
4. [Przygotowanie i udostępnienie pliku z asortymentem produktowym \(feed produktowy\)](#)
5. [Specyfikacja wymagań technicznych, rodzajów i formatów kreacji Twojej kampanii reklamowej](#)
6. [Udostępniania widoku kampanii Adfocus w panelu Google Analytics](#)
7. [Pomoc](#)

1. Co zawiera przewodnik

W przewodniku znajdziesz szczegółową instrukcję, jak krok po kroku wygląda proces uruchamiania kampanii w modelu RTB. Instrukcję, jak wkleić kody traktujące na Twoją stronę internetową oraz jak powinien wyglądać feed produktowy (baza danych o produktach sprzedawanych w Twoim sklepie). Zawiera również wyjaśnienie kwestii związanych z tworzeniem kreacji pod Twoją kampanię.

Zanim zaczniesz

Skrypty retargetingowe Adfocus można z powodzeniem wpiąć na dowolną stronę internetową. Zanim jednak rozpoczniesz procedurę umieszczania skryptu upewnij się, że posiadasz właściwy skrypt, który pozwoli nam identyfikować Twoich użytkowników. Skrypt powinieneś otrzymać od swojego opiekuna po podpisaniu formularza zamówienia kampanii.

Jeśli jeszcze go nie otrzymałeś, skontaktuj się z nami pisząc na adres: reklama@adfoc.us.pl Potrzebny Ci będzie również dostęp do wszystkich Twoich stron i systemu zarządzania treścią (CMS), przydatna okaże się również podstawowa wiedza z zakresu HTML. W przypadku pytań pisz do nas na powyższy adres mailowy.

Wklejenie w kod źródłowy Twojej strony internetowej skryptów śledzących Adfoc.us pozwala anonimowo oznaczać użytkowników zainteresowanych Twoimi produktami i usługami. Platforma Adfocus umożliwia emisję dynamicznych reklam (szczegóły poniżej) do tak oznaczonych użytkowników. W efekcie wykorzystana technologia retargetingu spersonalizowanego znacząco zwiększa konwersję sprzedażową oraz przyczynia się do wzrostu średniej wartości zamówień generowanych przez Twoich klientów.

Retargeting nie byłby możliwy bez wykorzystania technologii cookies, która wymaga umieszczenia na Twojej stronie specjalnych skryptów oznaczających wizyty poszczególnych użytkowników. Retargeting spersonalizowany wiąże się także z potrzebą integracji bazy danych o produktach w Twoim sklepie z platformą RTB, ponieważ tylko wtedy możliwe będzie stworzenie w pełni spersonalizowanych kreacji reklamujących produkty dopasowane do preferencji konkretnych użytkowników.

Poniższy poradnik pokaże Ci, jak w prosty sposób wdrożyć usługę i narzędzia Adfocus - kompleksowo odpowiadające za prowadzenie kampanii reklamowych opartych na **retargetingu spersonalizowanym** w ramach monetyzowania już dostarczonego ruchu na stronę oraz **audience buying**, czyli usług mających na celu pozyskanie nowego użytkownika na Twoją stronę.

2. Jak wygląda krok po kroku proces uruchomienia kampanii

retargetingu spersonalizowanego oraz audience buying w modelu RTB.

- ✓ Podpisanie, opieczętownienie oraz przesłanie skanem przez Ciebie formularza zamówienia oraz regulaminu usług reklamowych Adfocus.
- ✓ Przesłanie do nas feeda produktowego (specyfikację feeda produktowego przedstawiamy poniżej) oraz logo sklepu, wypełniony brief reklamowy (specyfikacja również znajduje się poniżej)
- ✓ Twój opiekun po stronie Adfocus przesyła Tobie kody traktujące, które należy zaimplementować na Twojej stronie zgodnie z instrukcją poniżej – dotyczy wyłącznie usługi retargetingu spersonalizowanego.
- ✓ Twój opiekun przedstawia na jakie profile użytkowników w ramach pozyskania nowego ruchu targetowana będzie Twoja reklama w opaci o silosy danych o użytkowniku – dotyczy wyłącznie usług audience buying
- ✓ Po zaimplementowaniu kodów dział techniczny sprawdza poprawność wpiętych kodów – dotyczy wyłącznie usługi retargetingu spersonalizowanego.
- ✓ Twój opiekun przesyła Tobie kreacje do akceptacji
- Po akceptacji kampania startuje!!!
- W ustalonych cyklach (np. miesięcznie, kwartalnie) będziesz od swojego opiekuna otrzymywać raporty przedstawiające wyniki emisji kampanii zawierające takie informacje jak: ilość kliknięć w rozbiciu na poszczególne grupy reklam (jeśli była potrzeba użycia grup reklam), ilość wyświetleń czy stan środków zdeponowanych i wyemitowanych itp.

Jednocześnie informujemy, że:

- 1. Raporty zawierające dane i statystyki z emisji Twoich kampanii za dany okres pochodzą z systemu reklamowego Netsprint i mogą się różnić od statystyk widocznych w Twym panelu Google Analytics lub innym systemie mierzącym ruch kampanii reklamowych.**
- 2. Twoje kampanie są optymalizowane pod panel Google Analytics.** (więcej informacji patrz pkt. 6)

3. Tagowanie serwisu internetowego z pomocą skryptów śledzących

Adfocus.

W kampaniach Adfocus wykorzystujemy dwa rodzaje skryptów śledzących (kodów trających). Zależnie od indywidualnych potrzeb kampanii Twój opiekun dostarczy Tobie właściwy wariant.

3.1. Wariant A

Po Twojej stronie jest umieszczenie obligatoryjnie 4 kodów w odpowiednim miejscu w kodzie źródłowym strony:

Są 4 podstawowe rodzaje skryptów:

1. **Thank you page** – do wpięcia na stronę z podziękowaniami po złożeniu zamówienia
2. **Basket** – na stronie koszyka albo na pierwszej stronie po dodaniu produktu do koszyka
3. **Product** – na wszystkie strony z produktem
4. **Others** – pozostałe strony

Kody z załącznika powinny być wpięte pomiędzy tagi <HEAD> i </HEAD>, najlepiej tuż przed tagiem </HEAD>

Kody **Thank you page**, **Basket**, **Product** zbierają informacje o produktach i wartości zamówienia. W odpowiednie miejsca tych kodów powinny być wklejone odpowiednie wartości:

sales: '<wstaw wartość sprzedaży>',
orderid: '<wstaw numer zamówienia>',
productname: '<wstaw nazwę produktu>',
productid: '<wstaw ID produktu>',
categoryname: '<wstaw nazwę kategorii produktowej>',
categoryid: '<wstaw ID kategorii produktowej>',

W przypadku, gdy w zamówieniu jest więcej niż jeden produkt, każdy produkt powinien być w oddzielnej sekcji `{}`, kolejne sekcje powinny być oddzielone przecinkiem. Wszystkie produkty powinny się znajdować wewnątrz sekcji `itms:[]`

Przykład:

```
<!-- Adform Tracking Code BEGIN -->
<!-- Point: "Thank you page" -->
<script type="text/javascript">
var _adftrack = {
  pm: 247937,
  id: 5517583,
  order: {
    sales: '50.35',
    orderid: '12345',
    itms: [{
      productname: 'produkt_1',
      productid: '1111',
      categoryname: 'kategoria1',
        categoryid: '2222',
        step: 3},
      {
        productname: 'produkt2',
        productid: '1122',
        categoryname: 'kategoria2',
          categoryid: '2223',
          step: 3 }
    ]
  }
};
(function(){var
s=document.createElement('script');s.type='text/javascript';s.async=true;s.src='<a href="https://track.adform.">https://track.adform.</a>
```

```

net/serving/scripts/trackpoint/async/';var
document.getElementsByTagName('script')[0].parentNode.insertBefore(s, x);}}());
</script>
<noscript>
  <p style="margin:0;padding:0;border:0;">
    
  </p>
</noscript>

```

3.2. Wariant B

Po Twojej stronie jest umieszczenie uniwersalnego kodu w odpowiednim miejscu w kodzie źródłowym strony:

```

<script type="text/javascript">
var src = {ścieżka pliku strategii śledzącej kampanii};
var s=document.createElement('script');
s.src=src;
s.async='true';
s.type='text/javascript';
document.getElementsByTagName('head')[0].appendChild(s);
</script>

```

Strategia śledząca kampanii zawierających uniwersalny kod jest odpowiednikiem parametrów w **Wariancie A** (takich jak productname, productid, czy orderid). Kod uniwersalny jest taki sam dla każdej ze stron i podstron, który należy umieścić pomiędzy tagami <HEAD> i </HEAD>, najlepiej tuż przed tagiem </HEAD>.

WAŻNE: PRZY IMPLEMENTACJI UPEWNIJ SIĘ, ŻE KOD WYWOŁUJE SIĘ NA WSZYSTKICH STRONACH, ŁĄCZNIE ZE STRONĄ POTWIERDZENIA ZAMÓWEINIA.

4. Przygotowanie i udostępnienie pliku z asortymentem produktowym

(feed produktowy)

By uruchomić kampanię internetową w modelu RTB konieczne jest przygotowanie i udostępnienie nam pod stałym adresem URL feedu zawierającego aktualną i kompletną listę oferowanych w danym sklepie produktów.

Jeżeli używasz feed produktowy np. porównywarce cenowej, prosimy prześlij go - najprawdopodobniej taki plik wystarczy.

Feed produktowy powinien być zaopatrzony w dobrej jakości zdjęcia produktów.

Feed produktowy powinien być nam dostarczony w formacie XML.

Codziennie aktualizowana baza danych o produktach (feed produktowy) jest zazwyczaj niezbędna do prowadzenia działalności handlowej online.

Baza danych powinna być udostępniona online poprzez:

1. HTTP (bez albo z podstawowym uwierzytelnieniem)
2. HTTPS (bez albo z podstawowym uwierzytelnieniem)
3. FTP (z uwierzytelnieniem)

Feed danych produktowych powinien być aktualizowany codziennie. Powinien być on również wygenerowany **zanim** zostanie umieszczony w sieci jako plik do ściągnięcia (w celu uniknięcia wolnego tempa generacji strumienia, co z kolei może spowodować problem z transmisją online).

Poniżej zamieszczamy listę pól, które powinien zawierać każdy feed. Jeśli dla jakiegoś produktu pole konkretnych danych nie jest udostępnione/nie jest aktywne, powinno pozostać ono puste.

W feedzie produktowym powinny się znaleźć następujące informacje:

1. nazwa kategorii (pełna ścieżka w drzewie kategorii)
2. id kategorii (ostatni poziom w drzewie kategorii)
3. id produktu
4. nazwa produktu

5. cena promocyjna produktu (jeśli występuje)
6. cena normalna produktu
7. link do obrazka produktu
8. link do strony produktowej

Pola obowiązkowe w pliku feed produktowy

01 </product>

02 <product>

03 <product_name>Computer 456</product_name>

04 <product_id>456789</product_id>

05 <product_category_id>computers</product_category_id>

06 <product_deeplink><http://client.com/products/computer456></product_deeplink>

07 <product_image>...</product_image>

08 <product>

Poza obowiązkowymi polami mile widziana jest również kategoryzacja produktów dostępnych w feedzie. Często na stronach sklepu online widoczne są listy produktów promocyjnych, bestsellerów, wyprzedaże, nowości, akcje tematyczne itp. Warto zamieścić te informacje w feedzie – w postaci dodatkowych pól lub jako uzupełnienie już istniejących (np. w linku produktu, podkategorii). Dodanie dla konkretnych produktów odpowiednio sklasyfikowanych pól w feedzie zwiększy nasze możliwości optymalizacji liczby konwersji i pozwoli na dopasowanie jak najlepszej strategii emisji.

5. Specyfikacja wymagań technicznych, rodzajów i formatów kreacji Twojej kampanii reklamowej

Poniżej przedstawiamy informacje na temat szablonowych kreacji przygotowywanych dla wszystkich usług Adfocus (Adkontekst e-Commerce, Adfocus) w ramach prowadzenie kampanii remarketingu spersonalizowanego oraz kampanii mających na celu pozyskanie nowych użytkowników na stronę - audience buying. Zapoznanie się z nim pomoże Tobie zapoznać się z zagadnieniem związanym z tworzeniem kreacji reklamowych przez grafików Adfocus.

Charakterystyka formatów

W kampaniach dynamicznych (z wykorzystaniem pliku feed produktowy) prowadzonych w sieci AdKontekst - usługa **Adkontekst e-Commerce** podstawowe banery występują w czterech formatach:

650x200, 300x250, 160x600, 728x90 px. Dopasowanie kreacji do niestandardowych placementów uzyskiwane jest dzięki zastosowaniu automatycznego skalowania. W ramach usługi Adkontekst e-Commerce emitujemy również kampanie na urządzenia mobilne (tablet, smartfon, etc.) - dzięki standardowi **HTML5** i automatycznemu skalowaniu jesteśmy w stanie dopasować rozmiary kreacji do odpowiedniego placementu.

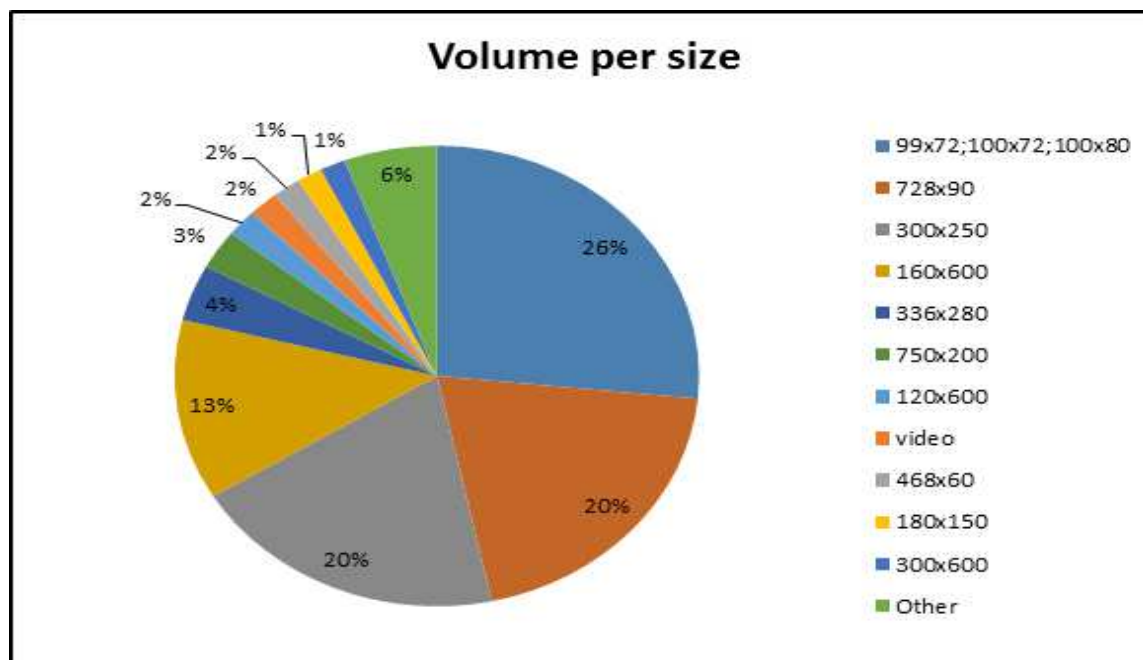
W przypadku realizowania kampanii z wykorzystaniem kreacji dynamicznych i statycznych (bez wykorzystania pliku feed produktowy) prowadzonych w pozostałych sieciach reklamowych tj. usługa Adfocus (np., GDN, Admeta, Rubicon, OpenX, IBillboard, etc), kreacje nie są automatycznie skalowane. Tym samym formaty banerów jakie emitujemy to: **750x200, 120x600, 300x250, 728x90, 160x600 px.**

Jeżeli chcesz emitować swoje reklamy w sieci Facebook, wówczas kreacje mają rozmiar **600x315 px.** Emisja tego typu formatu reklamowego na Facebook umiejscowiona jest w sekcji newsfeed (aktualności)

i oprócz w/w formatu graficznego opatrzona jest również tekstem w ilości **ok. 120 znaków.**

W celu ułatwienia wyboru poniżej przedstawiamy wykres rozkładu popularności formatów w polskim Internecie.





Adfocus obsługuje również wiele innych formatów i stylów banerów, jednak tu prosimy dodatkowe preferencje skonsultuj z osobą prowadzącą Twoją kampanię. Np. w ramach jednej i tej samej kampanii możemy emitować banery produktowe jak i produktowo - brandingowe (szczegóły patrz poniżej).

Bannery wykonywane przez grafików Adfocus są tworzone dla konkretnych kampanii, co oznacza dostosowanie kolorystyki czy formatu do stylistyki serwisu oraz logo Klienta.

Do przygotowania kreacji będziemy potrzebować od Ciebie logo w formacie wektorowym (.AI, .EPS) lub rastrowym .PNG. Prosimy również o przesłanie Brandbook (księga znaków), Logo Manual lub Key Visual, jeśli firma posiada.

Bardzo prosimy również o uzupełnienie briefu reklamowego (brief powinien być dostarczony Tobie przez Opiekuna/Accounta), który jest obligatoryjny i jest podstawą by wiedzieć jakie produkty/usługi/oferty firma Twoja chce komunikować/reklamować i jakie są jej konstanse reklamowe (konstanse mają za zadanie identyfikować reklamodawcę z jego przekazem). Z punktu widzenia dobrania idealnie spersonalizowanej reklamy, prosimy o szczególne zwrócenie uwagi na pola dotyczące grupy docelowej oraz przekazu reklamowego. Ponadto, prosimy o informacje o dodatkowych elementach graficznych, w przypadku, gdy stosujesz w emisji reklam np. niestandardowe fonty (krój czcionki).

Dodatkowo masz możliwość ustalenia treści napisów na banerach czy tzw. szarfach oraz ich rozmiarów (tam gdzie zachodzi potrzeba i możliwość zastosowania tego rodzaju treści).

Jako przykłady mogą być przyjęte słowa (Call To Action): „Do koszyka”, „Kup teraz”, „Sprawdź” oraz tzw. szarfy z napisami „Sale”, „Okazja” czy „Promocja”.

W kreacjach wykorzystujemy informacje i zdjęcia zamieszczone w przesłanym przez Ciebie feedzie produktowym. Prosimy o zadbanie by zdjęcia umieszczone w tym feedzie zawierały jednakowe, jednolite tło, bez znaków wodnych, w takim samym rozmiarze i układzie (np. prostokąt lub kwadrat).

By uniknąć poprawek kreacji, które mogą opóźnić rozpoczęcie kampanii prosimy Cię o poinformowanie nas o preferencjach i sprecyzowanie oczekiwań co do w/w elementów kreacji już na etapie dopełniania formalności związanych z podjęciem współpracy z Adfocus.

Jednak musisz wiedzieć też o pewnych ograniczeniach w tworzeniu kreacji dynamicznych.:

- **Nie mamy możliwości kadrowania każdego zdjęcia z Twojego produkt feeda .**
- **Nie mamy też możliwości stosowania innych fontów, niż standardowe dla tekstów zaciąganych bezpośrednio z produkt feeda.**

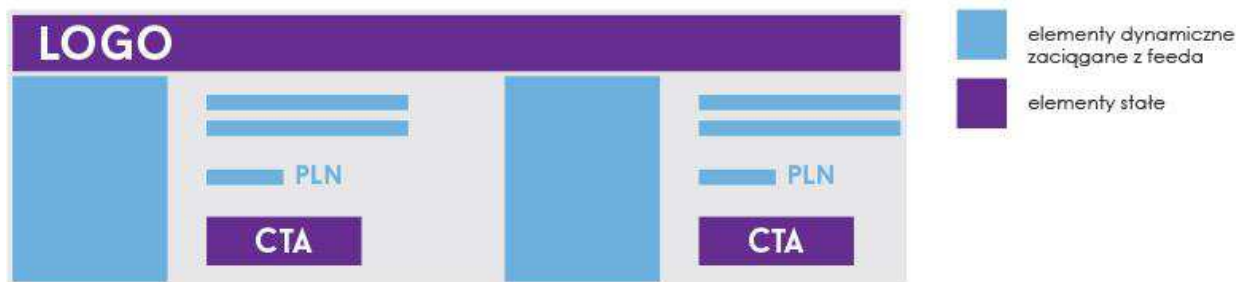
Oczywiście istnieje również możliwość wykonania bannerów przez Twój zespół grafików.

W takim wypadku prosimy sugerować się niniejszym przewodnikiem, a w razie potrzeby również w porozumieniu z zespołem grafików Adfocus.

Banery produktowe

Banery produktowe mają zastosowanie najczęściej w przypadku kampanii retargetingowych i są wykonywane w standardzie HTML5. Na poniższym przykładzie kreacji oznaczono elementy stałe oraz zmieniające się dynamicznie.

Przykładowy schemat:



Do elementów stałych zaliczamy logo firmy/projektu/produktu, który chcemy reklamować oraz Call To Action (CTA), zachęcające użytkownika do akcji (np. „Sprawdź ofertę”, „Wybierz”, etc.). Elementy zmieniające się dynamicznie pobierane są automatycznie z feeda produktowego. Najczęściej jest to obraz produktu w formacie .jpg lub .png, nazwa produktu, cena oraz cena promocyjna. Najlepiej jeśli zdjęcia występują w jednakowym rozmiarze i mają takie same tło. W przypadku nazwy produktu prosimy o skrócenie jej do niezbędnego minimum – w mniejszych rozmiarach banerów zbyt długa nazwa jest po prostu niewidoczna. Sugerowana przez nas maksymalna długość nazwy produktu, w tym tekstu reklamowego wynosi **30 znaków ze spacjami**.

Do stworzenia banerów produktowych potrzebujemy:

- logotyp firmy w formie wektorowej (w formacie .eps lub .ai) lub rastrowej (.png)
- opcjonalnie: informacji dotyczącej kolorystyki i CTA oraz brandbook
- **wypełniony brief reklamowy**

Banery produktowo – brandingowe

Ten rodzaj banerów wykonywanych w standardzie HTML5 nie tylko prezentuje produkty, ale także elementy budujące świadomość marki. W tym przypadku prosimy o przesłanie odpowiednich fotografii w dobrej rozdzielczości, które umieścimy na kreacjach. Minimalna wielkość fotografii

wykorzystywanych w tego typu kreacjach to **280x420 px w 72dpi**. W części brandingowej znajduje się fotografia przedstawiająca najczęściej bieżącą ofertę marki. Może być ona:

- a) statyczna – nie zmienia się podczas wyświetlania banerów i jest stała dla wszystkich kategorii, z których pochodzi produkt.
- b) dynamiczna – wybrane tła są rotowane i dopasowywane np. do kategorii produktu wyświetlanego w części produktowej (np. adresatem reklamowanego produktu jest kobieta lub mężczyzna) lub wyświetlane zupełnie losowo.

Przykładowy schemat:



Do stworzenia banerów produktowo - brandingowych potrzebujemy:

- logotyp firmy w formie wektorowej (w formacie .eps lub .ai) lub rastrowej (.png)
- fotografii do części brandingowej minimalnej wielkości **280x420px w 72dpi** (np. z bieżącej kampanii, brandbook). Jeżeli firma nie posiada takich zdjęć, możemy w Twoim imieniu dokonać zakupu zdjęć tzw. stockowych - za uprzednią zgodą – koszt zakupu jednego zdjęcia ok. 10 zł netto.
- w przypadku rotowanego tła prosimy o informację, czy mają się wyświetlać losowo. Jeżeli nie, to do jakiej oferty (np. kategorii produktów, płci) mamy przypisać konkretną fotografię
- opcjonalnie: informacji dotyczącej kolorystyki i CTA
- **wypełniony brief reklamowy**

Banery statyczne

Istnieje również możliwość wykonania banerów statycznych w formacie .JPG.

Do stworzenia tego typu banerów potrzebujemy:

- logotyp firmy w formie wektorowej (w formacie .eps lub .ai) lub rastrowej (.png)
- fotografia z ofertą, którą chcesz reklamować. Minimalna wielkość fotografii wykorzystywanych w tego typu kreacjach to **750x520px w 72dpi**.
- **wypełniony brief reklamowy**

Facebook - kreacje

W sieci Facebook emitujemy bannery statyczne w formacie **600x315 px**, emitowanych w News Feedzie (środkowa kolumna) – wyświetlamy kreacje w formie postu na tablicy użytkownika.

Do stworzenia banerów potrzebujemy:

- fotografii do stworzenia grafiki promocyjnej minimalnej wielkości **600x315 px w 72dpi**
- tekstu, jaki ma się znaleźć na banerze. **Należy jednak pamiętać, że reklamy na Facebook nie mogą zawierać obrazów, w których tekst zajmuje więcej niż 20% powierzchni, co w praktyce przeważnie ogranicza się do 25 znaków ze spacjami. Tekst logotypu i CTA również wliczany jest do tej powierzchni.** Więcej informacji na ten temat można znaleźć na stronie: <https://www.facebook.com/policies/ads/>
- w związku z tym, że emitujemy się w formie postu na tablicy użytkownika, potrzebujemy również tekstów uzupełniających zaznaczone na przykładzie pola (patrz ilustracja poniżej):
- Wiadomość – maksymalnie 500 znaków **(1)**,
- Tytuł – maksymalnie 100 znaków **(2)**,
- Opis – maksymalnie 300 znaków **(3)**.
- **wypełniony brief reklamowy**

Przykład poniżej:

Proponowany post

 **Adfocus** Sponsorowane Polub stronę

Tylko 2% klientów kupuje podczas pierwszej wizyty. 1
Dotrzyj skutecznie do pozostałych.



Adfocus - skupiamy się na efektach 2

Najważniejsza dla nas jest skuteczność Twoich działań. Dzięki Adfocus możesz zwiększyć wartość konwersji o 500%, a płacisz tylko za konkretny efekt. Dzięki 3
95% zasięgu znajdziemy Twoich użytkowników gdziekolwiek są.

WWW.ADFOCUS.PL

Lubię to! · Komentarz · Udostępnij

6. Udostępniania widoku kampanii Adfocus w panelu Google Analytics

Agenda:

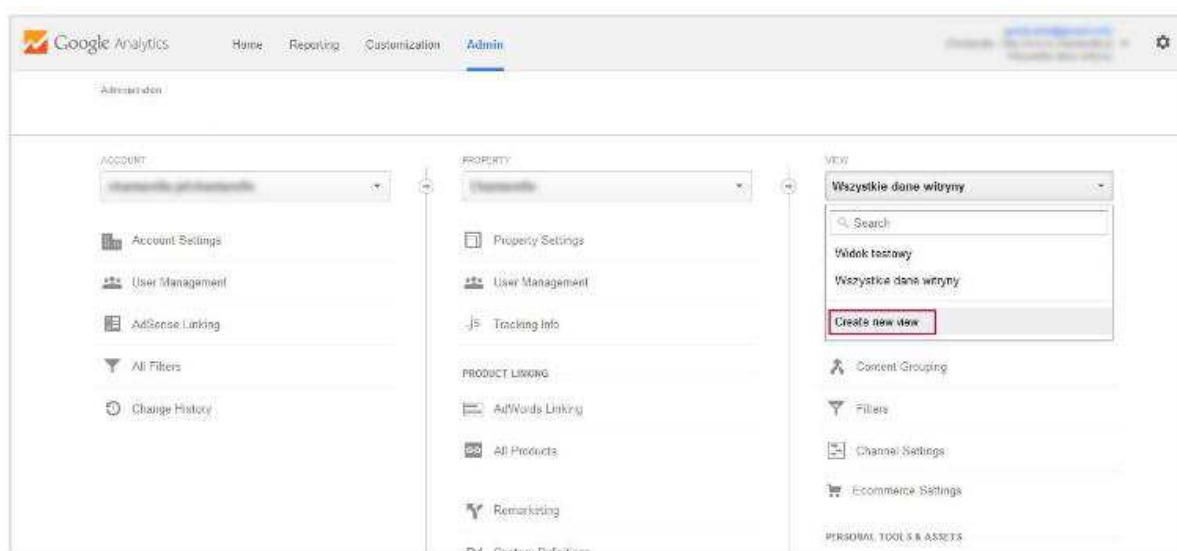
- A. Widok
- B. Ustawienie filtrów
- C. Przydzielenie dostępu do stworzonego widoku
- D. Upewnienie się, że jest aktywny moduł śledzenia konwersji Ecommerce dla stworzonego widoku.

Aby poprawnie skonfigurować widok należy:

1. Wejść na główną stronę konta Google Analytics i
2. dalej na zakładkę Administrator (z prawej strony).

A. Widok

3. Przechodzimy do menu widok (3 kolumna z prawej strony)
 - W rozwijanym menu – dodajemy opcję nowy widok
 - Klikamy na witryna – następnie nazywasz ten widok jakąś nazwą np. Adkontekst
 - Wybieramy strefę raportowania Polska i
 - Zapisujemy – utwórz widok danych (niebieski przycisk na dole)

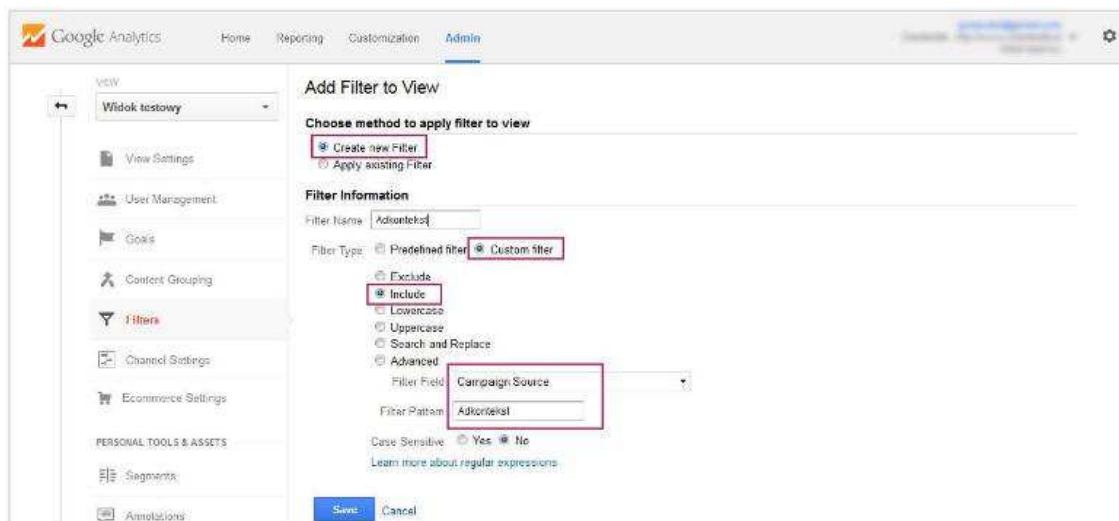


Następnie konfigurujemy filtry →

B. Filtry

4. Jeżeli stworzyliśmy nowy widok – wracamy do głównej strony Administrator

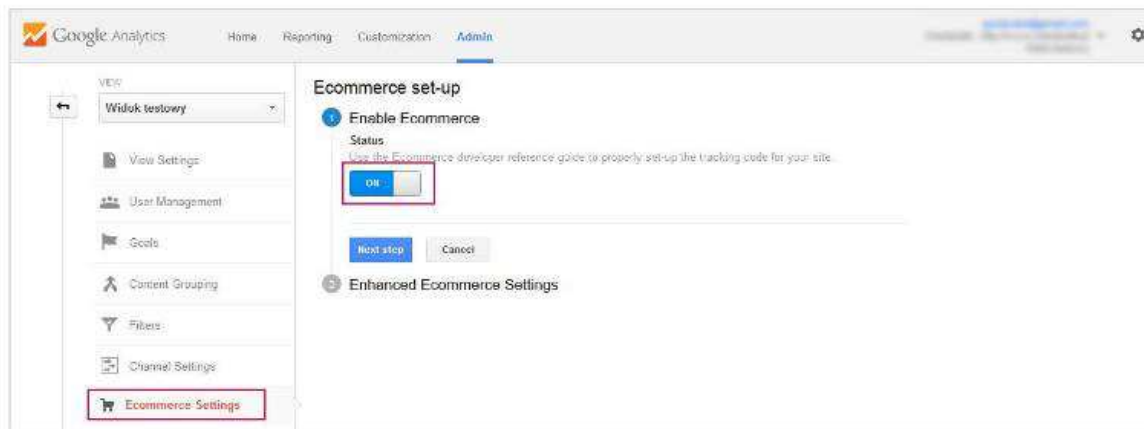
5. Po prawej stronie menu Widok i wyborze naszej nazwy widoku np. Adkontekst, przechodzimy do Filtrów z menu Widok poniżej w kolumnie Widok
6. Klikamy na Nowy filtr (czerwony przycisk)
7. Tworzymy Nowy filtr
8. Zaznaczamy filtr Niestandardowy
9. Klikamy w rozwijane menu i klikamy w opcję Uwzględnij
10. Uwzględniamy w Pole Filtru – źródło kampanii
- 11. We Wzorzec Filtru wpisujemy Adkontekst (ponieważ taką nazwą nadajemy w utm source=Adkontekst)**
12. I zapisujemy (niebieski klawisz **Save**)



C. Zarządzanie użytkownikami

13. Wracamy na główną stronę do menu Widok i wybieramy Zarządzanie użytkownikami
14. W opcji przyznaj uprawnienia dla wpisujemy adres osoby/osób, której przyznajemy dostęp (uwaga – musi to być adres, który ta osoba używa w aplikacjach Google niekoniecznie kończący się na domenę gmail.com) – w naszym przypadku to jest adres: traffic1@adkontekst.pl.
15. W opcji obok wybieramy dostęp – opcję Zobacz i przeanalizuj
16. Zaznaczamy opcję Powiadom tego użytkownika przez e-maila,
17. Po czym klikamy w opcję Dodaj 😊

- D. **Upewniamy się, że jest aktywny moduł śledzenia konwersji E-commerce**, który pozwoli nam zweryfikować, czy ruch, który kierujemy na daną stronę przekłada się na sprzedaż. Moduł śledzenia należy aktywować dla stworzonego widoku.



7. Pomoc.

Zespół konsultantów Adfocus pozostaje do Twojej dyspozycji zarówno w trakcie wyceny i planowania kampanii, jak również w trakcie jej realizacji. Jeśli okaże się, że po zapoznaniu się z powyższym przewodnikiem masz dodatkowe pytania lub wątpliwości, skontaktuj się z nami:

Zapraszamy do współpracy 😊

e-mail: reklama@adfocus.pl

telefon: +48 22 844 49 90

www.adfocus.pl

35.