

Рейтинг по оборотам Медиа Агентств.

Цель данного документа: зафиксировать договоренности по детальным шагам, методологиям и правилам формирования рейтинга. Это необходимый шаг для того, чтобы в последствии его подготовка и согласование проходили оперативно и в соответствующие сроки.

1. Участники Рейтинга Агентств по оборотам:

- 1.1. Участники рейтинга – это агентства, которые подали данные в оговоренные сроки и в соответствии с условиями рейтинга и являются членами ВРК, основным профилем которых есть предоставление full-media услуг широкому спектру клиентов.
- 1.2. Под full-media услугами подразумевается - предоставление услуг во всех основных медиа: прямой рекламы на ТВ (+ ТВ спонсорство), медиа размещения в Интернете (Video, Display + PPC), ООН, Radio, Пресса.

2. Участники Рейтинга Холдингов по оборотам:

- 2.1. Участниками рейтинга Холдингов являются Холдинги, которые подали данные по своим агентствам в соответствии с п1.1
- 2.2. Рейтинг составляется в 2-х вариантах:
 - 2.2.1. Международные Холдинги
 - 2.2.2. Локальные Холдинги
- 2.3. Принадлежность агентств к холдингам согласовывается отдельным документом ДО старта сбора данных по рейтингу.

Принято решение не публиковать рейтинг Холдингов по итогам 2019г.

3. Методология подсчета:

3.1. Обороты Агентства – это сумма оборотов:

- 3.1.1. Прямой рекламы на ТВ
- 3.1.2. ТВ спонсорства
- 3.1.3. Наружной рекламы
- 3.1.4. Рекламы в прессе
- 3.1.5. Рекламы по радио
- 3.1.6. Медиа рекламы в Интернете:
 - 3.1.6.1. Online Video
 - 3.1.6.2. Display
 - 3.1.6.3. Branding/ Sponsorship
 - 3.1.6.4. PPC & CPA инструменты
- 3.1.7. *Indoor, Cinema, Transport & Other media placement НЕ включаются в подсчет оборотов агентств до тех пор, пока не будет найдено общее решение участников рейтинга по методологии их отображения*

3.2. Обороты по TV, TV Sponsorship, ООН, Radio, Print - рассчитываются как оборот по мониторингу каждого отдельного медиа*(100% - согласованная скидка по данному медиа)

3.3. Скидка по каждому медиа рассчитывается как среднеарифметическое оценочных скидок, которые предоставляют TOP5 Холдингов.

3.4. Обороты по Медиа рекламе в Интернете подается в форме самозаявления, разбитого по таким статьям:

3.4.1. Видео: размещение рекламных видео роликов на YouTube, локальных ресурсах, в социальных сетях

3.4.2. Дисплей (баннерка)/брендинг

3.4.3. PPC: инструменты с CPC, CPA, CPL оплатой

3.5. Агентству засчитываются бюджеты по определенному медиа определенного клиента если агентство:

3.5.1. Ведёт планирование и баинг = 100% просчитанного бюджета

3.5.2. Осуществляет только баинг по клиенту =80% просчитанного бюджета

3.5.3. Осуществляет только планинг = 30% просчитанного бюджета (*бюджет рассчитывается согласно п.3.1-3.4 и умножается на 30%*)

4. Процедуры согласования:

4.1. Участники рейтинга подают всю необходимую информацию в оговоренной форме в ВРК Максиму Лазебнику согласно срокам, зафиксированным в данном документе (п.5).

4.2. Этап “вопрос/ответ”.

Агрегированный файл с данными по TOP5 Холдингам* высылается представителям этих холдингов для ознакомления и решения спорных вопросов. Участники рейтинга могут задать друг другу вопросы по спорным моментам в оговоренные сроки:

4.2.1. Вопросы задаются в форме e-mail письма на имя представителей Холдинга, по которому выявлены спорные моменты.

4.2.2. Ответы даются аналогично в форме e-mail писем задающим сторонам. В установленные сроки.

4.2.3. Если ответ по клиенту не дан в указанный срок – клиент изымается из биллингов агентства.

4.2.4. Если ответ дан, но не удовлетворяет задающую сторону или требует дальнейшего подтверждения:

4.2.4.1. По Non-Digital Media – согласованные необходимые документы предъявляться Максиму Лазебнику для верификации в заранее установленные выделенные дни/день.

4.2.4.2. По Digital Media –необходимые документы для подтверждения работ по клиентам и оборотов по ним предъявляться представителям IAB для верификации в заранее установленные выделенные дни/день.

4.3. После получения всех ответов на вопросы в ВРК Максиму Лазебнику повторно подаются файлы с данными по Агентствам Холдинга, с учетом всех корректировок по результатам этапа “вопрос/ответ” (п.4.2.)

4.4. Обновленный агрегированный файл по TOP5 Холдингам высылается представителям этих Холдингов для ознакомления. После чего Рейтинг публикуется в оговоренные сроки (п.5).

**Если независимые агентства, претендуют на позиции выше агентств из ТОП 5 Холдингов (выше любого из агентств ТОП5, кроме Brand Media, ввиду его размера), то они должны проходить все процедуры п.4.2-4.4, как и агентства ТОП5.*