

Рейтинг медіа агентств відповідно до білінгів

Мета даного документа: зафіксувати домовленості за детальними кроками, методологіями і правилами формування рейтингу. Це необхідний крок для того, щоб надалі його підготовка та узгодження проходили оперативно та у відповідні строки.

1. Учасники Рейтингу Агентств за білінгами:

- 1.1. Учасники рейтингу - це агентства, які надали дані в обумовлені терміни та у відповідності до умов рейтингу, і є членами ВРК, основним профілем яких є надання full-media послуг для широкого спектру клієнтів.
- 1.2. Під full-media послугами мається на увазі - надання послуг у всіх основних медіа: прямої реклами на ТБ (+ ТБ спонсорство), медіа розміщення в Інтернеті (Video, Display + PPC), ООН, Radio, Преса.

2. Учасники Рейтингу Холдингів за білінгами:*

- 2.1. Учасниками рейтингу Холдингів є Холдинги, які надали дані своїх агентств відповідно до п1.1
- 2.2. Рейтинг складається у 2-х варіантах:
 - 2.2.1. Міжнародні Холдинги
 - 2.2.2. Локальні Холдинги
- 2.3. Належність агентств до холдингів узгоджується окремим документом ДО старту збору даних по рейтингу.

* - Поки ще не прийнято рішення, чи публікувати рейтинг Холдингів за підсумками 2020р.

3. Методологія розрахунку:

3.1. Білінги Агентства – це сума оборотів:

- 3.1.1. Прямої реклами на ТБ
- 3.1.2. ТБ спонсорства
- 3.1.3. Зовнішньої реклами
- 3.1.4. Реклами у пресі
- 3.1.5. Реклами на радіо
- 3.1.6. Медіа реклами в Інтернеті:
 - 3.1.6.1. Online Video
 - 3.1.6.2. Display
 - 3.1.6.3. Branding/ Sponsorship
 - 3.1.6.4. PPC & CPA інструменти
- 3.1.7. *Indoor, Cinema, Transport & Other media placement НЕ включаються до підрахунку оборотів агентств до тих пір, поки не буде знайдено спільне рішення учасників рейтингу за методологією їх відображення*

3.2. Обороти по TV, TV Sponsorship, ООН, Radio - розраховуються як оборот з моніторингу кожного окремого медіа * (100% - узгоджена знижка за даним медіа)

- 3.2.1. **Винятком є підрахунок ТБ для категорій Алкоголь і Betting, які розраховуються наступним чином:** дані моніторингу в RateCards за прямою ТБ рекламою підсумовуються з RateCards всього спонсорства; до отриманого

загального бюджету застосовуються знижки за окремою шкалою для категорій Алкоголь і Betting.

3.3. Знижка за кожним медіа розраховується як середнє арифметичне значення оціночних знижок, які надають TOP5 Холдингів.

3.4. Обороти по Пресі надаються у формі самозаяви.

3.5. Обороти по Медіа рекламі в Інтернеті надаються у формі самозаяви, розділеної за такими статтям:

3.5.1. Відео: розміщення рекламних відео роликів на YouTube, локальних ресурсах, в соціальних мережах

3.5.2. Дисплей (банерна реклама)/брендинг

3.5.3. PPC: інструменти з CPC, CPA, CPL оплатою

3.6. Агентству зараховуються бюджети за певним медіа певного клієнта, якщо агентство:

3.6.1. Веде планування та баїнг = 100% прорахованого бюджету

3.6.2. Здійснює тільки баїнг по клієнту = 80% прорахованого бюджету

3.6.3. Здійснює тільки плєнінг = 30% прорахованого бюджету (*бюджет розраховується згідно п.3.1-3.4 і множиться на 30%*)

4. Процедури узгодження:

4.1. Учасники рейтингу надають всю необхідну інформацію в обумовленій формі до дирекції ВРК Максиму Лазебнику відповідно до термінів, зафіксованих в даному документі (п.5).

4.2. Етап "питання/відповідь".

Агрегований файл з даними по TOP5 Холдингів* надсилається представникам цих холдингів для ознайомлення та вирішення спірних питань. Учасники рейтингу можуть задати один одному питання щодо спірних моментів в обумовлені терміни:

4.2.1. Питання задаються у формі e-mail листа на ім'я представників Холдингу, за яким виявлені спірні моменти.

4.2.2. Відповіді надаються аналогічно у формі e-mail листів, сторонам, що надіслали запит. У встановлені терміни.

4.2.3. Якщо відповідь по клієнту не надано в зазначений термін - клієнт вилучається з білінгів агентства.

4.2.4. Якщо відповідь надана, але не задовольняє сторону, що надіслала запит, або вимагає подальшого підтвердження:

4.2.4.1. По Non-Digital Media - узгоджені необхідні документи надаються Максиму Лазебнику для верифікації в заздалегідь встановлені та виділені дні/день.

4.2.4.2. По Digital Media – необхідні документи для підтвердження робіт по клієнтам і відповідно оборотів за ним надаються представникам IAB для верифікації в заздалегідь встановлені та виділені дні/день.

4.3. Після отримання всіх відповідей на запити до дирекції ВРК Максима Лазебнику повторно надаються файли з даними по Агентствам Холдингу, з урахуванням всіх коригувань за результатами етапу "питання/відповідь" (п.4.2.)

4.4. Оновлений агрегований файл TOP5 Холдингів надсилається представникам цих холдингів для ознайомлення. Після чого Рейтинг публікується в обумовлені терміни (п.5).

** Якщо незалежні агентства претендують на позиції, вищі агентств з ТОП 5 Холдингів (вище будь-якого з агентств ТОП5, крім Brand Media, з огляду його розміру), то вони повинні проходити всі процедури п.4.2-4.4, як і агентства ТОП5.*