

DIGITAL SALES HOUSE

IMHO

Считалка Инструкция

ПОЛИТИКА ПРОДАЖ IMHO 2019

Годовые условия размещения на ресурсах IMHO формируются индивидуально для каждого рекламодателя.

Совокупная скидка для рекламодателя состоит из последовательного набора скидок **(для всех площадок кроме площадок, где скидки не применяются)**:

- **Агентская скидка** – для рекламодателей, размещающихся через рекламное агентство (10%)
- **Консолидированная скидка** – за совокупный годовой бюджет рекламодателя на все ресурсы холдинга
- **Объемная скидка за годовой биллинг на каждый ресурс** (в зависимости от площадки до 50%)
- **Скидка за годовое медиапланирование и гарантированное распределение показов** (5%)

Скидки применяются последовательно.

К базовому прайс-листу действует наценка за отсрочку платежа +5%. Наценка не начисляется в случае предоплаты или оплаты размещения не позднее 25 числа месяца оказания услуг.

ПОЛИТИКА ПРОДАЖ IMHO 2019

обратите внимание!

Площадки-исключения:

- скидки не применяются

- Яндекс
- Auto.ru
- ВидеоСеть Спецпредложения – скидки не применяются, но бюджеты учитываются для расчета скидки на продукты ВидеоСеть Розница
- Digital Box Спецпредложения
- Astra One
- Edadeal
- Rambler&Co Годовые программы

- скидка ограничена на продукты

- Wi-Fi Аэроэкспресс– скидка не более 25%. Бюджет учитывается для расчета скидки на прочие продукты Wi-Fi.ru (максимальная скидка до 40%).

ВСЕ БЮДЖЕТЫ И ЦЕНЫ БЕЗ НДС!

Площадка	Бюджет, руб.	Доля от общего бюджета, %	Итоговая скидка, %	
Yandex.ru		0.0%	0.00%	Скидки не применяются
Auto.ru		0.0%	0.00%	Скидки не применяются
Imho Video Jet		0.0%	0.00%	Скидки не применяются
Youtube.com		0.0%	0.00%	
Wi-Fi.ru		0.0%	0.00%	
Wi-Fi Aeroexpress		0.0%	0.00%	
AstraOne		0.0%	0.00%	Скидки не применяются
ВидеоСеть Розница		0.0%	0.00%	
ВидеоСеть Спецпредложения		0.0%	0.00%	
Smart TV		0.0%	0.00%	Скидки не применяются, бюджеты учитываются для расчета скидки на продукты ВидеоСеть Розница
IMHO Mobile Network		0.0%	0.00%	
IMHO Mobile Network TopBusiness		0.0%	0.00%	
Digital Box		0.0%	0.00%	
EdaDeal		0.0%	0.00%	Скидки не применяются

Для годовых и квартальных продуктов в Считалке указывается финальная цена.

Скидка учтена в прайс-листе.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЧИТАЛКИ: БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ

Считалка включает в себя следующие листы:

Лист «Сплит» – Калькулятор для расчета скидок по площадкам.

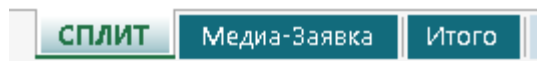
Лист «Медиа-Заявка» – расчет скидок с учетом распределения бюджета по позициям прайс-листа и месяцам . Заполняется для получения скидки за годовое планирование.

Удобно использовать для планирования по флайтам.

Лист «Итого» – итоговая скидка, итоговый бюджет по прайсу и после скидки по каждой площадке.

Для получения итоговых значений необходимо заполнить лист «Медиа-Заявка».

Прайс-листы площадок - действующие прайс-листы всех площадок пула IMHO.



Все цены, бюджеты в Считалке указаны без учета НДС.

Легенда

Редактировать
Рассчитывается

Поля выделенные бирюзовым цветом предназначены для редактирования.

Значения в полях выделенных белым цветом рассчитываются автоматически на основе значений в желтых полях.

Пошаговая инструкция: шаг 1

Место действия: Сплит

СЧИТАЛКА 2019

Версия прайс-листа: 26.12.2018

Рекламное агентство	< Название РА >	
Рекламодатель	< Название рекламодателя >	
Бренд	< Название бренда >	
Название РК	< Название РК >	
Начало РК	Январь	
Окончание РК	Декабрь	
Консолидированная скидка, %		
Агентская скидка, %	0.0%	
Скидка за годовое планирование, %	<input type="checkbox"/> ←	0.0%
Наценка за отсрочку платежа*, %	<input type="checkbox"/> ←	0.0%
Общий бюджет на IMHO, руб.	0.00	

ВСЕ БЮДЖЕТЫ И ЦЕНЫ БЕЗ НДС!

Внесите название рекламного агентства, укажите рекламодателя (обязательно).
Заполните поля «Бренд», «Название РК», «Начало РК», «Окончание РК».
Внесите значение консолидированной скидки при её наличии.

Поставьте галочку, если вы делаете годовое медиапланирование (заполняете лист Медиа-Заявка)
Поставьте галочку, если вы планируете размещаться на условиях пост-оплаты

Пошаговая инструкция: шаг 2

Место действия: Сплит

ВСЕ БЮДЖЕТЫ И ЦЕНЫ БЕЗ НДС!

Площадка	Бюджет, руб.	Доля от общего бюджета, %	Итоговая скидка, %
Yandex.ru		0.0%	0.00%
Auto.ru		0.0%	0.00%
Imho Video Jet		0.0%	0.00%
Youtube.com		0.0%	0.00%
Wi-Fi.ru		0.0%	0.00%
Wi-Fi Aeroexpress		0.0%	0.00%
AstraOne		0.0%	0.00%
ВидеоСеть Розница		0.0%	0.00%
ВидеоСеть Спецпредложения		0.0%	0.00%
Smart TV		0.0%	0.00%
IMHO Mobile Network		0.0%	0.00%
IMHO Mobile Network TopBusiness		0.0%	0.00%
Digital Box		0.0%	0.00%
EdaDeal		0.0%	0.00%
Rambler&Co Mobile		0.0%	0.00%
Rambler Сеть	5 000 000.00	38.5%	31.25%
Rambler PMP		0.0%	0.00%
Rambler&Co Годовые Программы		0.0%	0.00%
Rambler.ru		0.0%	0.00%
Autorambler.ru		0.0%	0.00%
RBC.ru	3 000 000.00	23.1%	30.50%
Afisha.ru		0.0%	0.00%
Gismeteo.ru		0.0%	0.00%
Avito.ru		0.0%	0.00%
Motor.ru		0.0%	0.00%
Lenta.ru		0.0%	0.00%
Gazeta.ru		0.0%	0.00%
Moslenta.ru		0.0%	0.00%
Secretmag.ru		0.0%	0.00%
Newsru.com		0.0%	0.00%
InoPressa.ru		0.0%	0.00%
F1News.ru	3 000 000.00	23.1%	50.00%
WMJ.ru, Passion.ru, Letidor.ru		0.0%	0.00%
Vesti.ru		0.0%	0.00%
RIA.ru		0.0%	0.00%
Rns.online		0.0%	0.00%
LiveJournal.com		0.0%	0.00%
Sports.ru	2 000 000.00	15.4%	31.25%
Championat.com		0.0%	0.00%
Matchtv.ru и Sportbox.ru		0.0%	0.00%
Auto.ru		0.0%	0.00%
U-tv.ru		0.0%	0.00%
Kanobu.ru		0.0%	0.00%
Ferra.ru		0.0%	0.00%
Price.ru		0.0%	0.00%
Medportal.ru,Doktor.ru,Mama.ru		0.0%	0.00%
Disney.ru		0.0%	0.00%
ИТОГО:	13 000 000.00	100.0%	36.50%

Распределите деньги по площадкам и получите значения скидок

При достижении максимального значения, скидка выделяется курсивом

Если вы не делаете годовое медиапланирование и точно знаете бюджет на каждую из площадок, то на этом этапе можно остановиться 😊.

Если вы делаете годовое планирование, планируете по флайтам – переходите на лист Медиа-Заявка

Пошаговая инструкция: шаг 3

Место действия: Медиа-Заявка

Скидка / наценка	Сплит	Заявка	
Консолидированная скидка, %	0.000%		
Агентская скидка, %	0%		
Скидка за годовое планирование, %	5%	<input type="checkbox"/>	0%
Итоговая скидка, %	40.30%	<input checked="" type="checkbox"/>	46.00%
Наценка за отсрочку платежа, %	5%	<input type="checkbox"/>	0%

Поставьте галку «Скидка за годовое планирование», **если вы делаете годовое медиапланирование** (заполняете Медиа-Заявку)

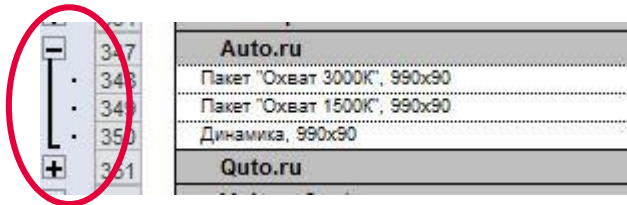
Поставьте галку «Итоговая скидка» (колонка «Заявка»), **если к листу Медиа-Заявка должны применяться скидки с листа Сплит**

Поставьте галку «Наценка за отсрочку платежа», **если вы планируете размещаться на условиях пост-оплаты**

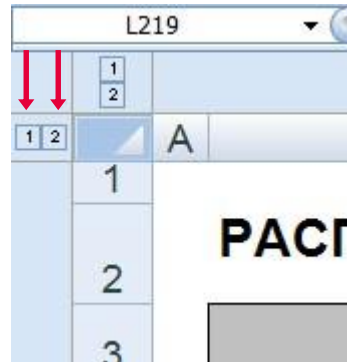
Пошаговая инструкция: шаг 4

Место действия: Медиа-Заявка

Список позиций по каждой площадке раскрывается с помощью кнопок группировки:



Кнопки группировок в верхнем левом углу помогут раскрыть/скрыть все позиции в один в клик:



Сделайте распределение по позициям и форматам. В соответствующих позициям ячейках укажите количество показов для динамики (в тысячах), количество единиц для пакетов и т.д.:

WMJ.ru	прайс						507 500	461 825			
Пакет "Охват 500К", 300x300	Пакет	350.00	338.33	307.88	175 000	159 250	507 500	461 825	1	1	1
Пакет "Охват 1000К", 300x300	Пакет	300.00	300.00	273.00	300 000	273 000	0	0			
Пакет "Охват 2000К", 300x300	Пакет	250.00	250.00	227.50	500 000	455 000	0	0			
Пакет "Охват 500К", 728x90 (934x90)	Пакет	280.00	280.00	254.80	140 000	127 400	0	0			

1			

Пошаговая инструкция: шаг 5

Место действия: Медиа-Заявка

Наценки	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
0.00 %	+25.00 %	+25.00 %	+25.00 %	+25.00 %		

Наценки указываются ежемесячно в соответствующих месяцам колонках.

Размеры наценок можно уточнить на листах с прайсами, а также у менеджеров IMHO.

Внимание! Сезонные коэффициенты применяются на листе Медиа-Заявка автоматически.

Правила применения наценок на площадках IMHO различаются. Уточняйте правила у менеджеров IMHO.

Пошаговая инструкция: шаг 5

Место действия: Медиа-Заявка

Для учета бюджетов занесенных на площадку покупкой спецпроектов удобно использовать колонку «Специальный бюджет».

«Специальный бюджет» суммируется с бюджетами других продуктов на площадке, но скидка к нему не применяется! В колонку «Специальный бюджет» вносится только конечный бюджет (после скидок), не прайсовый.

Специальный бюджет будет учитываться в скидке только если указана хотя бы одна стандартная позиция по площадке.

Количество (пакетов, показов, кликов, просмотров и т.д.)												Кол-во показов, тыс.	Спец. бюджет*, руб.	Скидка, %
Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь			
												0		0.00%
												0		0.00%
												0		0.00%
												0		0.00%
												0		0.00%
												0		0.00%
												35 000	1 500 000	43.75%
												0		
			1	1								15 000		
			4									0		
												20 000		

Пошаговая инструкция: шаг 6

Место действия: Итоговые данные

Результат – итоговая скидка по каждой площадке в соответствии с заполнением медиа-заявки!

А также другая полезная информация для оценки планирования.

ИТОГОВЫЕ ДАННЫЕ



Рекламная кампания
< Название РА >
< Название рекламодателя >
< Название бренда >
< Название РК > (Январь - Декабрь)

Показатели рекламной кампании	
Общий бюджет по прайсу, руб.	3 700 000.00
Бюджет после скидки, руб.	2 702 875.00
СРТ со скидкой, руб.	257.42
Общее кол-во показов, тыс.	10 500

Версия прайс-листа: 26.12.2018

Площадка	Консолидированная скидка*, %	Объемная скидка на площадку*, %	Агентская скидка*, %	Скидка за годовое планирование*, %	Итоговая скидка, %	Общий бюджет по прайсу, руб.	Бюджет после скидки, руб.	СРТ по прайсу, руб.	СРТ после скидки, руб.	Кол-во показов, тыс.	Спец. бюджет, руб.
Yandex.ru	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Auto.ru	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Imho Video Jet	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Youtube.com	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Wi-Fi.ru	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Wi-Fi Aeroexpress	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
AstraOne	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
ВидеоСеть Розница	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
ВидеоСеть Спецпредложения	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Smart TV	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
IMHO Mobile Network	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
IMHO Mobile Network TopBusiness	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Digital Box	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
EdaDeal	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Rambler&Co Mobile	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Rambler Сеть	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Rambler PMP	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Rambler&Co Годовые Программы	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Rambler.ru	0.000%	28.25%	0.0%	0.0%	28.25%	3 150 000.00	2 260 125.00	315.00	228.01	10 000	0
Autorambl.ru	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
RBC.ru	0.000%	19.50%	0.0%	0.0%	19.50%	550 000.00	442 750.00	1 100.00	885.50	500	0



Пошаговая инструкция: обратите внимание!

Обратите внимание, скидки по ряду площадок автоматически считаются от суммарного бюджета!

Единая скидка действует для следующих групп площадок:

Rambler Сеть + Rambler PMP

А также

Wi-Fi.ru + Wi-Fi Аэроэкспресс. При этом максимальная скидка для Аэроэкспресс – 25%

ИТОГОВЫЕ ДАННЫЕ



Рекламная кампания
< Название РА >
< Название рекламодателя >
< Название бренда >
< Название РК > (Январь - Декабрь)

Показатели рекламной кампании	
Общий бюджет по прайсу, руб.	5 550 000.00
Бюджет после скидки, руб.	3 885 000.00
СРТ со скидкой, руб.	259.00
Общее кол-во показов, тыс.	15 000

Версия прайс-листа: 26.12.2018

Площадка	Консолидированная скидка*, %	Объемная скидка на площадку*, %	Агентская скидка*, %	Скидка за годовое план-ние*, %	Итоговая скидка, %	Общий бюджет по прайсу, руб.	Бюджет после скидки, руб.	СРТ по прайсу, руб.	СРТ после скидки, руб.	Кол-во показов, тыс.	Спец. бюджет, руб.
Yandex.ru	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Auto.ru	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Imho Video Jet	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Youtube.com	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Wi-Firu	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Wi-Fi Аэроэкспресс	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
AstraOne	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
ВидеоСеть Розница	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
ВидеоСеть Спецпредложения	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Smart TV	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
IMHO Mobile Network	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
IMHO Mobile Network TopBusiness	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Digital Box	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
EdaDeal	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Rambler&Co Mobile	0.000%	0.00%	0.0%	0.0%	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
Rambler Сеть	0.000%	30.00%	0.0%	0.0%	30.00%	3 500 000.00	2 450 000.00	350.00	245.00	10 000	0
Rambler PMP	0.000%	30.00%	0.0%	0.0%	30.00%	2 050 000.00	1 435 000.00	410.00	287.00	5 000	0



Дополнение: перенос данных из предыдущей версии Считалки

1. Нажимаем на эмблему IMHO на листе «Сплит»
2. Появится диалоговое окно для выбора файла Считалки, из которой нужно перенести данные:

СЧИТАЛКА 2019

Версия прайс-листа: 26.12.2018

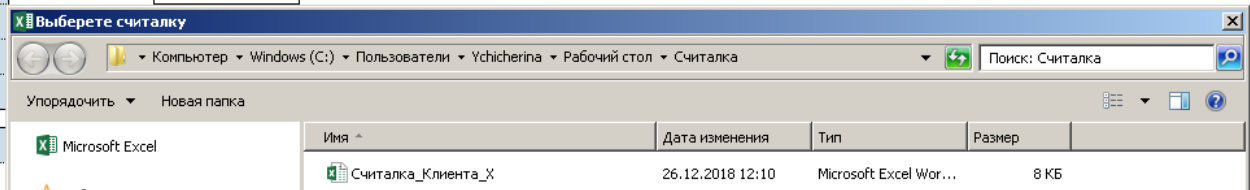
Рекламное агентство	< Название РА >
Рекламодатель	< Название рекламодателя >
Бренд	< Название бренда >
Название РК	< Название РК >
Начало РК	Январь
Окончание РК	Декабрь
Консолидированная скидка, %	
Агентская скидка, %	0.0%



Легенда

Редактировать

Распечатывается



3. Макрос переносит данные с листов СПЛИТ, Медиа-Заявка

Набор продуктов в Считалке меняется (появляются новые/ что-то удаляется), а также меняются отдельные параметры продуктов (позиция, формат, название и т.д.). Такие продукты **переносится в новую версию Считалки не будут.**

Поэтому по окончании работы макроса в excel-файле, из которого переносим данные, появится **лист с перечнем продуктов**, которые не были перенесены. Он первый в книге.

С этими продуктами придется разбираться вручную:

Дополнение: выгрузка черновика медиаплана

После заполнения листа «Медиа-Заявка» нажимаем кнопку «Сформировать отчет» и получаем новый эксель-файл с черновиком медиа-плана.

Считалка 2019

Рекламная кампания (с листа Сплит)
< Название РА >
< Название рекламодателя >
< Название бренда >
< Название РК > (Январь - Декабрь)
Сформировать отчет

Медиа-план придется немного доработать руками:

Если применяется какая-либо наценка в Считалке, то в Медиа-плане она попадает в колонку G. Считалка не знает, какую именно наценку мы применили, поэтому расписывать (разносить по колонкам с типом наценок) придется вручную.

Уточняем период размещения – в медиа-плане указывается только месяц размещения.

Г Р У П П А

НСК



РЕГИОН
МЕДИА



• +7 (495) 234-44-27

- Москва, Осенний бульвар, д. 23
- SalesGroup@imho.ru

DIGITAL SALES HOUSE

IMHO

Спасибо!