

ЭксПроф, Условия предоставления рекламного бонуса (действуют с 1 июля 2008 года)

1. Целью предоставления рекламного бонуса является стимулирование продвижения бренда EXPROF производителями ПВХ-окон на рынке частных заказов.
2. Получателями ежеквартального рекламного бонуса могут быть переработчики (производители ПВХ-окон), изготавливающие конструкции из профилей EXPROF для частных заказчиков и представляющие в рекламе своей продукции бренд оконных систем EXPROF.
3. Представление бренда EXPROF заключается в размещении в рекламных материалах переработчика аутентичного логотипа EXPROF, слогана и/или информации об ассортименте, особенностях, достоинствах и/или преимуществах окон/оконных систем EXPROF.
4. Информация, представляющая бренд EXPROF, должна отражать либо особые свойства пластика (морозостойкость, долговечность, белизна, глянец, качество), либо инженерно-технические решения и характеристики окон (внутрипрофильная приточная вентиляция, увеличенная глубина заземления стеклопакета, широта ассортимента, пятикамерные системы, широкие коробки, толстый стеклопакет и т.д.), либо преимущества, которые получают окна и их владельцы благодаря перечисленным свойствам пластика и техническим особенностям оконных систем (надежность, безопасность и долговечность эксплуатации в любом климате, нормальный воздухообмен при сохранении тепло- и шумоизоляции, отсутствие конденсата, нормальная влажность, здоровый микроклимат, сухие и теплые откосы и т.д.).
Информацию, представляющую бренд EXPROF можно также брать из рекламной полиграфии, предоставляемой переработчику компанией ЭксПроф или ее дилером и из рекламных статей, публикуемых компанией ЭксПроф в печатных СМИ. Эти материалы могут быть предоставлены переработчику по его запросу компанией ЭксПроф или ее дилером.
5. Отчетным периодом, по которому начисляется и выплачивается бонус, является календарный квартал.
За каждый квартал соискатель бонуса предоставляет отчет по своей рекламе, вышедшей только в период данного квартала. Отчет предоставляется в сроки, указанные в таблице:

Отчет за	То есть, за Период	Предоставляется в срок
Первый квартал	С 1 января по 31 марта	С 1 апреля по 30 апреля
Второй квартал	С 1 апреля по 30 июня	С 1 июля по 31 июля
Третий квартал	С 1 июля по 30 сентября	С 1 октября по 31 октября
Четвертый квартал	С 1 октября по 31 декабря	С 1 января по 10 февраля

Полностью укомплектованный отчет должен поступить не позднее в.у. сроков на адрес:
117630, г. Москва, ул. Воронцовские пруды, д. 3, подъезд 23, ООО ПентаПласт
телефон/факс: 8-499-792-84-05/06/07/08

Соискатель бонуса может отправить отчет на в.у. адрес самостоятельно либо через своего поставщика номенклатуры EXPROF (дилера компании ЭксПроф). Во избежание недоразумений в любом случае соискателю рекомендуется комплектовать свой отчет самостоятельно и информировать своего поставщика о соискании бонуса.

6. **Размер бонуса возмещает соискателю 100% расходов** за площадь и время, занятые рекламой бренда EXPROF, в пределах половины стоимости размещения рекламоносителя. Отчет соискателя должен включать следующие документы:

Вид рекламы (рекламоноситель)	Документ	Пояснения
Газетный/журнальный модуль, газетная/журнальная статья.	Акты выполненных работ (копия) по публикациям модуля/статьи в пределах отчетного квартала, с указанием изданий, номеров, дат выхода и стоимости. По одному экземпляру издания с КАЖДОЙ публикацией (выходом) данного модуля/статьи. В сумме бонуса учитывается количество фактически представленных публикаций, а не количество, указанное в актах.	Акт должен быть полностью оформлен, подписан и заверен печатями рекламного агентства и заказчика. Если в акте выделен НДС, то к акту также прилагается сч-фактура. Если наименование, № и дата выхода публикуются на каждой странице/развороте издания, достаточно приложить только страницы/развороты с рекламным модулем/статьей. Рекламный модуль/статья в обязательном порядке должен быть выделен ярким маркером или стикером. Если к отчету прикладывается целая газета/журнал, то страница с публикацией должна быть помечена закладкой либо указана на лицевой обложке/первой полосе.
Билборд, брендмауэр, перетяжка, реклама на транспорте (любая наружная реклама)	Акты выполненных работ (копия) по соответствующим услугам с указанием количеств, адресов, маршрутов, сроков размещения и стоимости услуг. Фотоотчет (полноцветное фото), адрес размещения/номер маршрута, период размещения (с даты по дату), заверенный печатью подрядчика (рекламного агентства).	Акт должен быть полностью оформлен, подписан и заверен печатями рекламного агентства и заказчика. Если в акте выделен НДС, то к акту также прилагается сч-фактура. По наружной рекламе допускается предоставление отчетов в электронном виде (скан-копии документов и фотоотчетов)

Реклама на ТВ, Радио	<p>Подписанная и заверенная печатью рекламного агентства эфирная справка, с указанием наименования/обозначения и краткого содержания ролика, длительности ролика, канала/радиостанции, дней выходов, количества показов по дням и суммарного за квартал (или помесечно).</p> <p>Акт выполненных работ (копия) по соответствующим услугам.</p> <p>Видео/аудио ролик на диске, смонтированный в рекламном блоке</p>	<p>Акт должен быть полностью оформлен, подписан и заверен печатями рекламного агентства и заказчика. Если в акте выделен НДС, то к акту также прилагается сч-фактура.</p> <p>Ролик должен быть в том виде как он смонтирован в рекламном блоке, с захватом конца предыдущего и начала следующего фрагмента. Ролик предоставляется на CD. Допускается сжатие с потерей качества, но без потерь содержимого. Допускается видеозапись с экрана ТВ в момент демонстрации ролика</p>
Если соискатель бонуса не является прямым клиентом компании ЭксПроф, то к отчету дополнительно прилагается:	Информационное письмо от соискателя с указанием всех его контактных реквизитов, а также контактных реквизитов его поставщика номенклатуры EXPROF и пояснением, если наименование соискателя не совпадает с наименованием заказчика рекламы по Акту выполненных работ и с наименованием рекламодателя на самом рекламносителе.	Информационное письмо предоставляется при первом обращении на соискание бонуса и далее в случае изменения наименования либо поставщика.

7. Сумма бонуса вычисляется отдельно для каждого рекламносителя, отличающегося по содержанию и/или размерам, согласно одному из трех алгоритмов, в зависимости того, к какому виду рекламы относится данный рекламноситель. Во всех видах модульной и наружной рекламы, публикаций в печатных СМИ учитывается площадь, занятая рекламой EXPROF в общей площади рекламносителя, в Аудиороликах – время, занятое рекламой EXPROF в общей длительности аудиоролика, в Видеороликах применен комплексный подход, учитывающий время, занятое аудиорекламой EXPROF в видеоролике, время и среднюю площадь, занятые видеорекламой EXPROF.

Подробно алгоритмы и примеры расчетов приведены в Приложении 1 к настоящим Условиям. Окончательный рекламный бонус соискателя за отчетный квартал составляет сумму бонусов, начисленных по каждому представленному в отчете рекламносителю.

8. При вычислении доли площади, занятой рекламой бренда EXPROF, учитываются:
- площадь, занимаемая аутентичным логотипом EXPROF, + площадь, занимаемая текстовой информацией, рекламирующей бренд EXPROF, + площадь, занимаемая иллюстративной информацией об ассортименте, технических особенностях и/или ноу-хау систем EXPROF.
9. В начислении рекламного бонуса НЕ учитываются:
- Любые тексты и иллюстрации в модульной, наружной и телевизионной рекламе (кроме статей) при отсутствии в ней аутентичного логотипа EXPROF.
 - Любые иллюстрации, используемые в качестве фона либо имиджевого оформления рекламного носителя, включая изображения, используемые в собственной рекламе компании ЭксПроф.
 - Иллюстрации ассортимента, технических особенностей и/или ноу-хау систем EXPROF без текстового пояснения (подписи), устанавливающего однозначную связь данной иллюстрации с брендом EXPROF
 - Фотографии в статьях, видеоряды в роликах, отображающие профили EXPROF или конструкции из профилей EXPROF в производстве, в фасадах зданий, в интерьерах и т.д. без подписи или аудиосопровождения, устанавливающих однозначную связь демонстрируемых объектов с брендом EXPROF.
 - Текстовая информация, которая ни пространственно, ни визуально, ни по буквальному содержанию не ассоциируется однозначно с брендом EXPROF.
10. Рекламные бонусы начисляются только на основании предоставленных документов в той мере, в какой предоставленные документы позволяют сделать достоверные выводы о качестве и количестве представления бренда EXPROF в рекламе соискателя, а также о фактических затратах соискателя на размещение включенных в отчет рекламных материалов.
11. Отчеты (или части отчетов) не рассматриваются и бонусы по ним не начисляются в следующих случаях:
- Если отчеты поступили на рассмотрение по истечении установленных сроков (*для исключения спорных ситуаций рекомендуется отправлять отчеты с уведомлением о вручении либо службой курьерской или экспресс-доставки*)
 - Если модули/статьи соискателя в газетах и журналах невозможно обнаружить сразу (*не отмечены маркером либо стикером, не указан номер страницы на верхнем поле обложки либо не сделана закладка на соответствующей странице*).
 - Если представленной в отчетах информации недостаточно для определения суммы бонуса за отчетный квартал (*представлены не все предусмотренные документы, в актах не выделены (не указаны) виды рекламносителей, количества, даты/периоды размещения, стоимости и т.д.*)
12. Руководствуясь вышеизложенными правилами и алгоритмом расчета, соискатель бонуса может самостоятельно рассчитать причитающуюся ему сумму бонуса и приложить расчет к своему отчету. Такой подход позволяет соискателю улучшить контроль за выходом собственной рекламы, организует его на ответственное и упорядоченное комплектование отчета, позволяет заранее оценить и регулировать сумму бонуса, снижает вероятность возникновения спорных ситуаций.

Аккуратный и упорядоченный отчет с приложенными расчетами ускоряет процесс проверки, начисления и выплаты бонуса компанией ЭксПроф.

13. Плательщиком бонуса является компания ЭксПроф. После проверки отчетов соискателей начисленная сумма бонуса утверждается руководством Компании ЭксПроф в Тюмени. Сумму утвержденного бонуса компания ЭксПроф перечисляет на счет соискателя. Основанием для выплаты является Договор о совместном брендинге между соискателем и компанией ЭксПроф, к которому прилагаются настоящие Условия. По этому договору соискатель берет на себя все задачи по размещению и оплате совместной рекламы, а компания ЭксПроф обязуется возмещать соискателю часть расходов в соответствии с настоящими Условиями.

Приложение 1

Алгоритмы расчета рекламного бонуса EXPROF

Сумма бонуса вычисляется отдельно для каждого рекламоносителя, отличающегося по содержанию и/или размерам, согласно одному из трех следующих алгоритмов, в зависимости от вида рекламы. Примеры расчетов приведены после описания алгоритмов.

Алгоритм 1: Статья, модуль, билборд, брендмауэр, перетяжка, борт транспорта, постер и т.д.	
Все значения длин и площадей, участвующие в вычислениях должны быть в любых удобных, но ОДИНАКОВЫХ единицах измерения (мм, см или м)!	
Шаг 1	<p><u>Вычислить площадь рекламоносителя (ПлРекл):</u></p> <p>Газетные модули измеряются непосредственно, фотоотчеты предварительно распечатываются и измеряются на бумаге. Площадь вычисляется умножением Высоты (В) на Ширину (Ш)</p> $ПлРекл = В \times Ш \text{ (ед}^2\text{)}$
Шаг 2	<p><u>Вычислить площадь, занятую рекламой EXPROF (ПлEXPROF):</u></p> <p>Элементы, учитываемые в качестве рекламы бренда EXPROF в составе данного рекламоносителя, заключаются в прямоугольники с минимальным запасом по периметру. Площадь каждого прямоугольника вычисляется умножением его высоты на ширину.</p> $ПлEXPROF_1 = В_1 \times Ш_1 \text{ (ед}^2\text{)}$ $ПлEXPROF = ПлEXPROF_1 + ПлEXPROF_2 + \dots \text{ (ед}^2\text{)}$
Шаг 3	<p><u>Вычислить Долю площади рекламоносителя, занятую EXPROF (ДоляEXPROF)</u></p> <p>Доля вычисляется в процентах с точностью до 1%. Площадь EXPROF делится на площадь рекламоносителя и умножается на 100.</p> $ДоляEXPROF = (ПлEXPROF / ПлРекл) \times 100 \text{ (\%)}$ <p>Если результат вычисления превышает 50%, то ДоляEXPROF приравнивается к 50% (п. 6 настоящих Условий)</p>
Шаг 4	<p><u>Определить по документам (акты, сч-фактуры, отчеты) Стоимость размещения данного рекламоносителя в границах отчетного календарного квартала (СумКварт):</u></p> <p>Если количества и периоды в Актах и Отчетных материалах (газетах, фотоотчетах и т.д.) совпадают, и периоды не выходят за пределы отчетного квартала, Стоимости размещения берутся из Актов как есть и при необходимости суммируются. В остальных случаях Стоимость размещения рассчитывается. Детали расчета зависят от полноты исходных данных в документах и периодов, закрываемых документами. В общем случае:</p> <p>Для статей и модулей: Сумма по Акту (СумАкт) делится на Количество по Акту (ШтукАкт). Полученная Стоимость одной публикации умножается на Количество публикаций, датированных отчетным кварталом (ШтукКварт), фактически представленных либо по Акту (берется меньшее).</p> $СумКварт = (СумАкт / ШтукАкт) \times ШтукКварт \text{ (руб.)}$ <p>Для наружной рекламы: Сумма по Акту (СумАкт) делится на Количество штук по Акту (ШтукАкт), затем делится на Число дней размещения по Акту (ДнейАкт). Полученная Стоимость одного рекламоносителя в день (Цена) умножается на Число дней размещения в пределах отчетного квартала (ДнейКварт) и умножается на Количество штук (ШтукКварт) по фотоотчету либо Акту (берется меньшее) .</p> $Цена = (СумАкт / ШтукАкт) / ДнейАкт$ $СумКварт = Цена \times ДнейКварт \times ШтукКварт$ <p>Если периоды размещения по актам (и/или фотоотчетам) не совпадают по всему количеству штук, то Стоимость размещения за квартал вычисляется по каждому периоду отдельно и результаты суммируются:</p> $СумКварт_1 = Цена_1 \times ДнейКварт_1 \times ШтукКварт_1$ $СумКварт = СумКварт_1 + СумКварт_2 + \dots$
Шаг 5	<p><u>Вычислить Сумму бонуса по данному рекламоносителю (СумБонусРеклА):</u></p> <p>Стоимость размещения данного рекламоносителя в границах отчетного календарного квартала (Шаг 4: СумКварт) умножается на долю площади рекламоносителя, занятую EXPROF (Шаг 3: ДоляEXPROF)</p> $СумБонусРеклА = СумКварт \times ДоляEXPROF$

Алгоритм 2: Аудиоролик

Все значения длительности, участвующие в вычислениях, должны быть в одних и тех же единицах времени - секундах!

Шаг 1	<p><u>Определить длительность Аудиоролика (ВрРол):</u></p> <p>Хронометраж отображается в любой программе воспроизведения. В крайнем случае замеряется по секундомеру.</p>
Шаг 2	<p><u>Замерить время, занятое рекламой EXPROF (ВрEXPROF):</u></p> <p>Определяются фрагменты, учитываемые в качестве рекламы бренда EXPROF в составе данного Аудиоролика, засекается длительность каждого фрагмента. Длительности всех фрагментов суммируются.</p>

	$\underline{VpEXPROF} = \underline{VpEXPROF}_1 + \underline{VpEXPROF}_2 + \dots \text{ (сек)}$
Шаг 3	<p><u>Вычислить Долю Аудиоролика, занятую EXPROF (ДоляEXPROF)</u></p> <p>Доля вычисляется в процентах с точностью до 1%. Время, занятое EXPROF, делится на Длительность Аудиоролика и умножается на 100.</p> $\underline{ДоляEXPROF} = (\underline{VpEXPROF} / \underline{VpРол}) * 100 \text{ (\%)}$ <p>Если результат вычисления превышает 50%, то <u>ДоляEXPROF</u> приравнивается к 50% (п. 6 настоящих Условий)</p>
Шаг 4	<p><u>Определить по документам (акты, сч-фактуры, эфирные справки) Стоимость размещения данного Аудиоролика в границах отчетного календарного квартала (СумКварт):</u></p> <p>Если количества и периоды в Актах и Эфирных справках совпадают, и периоды не выходят за пределы отчетного квартала, Стоимости размещения берутся из Актов как есть и при необходимости суммируются. В остальных случаях Стоимость размещения рассчитывается. Детали расчета зависят от полноты исходных данных в документах и периодов, закрываемых документами. В общем случае:</p> <p>Сумма по Акту (СумАкт) делится на Количество по Акту (РазАкт). Полученная Стоимость одного выхода умножается на Количество выходов согласно Эфирной справке либо Акту (берется меньшее) в границах отчетного квартала (РазКварт).</p> $\underline{СумКварт} = (\underline{СумАкт} / \underline{РазАкт}) * \underline{РазКварт} \text{ (руб.)}$ <p>Если ролик размещался на нескольких радиостанциях и стоимости по каждой радиостанции в документах разделены, то Стоимость размещения за квартал вычисляется по каждой радиостанции отдельно и результаты суммируются.</p>
Шаг 5	<p><u>Вычислить Сумму бонуса по данному Аудиоролику (СумБонусРолика):</u></p> <p>Стоимость размещения данного Аудиоролика в границах отчетного календарного квартала (Шаг 4: <u>СумКварт</u>) умножается на долю времени, занятую EXPROF (Шаг 3: <u>ДоляEXPROF</u>)</p> $\underline{СумБонусРолика} = \underline{СумКварт} * \underline{ДоляEXPROF} \text{ (руб)}$

Алгоритм 3: Видеоролик

Все значения длин и площадей, участвующие в вычислениях должны быть в любых удобных, но **ОДИНАКОВЫХ** единицах измерения (мм, см или м)!
 Все значения длительности, участвующие в вычислениях, должны быть в одних и тех же единицах времени - секундах!

Шаг 1	<p><u>Определить длительность Видеоролика (VpРол):</u></p> <p>Хронометраж отображается в любой программе воспроизведения. В крайнем случае замеряется по секундомеру.</p>
Шаг 2	<p><u>Замерить время, занятое АУДИОрекламой EXPROF (АудиоVpEXPROF):</u></p> <p>Определяются АУДИОфрагменты, учитываемые в качестве рекламы бренда EXPROF в составе данного Видеоролика, засекается длительность каждого АУДИОфрагмента. Длительности всех АУДИОфрагментов суммируются.</p> $\underline{АудиоVpEXPROF} = \underline{АудиоVpEXPROF}_1 + \underline{АудиоVpEXPROF}_2 + \dots \text{ (сек)}$
Шаг 3	<p><u>Вычислить Долю Видеоролика, занятую АУДИОрекламой EXPROF (АудиоДоляEXPROF)</u></p> <p>Доля вычисляется в процентах с точностью до 1%. Время, занятое EXPROF, делится на Длительность Аудиоролика и умножается на 100.</p> $\underline{АудиоДоляEXPROF} = (\underline{АудиоVpEXPROF} / \underline{VpРол}) * 100 \text{ (\%)}$ <p>Если результат вычисления превышает 50%, то <u>АудиоДоляEXPROF</u> приравнивается к 50% (п. 6 настоящих Условий)</p>
Шаг 4	<p><u>Замерить время фрагмента N, занятое ВИДЕОрекламой EXPROF (ВидеоVpEXPROF_N) и вычислить его долю во времени Видеоролика (ДоляВидеоVpEXPROF_N):</u></p> <p>Определяется очередной (по порядку) ВИДЕОфрагмент, включающий изображения, учитываемые в качестве рекламы бренда EXPROF, засекается длительность этого ВИДЕОфрагмента, вычисляется его доля в длительности ролика – длительность фрагмента делится на длительность всего ролика:</p> $\underline{ДоляВидеоVpEXPROF}_N = \underline{ВидеоVpEXPROF}_N / \underline{VpРол}$
Шаг 5	<p><u>Вычислить среднюю площадь фрагмента N, занятую ВИДЕОрекламой EXPROF (ВидеоПлEXPROF_N):</u></p> <p>Внутри фрагмента определяются 2 кадра с максимальной и минимальной площадью рекламы EXPROF. Вычисляются площади EXPROF в каждом кадре и вычисляется среднее арифметическое между ними.</p> $\underline{ВидеоПлEXPROF}_N = (\underline{ВидеоПлEXPROF}_N^{max} + \underline{ВидеоПлEXPROF}_N^{min}) / 2 \text{ (ед}^2\text{)}$ <p>Замеры можно производить либо на экране компьютера (приблизительно), либо для большего удобства и точности распечатать кадры на бумагу</p>
Шаг 6	<p><u>Вычислить Долю площади EXPROF во фрагменте N: (ДоляВидеоПлEXPROF_N)</u></p> <p>Средняя площадь текущего фрагмента делится на площадь всего видеоизображения:</p> $\underline{ДоляВидеоПлEXPROF}_N = \underline{ВидеоПлEXPROF}_N / \underline{ПлРол}$

Шаг 7	<p><u>Вычислить Долю Видеоролика, занятую ВИДЕОрекламой EXPROF во фрагменте N (ВидеоДоляEXPROF_N):</u></p> <p>Доля вычисляется в процентах с точностью до 1%. Доля длительности текущего фрагмента с ВИДЕОрекламой EXPROF умножается на Долю площади EXPROF во фрагменте и умножается на 100.</p> $\text{ВидеоДоляEXPROF}_N = \text{ДоляВидеоВрEXPROF}_N * \text{ДоляВидеоПлEXPROF}_N * 100 (\%)$
Шаг 8	<p><u>Повторить шаги вычислений с 4 по 7 для следующего по порядку фрагмента N+1, содержащего ВИДЕОрекламу EXPROF. Вычислить сумму Долей Видеоролика, занятых ВИДЕОрекламой EXPROF во всех таких фрагментах (ВидеоДоляEXPROF)</u></p> <p>После вычисления ВидеоДоли последнего фрагмента, ВидеоДоли всех фрагментов суммируются:</p> $\text{ВидеоДоляEXPROF} = \text{ВидеоДоляEXPROF}_1 + \text{ВидеоДоляEXPROF}_2 + \dots (\%)$ <p>Если результат вычисления превышает 50%, то <i>ВидеоДоляEXPROF</i> приравнивается к 50% (п. 6 настоящих Условий)</p>
Шаг 9	<p><u>Определить по документам (акты, сч-фактуры, эфирные справки) Стоимость размещения данного Видеоролика в границах отчетного календарного квартала (СумКварт):</u></p> <p>Если количества и периоды в Актах и Эфирных справках совпадают, и периоды не выходят за пределы отчетного квартала, Стоимости размещения берутся из Актов как есть и при необходимости суммируются. В остальных случаях Стоимость размещения рассчитывается. Детали расчета зависят от полноты исходных данных в документах и периодов, закрываемых документами. В общем случае:</p> <p>Сумма по Акту (СумАкт) делится на Количество по Акту (РазАкт). Полученная Стоимость одного выхода умножается на Количество выходов согласно Эфирной справке либо Акту (берется меньшее) в границах отчетного квартала (РазКварт).</p> $\text{СумКварт} = (\text{СумАкт} / \text{РазАкт}) * \text{РазКварт} (\text{руб.})$ <p>Если ролик размещался на нескольких каналах и стоимости по каждому каналу в документах разделены, то Стоимость размещения за квартал вычисляется по каждому каналу отдельно и результаты суммируются.</p>
Шаг 10	<p><u>Вычислить Сумму бонуса по АУДИОчасти данного Видеоролика (АудиоБонусРоликБ):</u></p> <p>Стоимость размещения аудиорекламы в среднем в 5-10 раз дешевле, чем такой же по длительности видеорекламы. Поэтому стоимость АУДИОчасти Видеоролика принимается равной 30% общей стоимости. Отсюда для вычисления бонуса Стоимость данного Видеоролика в границах отчетного календарного квартала (Шаг 9: СумКварт) умножается на 30% и умножается на долю времени, занятую Аудиорекламой EXPROF (Шаг 3: АудиоДоляEXPROF)</p> $\text{АудиоБонусРоликБ} = (\text{СумКварт} * 30\%) * \text{АудиоДоляEXPROF} (\text{руб.})$
Шаг 11	<p><u>Вычислить Сумму бонуса по ВИДЕОчасти данного Видеоролика (ВидеоБонусРоликБ):</u></p> <p>Стоимость данного Видеоролика в границах отчетного календарного квартала (Шаг 9: СумКварт) умножается на 70% и умножается на долю времени, занятую ВИДЕОрекламой EXPROF (Шаг 8: ВидеоДоляEXPROF)</p> $\text{ВидеоБонусРоликБ} = (\text{СумКварт} * 70\%) * \text{ВидеоДоляEXPROF} (\text{руб.})$
Шаг 12	<p><u>Вычислить Сумму бонуса данному Видеоролику (СумБонусРоликБ):</u></p> <p>АудиоБонус (Шаг 10) и ВидеоБонус (Шаг 11), начисленные по данному ролику, суммируются:</p> $\text{СумБонусРоликБ} = \text{АудиоБонусРоликБ} + \text{ВидеоБонусРоликБ} (\text{руб.})$

Примеры расчета рекламного бонуса EXPROF

Пример 1: Рассчитать бонус за билборд 3х6 м за 3-й квартал. Фотоотчеты представлены по четырем билбордам. Содержание идентичное. В левом верхнем углу логотип EXPROF размерами 50 см на 110 см, в правом верхнем углу логотип другого бренда профильных систем. Посередине между ними фраза <УМНЫЕ ОКНА с климат контролем> размером 40 см х 3 м, ниже слева картинка парочки на диване перед окном-телевизором 2м х 3м, правее блок фраз <Окна EXPROF AeroTherma: -широкая коробка 101 мм; -приточная вентиляция; Эти окна не плачут!> в четыре строки общими размерами 1,4 х 1,5м. Остальное логотип, слоган и контакты рекламодателя (соискателя бонуса).

Приводим все размеры к единой единице измерения – метрам. (При работе с фотоотчетом используем фактически замеренные линейкой размеры в см или мм – переводить их в исходные размеры оригинала не требуется)

Шаг 1	<p><u>Вычислить площадь билборда (ПлРекл):</u></p> $\text{ПлРекл} = 3 \times 6 = 18 (\text{м}^2)$
Шаг 2	<p><u>Вычислить площадь, занятую рекламой EXPROF (ПлEXPROF):</u></p> <p>Учитываем площади, занятые:</p> <p>логотип EXPROF = 0,5 * 1,1 = 0,55 (м²)</p> <p>“Окна EXPROF AeroTherma: -широкая коробка 101 мм; -приточная вентиляция; Эти окна не плачут!” = 1,4 * 1,5 = 2,1 (м²)</p> <p>Слоган «УМНЫЕ ОКНА с климат-контролем» не учитываем, так как по его расположению неясно, относится ли он к логотипу EXPROF или к логотипу чужого бренда профильных систем (п. 9)</p>

	<p>Картинку парочки не учитываем, так как она представляет собой имиджевый фоновый элемент оформления (п. 9)</p> $ПлEXPROF = 0,55 + 2,1 = 2,65 (м^2)$
Шаг 3	<p><u>Вычислить Долю площади рекламоносителя, занятую EXPROF (ДоляEXPROF)</u></p> $ДоляEXPROF = (2,65 / 18) * 100 = 0,147 = 15 (\%)$
Шаг 4	<p><u>Определить по документам (акты, сч-фактуры, отчеты) Стоимость размещения данного рекламоносителя в границах отчетного календарного квартала (СумКварт):</u></p> <p>Сумма по Акту (СумАкт) = 200 000 руб. Количество штук по Акту (ШтукАкт) = 5. Размещение по акту (всех пяти) с 15.06.2008 по 15.09.2008 (три месяца). Число дней размещения по Акту (ДнейАкт) = 92 дня.</p> <p>Число дней размещения в пределах отчетного квартала (ДнейКварт) = 15.09.2008 – 30.06.2008 = 77 дней</p> <p>Количество штук (ШтукКварт) = 4 (по фотоотчету меньше, чем по акту Акту (берется меньшее)) .</p> $Цена = (200\ 000 / 5) / 92 = 434,78 \text{ руб}$ $СумКварт = 434,78 * 77 * 4 = 133\ 912,24 \text{ руб.}$
Шаг 5	<p><u>Вычислить Сумму бонуса по данному рекламоносителю (СумБонусРекла):</u></p> $СумБонусБилборд = СумКварт * ДоляEXPROF = 133\ 912,24 * 15\% = 20\ 086,84 \text{ руб.}$

Пример 2: Рассчитать бонус за 3-й квартал по 30-секундному аудиоролику. Эфирные справки представлены на 100 выходов в июле, 250 в августе и 200 в сентябре по Европе-Плюс и 150 выходов в августе по АвтоРадио. В составе ролика две фразы: <... из профилей EXPROF и XXX> и <...а окна системы EXPROF AeroTherma защищают откосы и препятствуют выпадению конденсата. Разработанная и запатентованная инженерами ЭксПроф внутрпрофильная система доступа воздуха улучшает воздухообмен и снижает влажность, сохраняя тепло и тишину.>

Все фрагменты ролика замеряем в секундах

Шаг 1	<p><u>Определить длительность Аудиоролика (ВрРол):</u></p> $ВрРол = 30 \text{ сек.}$
Шаг 2	<p><u>Замерить время, занятое рекламой EXPROF (ВрEXPROF):</u></p> <p>В первой фразе замеряем только длительность произнесения слова EXPROF, так как остальная часть однозначно к EXPROF не относится (п. 9). Вторую фразу замеряем целиком:</p> $ВрEXPROF = 1 \text{ сек} + 15 \text{ сек} = 16 (\text{сек})$
Шаг 3	<p><u>Вычислить Долю Аудиоролика, занятую EXPROF (ДоляEXPROF)</u></p> <p>Доля вычисляется в процентах с точностью до 1%.</p> $ДоляEXPROF = (ВрEXPROF / ВрРол) * 100 = (16 / 30) * 100 = 53,34 = 53 (\%)$ <p>Так как результат вычислений составил 53%, то есть более 50%, принимаем максимально допустимое значение 50%:</p> $ДоляEXPROF = 50 (\%)$
Шаг 4	<p><u>Определить по документам (акты, сч-фактуры, эфирные справки) Стоимость размещения данного Аудиоролика в границах отчетного календарного квартала (СумКварт):</u></p> <p>Количество по Акту (РазАкт) указано отдельно по Европе Плюс = 600 раз за период с 1 июля по 15 октября, по Авторадио = 150 раз за период с 25 июля по 25 августа. За пределы отчетного квартала в Акте выходит только период по Европе Плюс.</p> <p>Сумма по Акту указана общая по Европе Плюс и Авторадио без разделения (СумАкт) = 150 000 руб. Поэтому Стоимость одного выхода отдельно по Европе Плюс определить невозможно.</p> <p>Вычисляем Стоимость одного выхода по обеим радиостанциям = $СумАкт / РазАкт = 150\ 000 / (600 + 150) = 200,00 (\text{руб.})$</p> <p>Количество выходов в пределах отчетного квартала согласно Эфирной справке = 550, Количество выходов в пределах отчетного квартала по акту точно установить невозможно, поэтому берем информацию из Эфирной справки: $РазКварт = 550 + 150 = 700 \text{ выходов}$</p> $СумКварт = 200,00 * РазКварт = 200,00 * 700 = 140\ 000 \text{ руб.}$
Шаг 5	<p><u>Вычислить Сумму бонуса по данному Аудиоролику (СумБонусРолика):</u></p> $СумБонусРолика = СумКварт * ДоляEXPROF = 140\ 000,00 * 50\% = 70\ 000,00 (\text{руб})$

<p>Пример 3: Рассчитать сумму бонуса за 3 квартал по 15-секундному Видеоролику. В середине ролика идет видеоряд, показывающий обработку профилей в цехе. Видна синяя пленка, можно догадаться, что это профили EXPROF, но в звуковом сопровождении EXPROF не упоминается. Ближе к концу ролика озвучена диктором фраза <EXPROF – проверено Сибирью!> Через несколько секунд после начала ролика в левом нижнем углу экрана появляется логотип EXPROF, который остается на экране до конца ролика.</p> <p><i>Все фрагменты, участвующие в вычислениях, замеряем в секундах. Все линейные размеры замеряем в сантиметрах</i></p>	
Шаг 1	<p><u>Определить длительность Видеоролика (ВрРол):</u></p> <p>$ВрРол = 15 \text{ сек.}$</p>
Шаг 2	<p><u>Замерить время, занятое АУДИОрекламой EXPROF (АудиоВрEXPROF):</u></p> <p>АУДИОфрагмент, учитываемые в качестве рекламы бренда EXPROF, в ролике один. Замеряем длительность:</p> <p>$АудиоВрEXPROF = АудиоВрEXPROF_1 = 2 \text{ (сек)}$</p>
Шаг 3	<p><u>Вычислить Долю Видеоролика, занятую АУДИОрекламой EXPROF (АудиоДоляEXPROF)</u></p> <p>Доля вычисляется в процентах с точностью до 1%.</p> <p>$АудиоДоляEXPROF = (АудиоВрEXPROF / ВрРол) * 100 (\%) = (2 / 15) * 100 = 13,33 = 13 (\%)$</p>
Шаг 4	<p><u>Замерить время фрагмента N, занятое ВИДЕОрекламой EXPROF (ВидеоВрEXPROF_N) и вычислить его долю во времени Видеоролика (ДоляВидеоВрEXPROF_N):</u></p> <p>Первый фрагмент (видеоряд с профилями) не учитываем, так как неподготовленный зритель не обязательно поймет, что это профили именно EXPROF, и явного указания на EXPROF нет ни в закадровом комментарии, ни в субтитрах (п. 9)</p> <p>Второй фрагмент (логотип) с начала до конца показа логотипа длится 10 секунд:</p> <p>$ДоляВидеоВрEXPROF_2 = ВидеоВрEXPROF_N / ВрРол = 10 / 15 = 0,667$</p>
Шаг 5	<p><u>Вычислить среднюю площадь фрагмента N, занятую ВИДЕОрекламой EXPROF (ВидеоПлEXPROF₂):</u></p> <p>В данном случае площадь EXPROF не меняется, поэтому среднюю площадь вычислять не надо, то есть берется фактическая площадь логотипа.</p> <p>$ВидеоПлEXPROF_2 = 9 \text{ см} \times 4 \text{ см} = 36 \text{ (см}^2\text{)}$</p>
Шаг 6	<p><u>Вычислить Долю площади EXPROF во фрагменте 2: (ДоляВидеоПлEXPROF₂)</u></p> <p>Площадь экрана составила $33 \text{ см} \times 26 \text{ см} = 858 \text{ см}^2$:</p> <p>$ДоляВидеоПлEXPROF_2 = ВидеоПлEXPROF_2 / ПлРол = 36 / 858 = 0,042$</p>
Шаг 7	<p><u>Вычислить Долю Видеоролика, занятую ВИДЕОрекламой EXPROF во фрагменте 2 (ВидеоДоляEXPROF₂)</u></p> <p>$ВидеоДоляEXPROF_2 = 0,667 * 0,042 * 100 = 2,8\% = 3 (\%)$</p>
Шаг 8	<p><u>Повторить шаги вычислений с 4 по 7 для следующего по порядку фрагмента N+1, содержащего ВИДЕОрекламу EXPROF. Вычислить сумму Долей Видеоролика, занятых ВИДЕОрекламой EXPROF во всех таких фрагментах (ВидеоДоляEXPROF)</u></p> <p>В данном ролике подлежит учету только один этот видеофрагмент. Поэтому возвращаться к шагу 4 для расчета следующего фрагмента не нужно. Доля всей видеорекламы EXPROF равна доле видеорекламы EXPROF в одном фрагменте:</p> <p>$ВидеоДоляEXPROF = ВидеоДоляEXPROF_2 = 3 (\%)$</p>
Шаг 9	<p><u>Определить по документам (акты, сч-фактуры, эфирные справки) Стоимость размещения данного Видеоролика в границах отчетного календарного квартала (СумКварт):</u></p> <p>Количества и периоды в Актах и Эфирных справках совпадают и не выходят за пределы отчетного квартала. Стоимость берем из Акта как есть:</p> <p>$СумКварт = СумАкт = 1\,000\,000 \text{ (руб.)}$</p>
Шаг 10	<p><u>Вычислить Сумму бонуса по АУДИОчасти данного Видеоролика (АудиоБонусРоликБ):</u></p> <p>Стоимость размещения аудиорекламы принимается равной 30% общей стоимости в границах отчетного квартала.</p> <p>$АудиоБонусРоликБ = (1\,000\,000 * 30\%) * 13\% = 39\,000 \text{ (руб.)}$</p>
Шаг 11	<p><u>Вычислить Сумму бонуса по ВИДЕОчасти данного Видеоролика (ВидеоБонусРоликБ):</u></p> <p>$ВидеоБонусРоликБ = (1\,000\,000 * 70\%) * 3\% = 21\,000 \text{ (руб.)}$</p>
Шаг 12	<p><u>Вычислить Сумму бонуса данному Видеоролику (СумБонусРоликБ):</u></p> <p>$СумБонусРоликБ = АудиоБонусРоликБ + ВидеоБонусРоликБ = 39\,000 + 21\,000 = 60\,000 \text{ (руб.)}$</p>