

Všeobecné smluvní podmínky pro realizaci garantovaných kampaní

Media Master, s.r.o. rozšiřuje Všeobecné smluvní podmínky o tato ustanovení, která se vztahují na objednávky realizované v režimu garancí GRP (kumulované sledovanosti reklamních spotů).

Podmínky pro přijímání objednávek, realizaci zakázky a cenové podmínky

1. Písemná objednávka objednatele musí obsahovat požadovaný počet GRP pro každou stopáž, finanční rozpočet na kampaň, specifikaci stopáží a časování kampaně.
2. Na základě uzavřené celoroční smlouvy nebo na základě závazku klienta splnit příslušné obraty v deklarované výši bude stanovena Cena za GRP. Tato cena může být modifikována v případě neplnění podmínek celoroční smlouvy na základě pravidel uvedených v příslušné smlouvě nebo navýšena při nesplnění podmínek realizace kampaně při individuální ad hoc dohodě.
3. Případné přírázky za pozice v bloku, druhý díl reklamního spotu, prezentaci produktu jiného zadavatele...atd. se stanovují z ceníkové ceny příslušného spotu a tato cena se připočítává k ceně zakázky.
4. Objednavatel naplánuje svoji kampaň v součinnosti s odpovědným oddělením Media Master, s.r.o. do libovolných disponibilních časů. Media Master, s.r.o. si vyhrazuje právo odmítnout garanci GRP v případě umístění kampaně do reklamního bloku, který je určen pro specifickou cílovou skupinu (sportovní pořady, dětské pořady apod.) nebo které se prodávají za speciální cenu.
5. V průběhu kampaně má Media Master, s.r.o. právo přidávat, ubírat či měnit plánované nasazení spotů ve spolupráci s objednavatelem tak, aby kampaň dosáhla požadovaného množství GRPs. Objednavatel má právo při plánování kampaně po dohodě s Media Master, s.r.o. označit 20% spotů jako klíčové a tyto spoty nebudou v průběhu kampaně odebrány ani přesunuty do jiných reklamních bloků.
6. V případě, že si objednavatel trvá na garanci množství GRPs, které je o více jak 5% nižší, než množství GRPs odhadované Media Master, s.r.o., je objednavatel v případě přeplnění kampaně povinen uhradit skutečně dodané množství GRPs.
7. Minimální trvání garantované kampaně je jeden měsíc a požadované celkové množství GRPs bude dodáno v průběhu předemného měsíce trvání kampaně. V případě požadavku objednatele na trvání kampaně kratší dobu než 14 dní, má Media Master, s.r.o. právo odmítnout garanci GRPs. Kampaň bude realizována dle blokového ceníku.
8. Kampaň je považována za splněnou:
 - a) je-li kontrahované množství GRPs menší než 50 a skutečně dodané množství GRPs s odchylkou do 10%,
 - b) je-li kontrahované množství GRPs větší než či rovno 50 a menší než 100 a skutečně dodané množství GRPs s odchylkou do 5%,
 - c) je-li kontrahované množství GRPs větší než či rovno 100 a skutečně dodané množství GRPs s odchylkou do 3%.
9. V případě, že kampaň není považována za splněnou dle bodu 8., dochází v rámci jednotlivého klienta k zápočtu s předcházejícími přeplněnými či nesplněnými kampaněmi daného kalendářního roku. Pokud skutečně celkové dodané množství GRPs je za předcházející období nižší než kontrahované (v přepočtu na základní stopáž 30" s odpovídajícími stopážovými koeficienty), může být případně nesplnění GRPs ze strany Media Master, s.r.o. vyrovnáno ekvivalentním počtem GRPs v následujících měsících kalendářního roku, případně dle dispozic klienta, formou spotů se 100% slevou. Media Master, s.r.o. za předpokladu nesplnění kampaní o více než 10 % požadovaného množství GRPs akceptuje požadavky na účtování reálně dodaných GRPs

Vydáno v Praze 1. 1. 2010 s platností od 1. 1. 2010