

Прайс-лист на размещение рекламных материалов по GRP в эфире т/к "КТК"

Данный прайс-лист действителен для рекламных договоров 2021 года, которые будут заключены с 16 февраля 2021 года

Цены указаны в тенге без учета НДС (ставка НДС - согласно действующего законодательства РК)

Стоимость указана за 1 GRP для спота хронометражем 30 секунд на аудиторию 18+ kazakhstan urban NET ppm panel TNS Gallup Media



1. Таблица базовых стоимостей по типу размещения

Тип размещения	Расчетная единица	NET Стоимость, KZT	Прайм-коэффициент (с 18:00 до 24:00)
фиксированный	1 GRP	226 500	1,25
плавающий	1 GRP	191 400	1,25

При размещении в алматинских блоках к базовой стоимости применяется коэффициент 0,5

2. Таблица сезонных коэффициентов

Месяц	Размер скидки / надбавки	Месяц	Размер скидки / надбавки
январь	-10%	июль	0%
февраль	-10%	август	0%
март	+10%	сентябрь	+15%
апрель	+10%	октябрь	+20%
май	+10%	ноябрь	+20%
июнь	0%	декабрь	+15%

3. Система скидок (скидки рассчитываются последовательным вычитанием)

3.1. Объемная скидка за бюджет рекламодателя (www.calculator.tvmedia.kz)

на NET Бюджет, KZT	Размер скидки	на NET Бюджет, KZT	Размер скидки
от		от	
4 400 000	-1,0%	93 800 000	-41,5%
5 300 000	-3,5%	113 300 000	-44,0%
6 400 000	-6,0%	142 100 000	-47,0%
8 100 000	-9,0%	171 600 000	-49,5%
10 500 000	-12,5%	199 600 000	-51,5%
14 200 000	-16,5%	207 300 000	-52,0%
17 800 000	-19,5%	270 000 000	-55,5%
21 500 000	-22,0%	302 400 000	-57,0%
26 000 000	-24,5%	338 700 000	-58,5%
29 100 000	-26,0%	365 200 000	-59,5%
35 100 000	-28,5%	409 000 000	-61,0%
40 900 000	-30,5%	441 100 000	-62,0%
45 800 000	-32,0%	475 700 000	-63,0%
57 400 000	-35,0%	513 100 000	-64,0%
69 300 000	-37,5%	532 800 000	-64,5%

3.2. Скидка за предоплату

Тип предоплаты	Период	Размер скидки
поквартильная	1 транш при 3-4 мес	-7%
полугодовая	1 транш при 5-6 мес	-15%
годовая	1 транш при 10-ти мес и больше	-20%

3.3. Скидка для рекламодателя, ранее не размещавшегося на т/к (за "нового клиента") - 5%. Скидка действительна на период действия контракта.

3.4. Агентская комиссия предоставляется:

в размере 15% компаниям-членам Центрально-Азиатской Рекламной Ассоциации;

в размере 12% другим компаниям.

3.5. Скидка за медиа-сплит варьируется от -1% до -17% (www.calculator.tvmedia.kz).

4. Система надбавок (применяется к стоимости 1 GRP)

4.1. Система надбавок для фиксированного и плавающего типов размещения

размер надбавки за отсутствие конкурентов в блоке + 15%

размер надбавки за гарантированное размещение двух рекламных роликов одного бренда в одном блоке + 10%

размер надбавки за упоминание в ролике о втором рекламодателе ("двойное брендрование") + 50%

размер надбавки за продажу рекламных возможностей телеканала на аудиторию, отличную от 18+ (TRP), + 15%

4.2. Система надбавок для фиксированного типа размещения

размер надбавки за позиционирование спота первым и/или последним в рекламном блоке + 10%

размер надбавки за позиционирование в блоке со второго до предпоследнего места + 5%

4.3. Система надбавок для плавающего типа размещения

размер надбавки за позиционирование спота первым и/или последним в рекламном блоке + 20%

размер надбавки за позиционирование в блоке со второго до предпоследнего места + 10%

5. Примечания:

5.1. Величина объемной скидки за бюджет рекламодателя рассчитывается арифметически путем округления до сотых при формировании заявки

в TV Media Calculator (www.calculator.tvmedia.kz).

5.2. Зачет стоимости фиксированного и плавающего типов размещения за отчетный период производится на основе прогнозных или фактических рейтингов

блоков. Выбор типа договора с закрытием по фактическим данным возможен лишь при 3-х месячном и более периоде размещения.

5.3. В случае выбора расчета по прогнозным рейтингам зачет стоимости размещения осуществляется с погрешностью в 15%.

5.4. Зачет стоимости размещения только по прогнозным рейтингам блоков осуществляется (1) только на кампании длительностью менее 3 недель, (2) при сроке действия договора менее трех месяцев, (3) в последний месяц размещения.

5.5. В случае, если хронометраж рекламного ролика не кратен 5 секундам, то расчет стоимости рекламной кампании будет производиться на основе хронометража ролика, округленного в большую сторону до числа, кратного пяти.

5.6. При расчете фактических рейтингов, значения в интервале 0 - 0.1% принимаются равными 0.1%.

5.7. Телеканал оставляет за собой право скорректировать заявленный объем бюджета на размещение в prime-time (с 18:00 до 24:00 часов).

5.8. Размер и возможность предоставления дополнительной скидки является исключительным правом SALES HOUSE.

