

به نام خدا

ضوابط و مقررات پذیرش و پخش تبلیغات ویدئویی در وب سایت

(نسخه : ۱,۱)



طراح و مجری: آژانس تبلیغاتی صباویژن

(مالک و مجری انحصاری تبلیغات در وب سایت آپارات)



بزرگ ترین آژانس تبلیغات آنلاین کشور

تاریخ تنظیم: خرداد ۱۳۹۶

۱- تعاریف

۱-۱- تبلیغات ویدئویی آنلاین – Online Video Advertising

هنگامی که یک مخاطب بر روی ویدئوی مدنظر خود در آپارات کلیک می کند، یک تیزر تبلیغاتی (۱۵ تا ۳۰ ثانیه) قبل از پخش ویدئوی اصلی نمایش داده می شود که دیدن ۵ ثانیه اول آن اجباری است و از ثانیه ۵ به بعد مخاطب می تواند ویدئو را رد (skip) نماید.

۱-۲- پخش تضمینی ویدئو – TrueView

در این نوع تبلیغ، برند تنها زمانی هزینه پرداخت می کند که درصد قابل توجهی از ویدئو دیده شود و به اصطلاح، پیام تبلیغ مخابره شده باشد. برای مثال در حالت استاندارد پخش تضمینی، یک تیزر ۱۵ ثانیه ای قبل از ویدئوی اصلی نمایش داده می شود که مخاطب حتما ۵ ثانیه اول آن را مشاهده می کند. از ثانیه ۵ به بعد امکان رد کردن تبلیغ وجود دارد و تنها در صورتی که ۸۰٪ ویدئو یعنی ۱۲ ثانیه از آن دیده شود، هزینه یک بازدید برای برند محاسبه می گردد. مزایای اصلی این مدل از تبلیغ عبارتند از:

- اگر مخاطب جزو جامعه هدف تبلیغ نباشد، به راحتی تبلیغ را رد می کند و بودجه هرز نمی رود
- برند زمانی بابت پخش تبلیغ پول پرداخت می نماید که مشتری با تمایل شخصی خود و از روی علاقه تبلیغ را تقریباً تا انتها تماشا می کند و این یعنی عدم نمایش اجباری به مخاطبان
- اگر یک مخاطب هدف یکبار تبلیغ را دیده باشد، برای بار دوم تبلیغ را رد می کند و بنابراین برند هزینه مازادی را جهت نمایش پیام خود به یک مخاطب تکراری پرداخت نمی کند
- با توجه به قابلیت کلیک بر روی لینک روی ویدئو، می توان به صورت آنی، برداشت مورد نظر از تبلیغ را به انجام رساند و تمایل و علاقه مشتری می تواند سریعاً به اقدام تبدیل شود.

۱-۳- بوست (افزایش بازدید) ویدئو – Video Boost

سیستم پخش تضمینی ویدئو برای ویدئوهای کمتر از ۳۰ ثانیه می باشد. ویدئوهایی که بیش از ۳۰ ثانیه باشند می توانند با کمک تکنولوژی افزایش بازدید آپارات (Boost)، بازدید دریافت نمایند. این کار از طریق قرار گرفتن ویدئوی مدنظر برند در صفحه اصلی آپارات، بخش پر بازدیدترین ها و همچنین پیشنهادات ویژه انجام خواهد شد. برای مثال برند می تواند برای یک ویدئوی خود ۱۰۰ هزار نمایش تقاضا کند و این تعداد بسته به جذابیت عنوان و محتوای ویدئو، در چند ساعت تا چند روز محقق خواهد شد. لازم به ذکر است در این حالت امکان قراردادن لینک قابل کلیک بر روی ویدئو و همچنین صفحه اقدام با قابلیت کلیک در انتهای ویدئو وجود دارد.

۱-۴- دسته بندی های آپارات – Aparat Categories

برند می تواند ویدئوی خود را در حالت عمومی و بر روی تمام ویدئوها پخش نماید و یا یکی از دسته بندی های موجود در آپارات (ورزشی، خبری، بانوان، سلامت، کودک، تکنولوژی و ...) را انتخاب نماید. البته پخش در یک دسته بندی خاص هزینه بیشتری داشته و زمان طولانی تری را جهت مصرف بودجه تبلیغاتی نیاز دارد.

۱-۵- پنل مدیریت – Admin Panel

به هر برند یک داشبورد مدیریتی اختصاص داده می شود تا بتواند به صورت لحظه ای وضعیت تبلیغات و بودجه خود را مشاهده نماید. موارد زیر در پنل قابل مشاهده می باشند:

- تعریف چندین کمپین و مشاهده آمار هر کدام به صورت جداگانه
- مشاهده تعداد نمایش ویدئو: تعداد دفعاتی که ویدئوی منتخب پخش شده است
- مشاهده تعداد نمایش کامل ویدئو: تعداد دفعاتی که ویدئوی منتخب تا ثانیه مورد نظر پخش شده است
- مشاهده تعداد کلیک بر روی لینک: تعداد کلیک هایی که بر روی لینک ویدئو صورت پذیرفته است
- مشاهده آی پی ها: مشاهده آی پی های منحصر به فردی که ویدئو را تماشا کرده اند با نمایش تاریخ و ساعت

۱-۶- کنترل و نظارت بر کمپین

برند می تواند از طریق ورود به پنل مدیریتی خود در هر لحظه نمایش های انجام شده را چک نماید. با توجه به این که آی پی افرادی که ویدئو را تماشا کرده اند با جزئیات کامل (آی پی، تاریخ و زمان) نمایش داده می شود، برند می تواند با کمک یک یا چند سیستم متعلق به خود (کامپیوتر/موبایل/لپ تاپ)، پخش تبلیغ را به راحتی صحنه سنجی نماید.

۱-۷- شرکت همکار/مشاور

آژانس های تبلیغاتی و یا مشاوران سازمانی می توانند از طریق آژانس صباویژن (مالک و مجری انحصاری تبلیغات آپارات)، اقدام به ثبت نام در سامانه پذیرش تبلیغ در آپارات نمایند و یک پنل مدیریتی جهت کنترل کمپین های تمامی مشتریان خود دریافت نمایند.

۲- نحوه انعقاد قرارداد

مشتریان حتما باید از طریق یک آژانس تبلیغاتی و یا مشاور اقدام به خرید تبلیغات در آپارات نمایند. در این حالت یک قرارداد سه جانبه بین آژانس/مشاور، مشتری و صباویژن منعقد می گردد.

نکته: برای برند، امکان انعقاد قرارداد به صورت مستقیم (بدون آژانس یا مشاور) با آپارات وجود ندارد.

۳- تخفیفات

جهت حمایت از مشتریان و برندها جهت بهره بردای حداکثری از تبلیغات ویدئویی در آپارات، تخفیفات متنوع زیر برای آن ها در نظر گرفته شده است.

۳-۱- حضور اولین بار

جهت تشویق مشتریانی که برای اولین بار تبلیغات ویدئویی آنلاین با آپارات را تجربه می نمایند، ۱۰٪ تخفیف تشویقی در نظر گرفته می شود.

۳-۲- تولید ایرانی/فرهنگی

جهت حمایت از تولیدات ایرانی و کالاهای فرهنگی، ۱۰٪ تخفیف به این مشتریان تعلق خواهد گرفت.

۳-۳- پرداخت نقدی

در صورتی که مشتری همزمان با انعقاد قرارداد اقدام به پرداخت نقدی تمام یا بخشی از مبلغ قرارداد نماید، متناسب با درصد پرداخت نقدی، تخفیفی مطابق با جدول زیر برای ایشان در نظر گرفته خواهد شد:

پرداخت نقدی (از کل مبلغ قرارداد)	تخفیف
۱۰۰٪	۲۰٪
۵۰٪	۱۰٪
۳۰٪	۵٪

۳-۴- مبلغ قرارداد

با توجه به مبلغ قرارداد هر مشتری، مطابق با جدول زیر، تخفیفات ویژه به ایشان تعلق خواهد گرفت:

مبلغ قرارداد (میلیون تومان)	تخفیف
۵۰-۹۹	۱۰٪
۱۰۰-۱۹۹	۲۰٪
۲۰۰-۳۹۹	۲۵٪
۴۰۰-۵۹۹	۳۰٪
۶۰۰-۷۹۹	۳۳٪
۸۰۰-۹۹۹	۳۶٪
۱۰۰۰ به بالا	۴۰٪

نکته: در صورتی که یک مشتری پس از عقد یک قرارداد، در همین سال اقدام به انعقاد قرارداد جدیدی نماید، تخفیف مبلغ قرارداد جدید برابر مجموع مبالغ دو قرارداد (جدید+قدیم) لحاظ خواهد شد.

۴- نرخ پایه و ضرایب

نرخ پایه هر بار نمایش موفق ویدئوی استاندارد (ویدئوی ۱۵ ثانیه ای با تضمین پخش ۸۰٪) به صورت عمومی و بدون اعمال هر گونه فیلتر، ۱۰۰۰ تومان می باشد که با توجه به افزایش مدت زمان تیزر از حالت استاندارد و یا انتخاب فیلترهای دسته بندی یا استانی، ضرایب متناسب به این نرخ اعمال خواهد شد.

۴-۱- ضریب مدت زمان تیزر

با توجه به مدت زمان تیزر و درصد تضمین پخش آن، ضرایب جدول زیر به نرخ پایه اعمال خواهد شد:

مدت زمان تیزر (ثانیه)	درصد تضمین شده برای پخش	ضریب	قیمت پایه جدید (تومان)
۱۵	۸۰٪	۱	۱۰۰۰
	۷۰٪	۰٫۹	۹۰۰
	۶۰٪	۰٫۷	۷۰۰
۲۰	۷۰٪	۱٫۴	۱۴۰۰
	۶۰٪	۱٫۲	۱۲۰۰
	۵۰٪	۱	۱۰۰۰
۲۵	۶۰٪	۱٫۶	۱۶۰۰
	۵۰٪	۱٫۳	۱۳۰۰
	۴۰٪	۱٫۱	۱۱۰۰
۳۰	۵۰٪	۱٫۸	۱۸۰۰
	۴۰٪	۱٫۵	۱۵۰۰
	۳۰٪	۱٫۲	۱۲۰۰

نکته: در صورتی که مدت زمان یک تیزر بین طبقات جدول بالا باشد، ضریب طبقه بالایی برای آن اعمال خواهد شد. (برای مثال برای تیزر ۱۸ ثانیه ای با تضمین پخش ۶۰٪، ضریب ۱٫۲ اعمال می شود)

۴-۲- ضریب دسته بندی ها

تیزر در حالت استاندارد در تمامی دسته بندی های آپارات (خبری، ورزشی، تکنولوژی، بانوان، کودک، ورزشی و ...) پخش خواهد شد. در صورتی که مشتری بخواهد که تیزر تنها در یک یا چند دسته بندی پخش شود، ضرایب جدول زیر بر نرخ پایه اعمال خواهد شد:

تعداد دسته بندی انتخابی	ضریب
همه	۱
۵	۱,۲
۴	۱,۴
۳	۱,۶
۲	۱,۸
۱	۲

دسته بندی های آپارات عبارتند از:

		
ورزشی	علم و تکنولوژی	خبری
		
کودک	سلامت	بانوان
تفریحی	آموزشی	طنز
موسیقی	مذهبی	فیلم
گردشگری	حوادث	سیاسی
تبلیغات	متفرقه	حيوانات
بازی	کارتون	هنری

۴-۳- انتخاب استان هدف بر اساس IP

مشتری می تواند انتخاب کند که تبلیغ تنها به مخاطبانی که از استان های خاصی از کشور در حال تماشای آپارات هستند نمایش داده شود. در صورت انتخاب تعداد استان های هدف، ضرایب زیر بر نرخ پایه اعمال خواهد شد:

تعداد استان هدف (بر اساس IP)	ضریب
همه	۱
۵	۱,۱
۴	۱,۲
۳	۱,۳
۲	۱,۴
۱	۱,۵

لازم به ذکر است اطلاعات استانی استخراج شده ، بر اساس داده های رسمی سازمان بین المللی RIPE می باشد.

۵- کیفیت و استاندارد تیزر

از آن جایی که کنترل فضای آنلاین در دستان مخاطب می باشد، تیزرهای تولیدی باید از لحاظ کیفیت و جذابیت قابل قبول باشند. میانگین نرخ تبدیل (یعنی تعداد نمایش تیزر به تعداد نمایش کامل تیزر) ۵ می باشد یعنی به صورت میانگین از هر ۵ بار نمایش یک تیزر، یک نفر آن را کامل مشاهده می نماید. با توجه به این نکته، در صورتی که در فاز یک تبلیغ (۵۰,۰۰۰ مرتبه نمایش تیزر)، نرخ تبدیل بیش از ۱۰ باشد، یعنی تیزر برای مخاطبان آزاردهنده است و مشتری باید تیزر خود را با یک تیزر دیگر جایگزین نماید.

۶- فسخ قرارداد

در صورت فسخ قرارداد با اعلام کتبی آژانس/مشاور به صباویژن، با کسر امتیازات قرارداد متناسب با مبلغ پخش شده، فرآیند فسخ قرارداد انجام خواهد شد.

پیوست: محاسبه سهمیه پخش و تعریف کمپین

مشتریان می توانند با مراجعه به آدرس www.sabavision.com/tariffadvisory با کمک جدول محاسبه تعداد پخش دریافتی، بر اساس بودجه مدنظر خود و سایر تخفیفاتی که طبق ضوابط به ایشان تعلق می گیرد، سهمیه پخش دریافتی خود را محاسبه نمایند.

مشتری می تواند پس از مشخص شدن سهمیه پخش دریافتی، مطابق با جدول تخصیص بودجه، کمپین های مختلفی را معرفی نماید و تعداد پخش نهایی خود در هر کمپین را مشاهده کند.

مثال: فرض کنید یک مشتری ۱۰۰ میلیون تومان بودجه برای تبلیغات ویدئویی در آپارات در نظر گرفته است. طبق جدول تخفیفات بودجه ای، ۲۰٪ تخفیف به ایشان تعلق می گیرد. این مشتری تولیدکننده داخلی بوده و اولین تجربه تبلیغات ویدئویی خود در آپارات را تجربه می کند، بنابر این دو تخفیف ۱۰٪ ای دیگر نیز دریافت می کند. حال اگر مشتری در ابتدای قرارداد اقدام به پرداخت نقدی بودجه خود نماید، ۲۰٪ تخفیف مطابق با جدول پرداخت نقدی به او تعلق می گیرد. در مجموع مشتری ۶۰٪ تخفیف دریافت می کند و مبلغ پایه ۱۰۰۰ تومان بابت هربار نمایش، برای این مشتری به ۴۰۰ تومان کاهش می یابد. در نتیجه این مشتری در مجموع سهمیه ای معادل ۲۵۰,۰۰۰ نمایش تیزر استاندارد ۱۵ ثانیه ای با تضمین پخش ۸۰٪ دریافت می کند.

حال مشتری ممکن است سهمیه دریافتی خود را برای سه تیزر به شکل زیر در نظر بگیرد:

- ۵۰,۰۰۰ مرتبه پخش تیزر ۲۰ ثانیه ای با تضمین ۶۰٪ برای پخش در تهران، شیراز و اصفهان
- ۸۰,۰۰۰ مرتبه پخش تیزر ۱۵ ثانیه ای استاندارد برای پخش در دسته بندی های ورزشی، بانوان و خبری
- ۱۰۰,۰۰۰ مرتبه پخش تیزر ۱۵ ثانیه ای استاندارد به صورت جنرال در کل آپارات

طبق جدول تخصیص بودجه، در هر کمپین تعداد پخش به شکل زیر خواهد بود:

							۲۵۰,۰۰۰	سهمیه بخش دریافتی
تعداد پخش جدید	مجموع ضرایب	ضریب IP	ضریب دسته بندی	ضریب ثانیه	مبلغ خالص هربار نمایش	تعداد پخش مورد نظر	ردیف های تخصیص	
۳۲,۰۵۱	۱.۵۶	۱	۱.۳	۱.۲	۴۰۰	۵۰,۰۰۰	کمپین ۱	
۵۰,۰۰۰	۱.۶۰	۱	۱.۶	۱	۴۰۰	۸۰,۰۰۰	کمپین ۲	
۱۰۰,۰۰۰	۱.۰۰	۱	۱	۱	۴۰۰	۱۰۰,۰۰۰	کمپین ۳	
							۲۰,۰۰۰	باقی مانده سهمیه بخش

۲۰,۰۰۰ پخش نیز از سهمیه باقی می ماند که مشتری می تواند با آن کمپین جدیدی تعریف نماید.