

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



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 6-54 kazakhstan urban net ppm panel TNS Gallup Media

Генеральный директор
Игенбек С.Ш.

15 февраля 2021 г.



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	222 500	1,2
плавающий	1 GRP	186 600	1,2

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	
3 600 000	-1,1%	87 500 000	-43,3%
4 400 000	-3,7%	103 700 000	-45,6%
6 000 000	-7,8%	117 900 000	-47,3%
7 700 000	-11,1%	145 900 000	-50,1%
9 900 000	-14,5%	165 900 000	-51,8%
12 300 000	-17,3%	188 500 000	-53,5%
15 200 000	-20,1%	214 200 000	-55,2%
17 300 000	-21,9%	243 500 000	-56,9%
21 400 000	-24,7%	265 200 000	-58,0%
24 300 000	-26,3%	314 500 000	-60,3%
28 800 000	-28,6%	342 500 000	-61,4%
34 200 000	-30,9%	373 000 000	-62,5%
38 900 000	-32,6%	424 000 000	-64,2%
44 200 000	-34,3%	442 500 000	-64,8%
50 200 000	-36,0%	481 900 000	-65,9%
57 100 000	-37,7%	524 800 000	-67,0%
62 200 000	-38,8%	571 500 000	-68,2%
67 700 000	-39,9%	622 400 000	-69,3%
77 000 000	-41,6%	677 900 000	-70,4%

3.2. Скидка за предоплату

Тип предоплаты	Период	Размер скидки
поквартальная	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 6-54 (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:

- Величина объемной скидки за бюджет рекламодателя рассчитывается арифметически путем округления до сотых при формировании заявки в TV Media Calculator (www.calculator.tvmedia.kz).
- 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.
- В случае выбора расчета по прогнозным рейтингам зачет стоимости размещения осуществляется **с погрешностью в 15%**.
- 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.
- 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.
- При расчете фактических рейтингов, значения **в интервале 0 - 0.1%** принимаются равными **0.1%**.
- Телеканал оставляет за собой право скорректировать заявленный объем бюджета на размещение в prime-time (с 18:00 до 24:00 часов).
- Размер и возможность предоставления дополнительной скидки является исключительным правом SALES HOUSE.