Рейтинг российских агентств по объему медиазакупок в 2024 году

О проекте

Перед вами ***КРАТКАЯ*** *инструкция по заполнению клиентского листа для участия в рейтинке. Полная инструкция доступна по ссылке.*

Ссылка на систему управления: https://clientlistnew.adindex.ru/

Дедлайн запоминаем: *14 марта 2025 года (включительно).*
Дедлайн на работу с документами и комментариями: *30 марта 2025 года (включительно).*
Дедлайн на согласование оценки: *14 апреля 2025 года (включительно).*
Рекомендуем отправлять информацию значительно раньше, чтобы оставалось время на внесение правок.

Изучаемый период: 2024 год.

Изучаемые медиа:
ТВ (национальное, региональное, спонсорское, нефирмое), Пресса (центральная, Москва и Санкт-Петербург), Радио (сетевое, Москва и Санкт-Петербург), Наружная реклама (50 городов мониторинга AdMetrix), Интернет (размещение баннерной, видео-, контекстной рекламы, Paid Social).

- Ссылка на методику оценки.

НАЧАЛО РАБОТЫ

Проверьте, есть у вас регистрация в системе

Если нет, то вам нужно пройти регистрацию

Необходимо указать перечень агентств, информацию по которым будет вноситься. Добавить агентства можно, ввиде их названия (через запятую) или нажав «Каталог» рядом с полем для заполнения. Внесение информации будет доступно после подтверждения администратора.

Если да, то вы можете начинать заполнение клиентского листа

Заполнение клиентского листа

Как устроена система управления

1 — Страница профиля пользователя

Страница содержит информационный блок и таблицу с уже добавленными рекламными размещениями для выбранного агентства

2 — Страница добавления/редактирования рекламного размещения

- **1.** Нажать кнопку «Добавить размещение»
- **2.1.** Начнить вручную с выбора МЕДИА. Затем нужно ввести и выбрать из предложенного списка: канал, бренд, или диапазон (для радио и ТВ)
- **2.2.** Не пой ан страницу добавления документов
- **3.** После добавления или редактирования рекламного размещения, не забудьте прикрепить документы и комментарии, чтобы ваш размещение попало в рейтинг

3 — Виджет "Чат" для коммуникации.

Здесь можно напрямить экспорт информации для оценки и вести диалог с администратором по всем возникающим вопросам.

ВАЖНО!

- **Внесение офлайн-размещений одновременно с заполнением в интернете, возможно только в случае** если вы заполняете клиентский (рекламный), заведите не через рекламные и размещения одного рекламодателя.
- При внесении длинных имен **необходимо исключить символы: https://, http://, www.**, кавычки в начале и конце, кавычки, а также другие символы, которые не относятся к названию. При отправке данных необходимо проверить список длинных через Excel. Нужно внесить данные: 2-х буквенное, полный URL проверить не надо.
- **Внесение одного длинна на разные бренды запрещено.** Бюджет длинна может быть утеран только один раз.
- **На разные бренды нужно внесить разные длинны через отдельные размещения.**
- Однако если вы вели кампанию в одном медиа в единовный срок (например, вы размещали контекстную рекламу для нескольких разных рекламодателей в течение всего года), то допускается одновременное внесение длинна, принадлежащих разным рекламодателям. Бренды. Система сама распознает правильные связи и предложит вам с ними см.выбрать.
- Если нужного длинны отсутствует в справочнике системы, вы сможете выбрать необходимого рекламодателя из выпадающего списка. Если же нужного рекламодателя тоже нет в справочнике, вы можете его добавить. Для этого, справочник можно найти по ссылке. Но нужно напрямить в АдИндекс (отмаркетинг@ru) запрос на добавление длинны/ рекламодателя/ бренда/ сайтовнад в справочник. После добавления в систему эта размещения станут доступны для внесения.
- **Допускается внесение нескольких длинны на один бренд/ сайтовнад. Например, на сайтовнад ПЕРВЫЙ БИТ одновременно рекламодатели можно заносить несколько длинны, в примеру: 5ka1ka, 5ka2 ка, 5ka3 ка и т.д.**
- Если необходимо добавить длинны иначе с уже внесенному рекламодателю, что можно сделать через создание новых размещения, нажав с указанно длинна.

РАБОТА С СИСТЕМОЙ УПРАВЛЕНИЯ

ВАЖНО!

ОБЩАЯ ЛОГИКА СЕРВИСА — В профиле можно добавить рекламные размещения (главная единица информации) от имени агентства, которое он представляет. Пользователь может представлять более одного агентства, в этом случае, при добавлении рекламного, он выбирает, от имени какого агентства добавить размещение. Также и одно агентство может представлять более одного пользователя, в таком случае все пользователи имеют доступ к общим спискам рекламных размещений агентства.
Для рекламного размещения пользователя перенда, в которой оно происходило, детализация производится по месяцам.

КОНФЛИКТЫ РАЗМЕЩЕНИЙ — В случае, если происходит наложение заявленных рекламных размещений одного рекламодателя/ бренда/ медиа в один период, между разными агентствами возникает конфликт размещений. В этом случае обе стороны конфликта уведомляются об этом по почте и вводится «чат» в системе управления. Обоим участникам конфликта предлагается загрузить по этому размещению подтверждающие документы.

УДАЛЕНИЕ РАЗМЕЩЕНИЯ — Для удаления нужно выбрать нужного рекламодателя/ бренд/ медиа/ месяц, и через кнопку "С выбранными" => удалить ненужные строки. Через удаление происходит и редактирование размещения, если вы заменяете лишнюю позиции бренда. Для удаления ненужных строк из размещения нужно их выбрать при помощи фильтров, после чего нажать "С выбранными" => "Удалить".

МОДЕРАЦИЯ ВНЕСЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ — После ознакомления с документами администратор принимает решение, какой из сторон конфликта в какой дате засчитывать размещение. Возможен вариант подтверждения размещения обоими агентствами, данные бюджета в таком случае производится модератором.

ПОДТВЕРЖДЕНИЕ КОНТРАКТОВ — Помимо случаев конфликтов, документы необходимо подгружать для всех клиентов, вклад которых в оборот агентства составляет более 5% (по вашим оценкам).
Исключения - сетевые контракты и контракты, о заключении которых известно из СМИ. Для их подтверждения достаточно ссылки на публикацию об управлении бюджетом. Ссылку и любую другую уточняющую информацию можно напрямить в чат с администратором.

ТИПЫ ПОДТВЕРЖДАЮЩИХ ДОКУМЕНТОВ

- Если для рекламы брендов/ сайтовнад вы заключали контракт, то его нужно прикрепить к рекламным размещениям.
- **Контракт должен быть заключен на рекламодателя.**
- В каждом контракте должно быть **обозначение** бренда/ сайтовнад, которые вы рекламировали в рамках контракта. Если в контракте **отсутствует** перечень, то **ежемесячный** отчет по бренду/ сайтовнад, а не по рекламодателю.
- **Запрещается вносить материалы размещения.**
- Если вы заключали контракт с агентством на сумму 2 млн. Бренда, а он это рекламировал
- При внесении информации необходимо прикреплять **ежемесячный отчет** в таблице excel. Для всех остальных форм отчетности можно ограничиться одним **отчетом** раз в год рекламодателя нашим агентством

ФОРМАТ ПОДТВЕРЖДАЮЩИХ ДОКУМЕНТОВ

1 — **Договор с подрядчиком в части предоставления рекламных услуг с датой / сроком действия** (актуальный в 2023 году), (договор, заключенный ранее, чем ноябрь 2023 года, необходимо сопроводить Приложением или Анталем на 2023 год).

2 — **+** **Приложение на каждый год между** Достаточно 2-3 Приложений/ анталя на общую рекламодателю в абсолютной первой. Если вы вели кампанию весь год или в 2023 году, то нужно прикрепить один общий договор, уточняется или отдельный друг от друга.

- **PDF или JPEG ФОРМАТ С ВОЗМОЖНОСТЬЮ** ставить подпись
- Объем файла не более 5 Мб
- Максимальное количество файлов **20MB**
- Имя файла — «Название рекламодателя.pdf»
- Название имени файла должно соответствовать Общему **Примеру: Рекламодатель Рекламодатель Путь Рекламодатель Рекламодатель.pdf**
- Если рекламодатель имеет несколько брендов, то нужно прикреплять один общий **договор** на несколько брендов
- Не прикреплять лишнюю информацию (бюджеты, объемы, прайс-листы...)

Документы, не соответствующие указанным требованиям, будут отклоняться без указания причин.

Документы с фальсифицированным справками аналитики **не будут** Если информация случайно оставлена в системе управления