

Podmienky používania služby Allegro Ads

(...)

ČLÁNOK 1. DEFINÍCIE (ALLEGRO.PL)

Nasledujúce slová a výrazy použité v týchto Podmienkach majú nasledujúci význam:

(...)

30. **Súčín** – ~~výsledok príslušnej ceny za danú jednotku ceny za kliknutie alebo za 1 000 (jeden tisíc) Zobrazení vynásobený pomerom počtu Kliknutí k počtu Zobrazení Reklamnej správy počas zobrazenia Reklamnej správy, upravený o parameter definujúci zhodu Tovarů prezentovaného v danej Reklamnej správe s predmetom webovej stránky, na ktorej sa nachádza Allegro Reklamný priestor.~~ **hodnota vypočítaná pre každú Reklamnú správu na účely určenia poradia jej zobrazovania na Reklamnej ploche Allegro. Hodnota Súčinu zohľadňuje tieto faktory:**

a. hodnotu Zúčtovacej jednotky (najmä maximálnu cenu za jedno Kliknutie)

b. parameter zhody Reklamnej správy (vrátane miery súvislosti ponúkaného Tovarů so správaním Kupujúcich alebo potenciálnych kupujúcich)

c. kvalitatívne parametre ponuky, ktorá je predmetom Reklamnej správy, zahŕňajúce najmä jej historickú popularitu, hodnotenie kvality predaja uskutočňovaného Predajcom a cenu

d. predpokladanú účinnosť zobrazovania Reklamnej správy, ktorá predstavuje pravdepodobnosť, že zobrazenie reklamy povedie ku Kliknutiu

31. **Poradie súčínů** – ~~poradie všetkých Reklamných správ pre daný formát Reklamnej správy na portáli Allegro vypočítané pre jednotlivé prípady.~~ **poradie zobrazovania Reklamných správ, ktoré sa zakaždým určuje na základe hodnôt Súčínů a ktoré je určené pre danú formu Reklamnej správy a Reklamnú plochu Allegro. Nesplnenie podmienok Kvalifikácie danou Reklamnou správou vylučuje jej zobrazenie na danej Reklamnej ploche Allegro, a to aj v prípade, ak by zo samotnej matematickej hodnoty Súčinu vyplývalo jej najvyššie umiestnenie v Poradí súčínů. Kvalifikácia je proces overenia a pripustenia Reklamnej správy na hodnotenie v rámci Poradia súčínů, ktorý spočíva v určení, či môže byť daná Reklamná správa zohľadnená pri určovaní poradia zobrazovania. Kvalifikácia sa uskutočňuje na základe kritérií príslušných pre daný kontext a Reklamnú plochu, najmä na základe dosiahnutia minimálnej požadovanej hodnoty Súčinu Reklamnou správou.**

(...)

33. Nákladová jednotka – poplatok za zobrazenie Reklamnej správy, ktorý s výhradou obsahu odseku 5.4 nižšie zahŕňa nasledujúci model predaja:

a. **Max. CPC** – jednotka používaná na zúčtovanie Sponzorovaných ponúk na základe počtu Kliknutí na Reklamnú správu. Inzerent stanovuje maximálnu hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za jedno Kliknutie, až do výšky Denného rozpočtu s ohľadom na Celkový rozpočet. Možnosť stanovenia maximálnej hrubej ceny sa nevzťahuje na Reklamný priestor reklamnej siete. V tomto prípade sa poplatok za jedno Kliknutie určuje v súlade s pravidlami stanovenými daným Poskytovateľom reklamnej siete [a zvyšuje sa o Manipulačný poplatok](#), a to až do výšky Denného rozpočtu a vrátane Celkového rozpočtu.

b. **Max. CPM** – jednotka používaná na vyúčtovanie Grafických reklám na základe počtu zobrazení Reklamnej správy. 1 CPM je cena za každých 1 000 realizovaných Zobrazení. Inzerent stanoví maximálnu hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za každých 1 000 realizovaných Zobrazení.

c. **Dynamická CPC** – jednotka používaná na zúčtovanie Sponzorovaných ponúk na základe počtu Kliknutí na Reklamnú správu. Inzerent stanoví priemernú hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za jedno Kliknutie, až do výšky denného rozpočtu a vrátane celkového rozpočtu. S dynamickou CPC:

i. Vyššie uvedená priemerná hrubá cena sa vypočíta za celú odhadovanú dobu zobrazenia Reklamnej správy, avšak po každej zmene odhadovanej priemernej hrubej ceny zo strany Inzerenta sa prepočíta.

ii. Vzhľadom na meniace sa podmienky na trhu a očakávanú reklamnú hodnotu Reklamnej správy (vypočítanú s prihliadnutím na predpovede strojových učiacich sa modelov a algoritmov Spoločnosti, ktoré zohľadňujú najmä meniace sa podmienky na trhu pre uverejňovanie Reklamnej správy), hrubá cena za Kliknutie na Reklamnú správu bude kolísať a môže sa odchyľovať od predpokladanej priemernej hrubej ceny, nebude však nižšia ako hodnota minimálnej ceny za Nákladovú jednotku a nebude vyššia ako 200 % priemernej hrubej ceny stanovenej Inzerentom.

iii. S modelom dynamickej CPC sa Spoločnosť snaží dosiahnuť priemernú hrubú cenu stanovenú Inzerentom v súlade s vyššie uvedenými podmienkami, nie je však zaručené, že táto cena bude skutočne dosiahnutá.

iv. Možnosť určiť priemernú hrubú cenu sa nevzťahuje na Reklamný priestor reklamnej siete – v tomto prípade sa poplatok za Kliknutie určuje v súlade s pravidlami stanovenými príslušným Poskytovateľom reklamnej siete [a zvyšuje sa o Manipulačný poplatok](#), a to až do výšky Denného rozpočtu a vrátane Celkového rozpočtu.

v. Inzerent môže vybrať Nákladovú jednotku pre každú Reklamnú správu prostredníctvom Panela služby Ads.

(...)

47. Manipulačný poplatok – paušálny alebo percentuálny poplatok účtovaný Spoločnosťou za poskytovanie služieb zobrazovania Reklamnej správy, riadenia a optimalizácie zobrazovania Reklamnej

správy, ako aj za údržbu a rozvoj technologickej infraštruktúry podporujúcej efektívnosť zobrazovania Reklamných správ na Reklamnej ploche Reklamnej siete. Tento poplatok sa pripočítava k nákladu na Zúčtovaciu jednotku, ktorý účtuje Poskytovateľ Reklamnej siete. Aktuálna výška Manipulačného poplatku je dostupná na adrese <https://salescenter.allegro.com/terms/tabela-marza-google-7G3Y4gnk1uv>. Výška Manipulačného poplatku neprekročí 20 % brutto hodnoty (t. j. nákladu navýšeného o príslušnú DPH) Zúčtovacej jednotky účtovanej Poskytovateľom Reklamnej siete.

(...)

ČLÁNOK 3. PODMIENKY ZOBRAZOVANIA REKLAMNÝCH SPRÁV (ALLEGRO.PL)

(...)

3.2.

Ak chce Inzerent zobraziť Reklamnú správu, mal by na Paneli služby Ads vykonať nasledujúce akcie:

- a. uviesť Platformu, na ktorej sa má Reklamná správa uverejniť;
- b. špecifikovať Ponuky alebo Inzeráty na portáli Allegro, ktoré majú byť v Reklamnej správe propagované;
- c. špecifikovať hodnotu príslušnej Nákladovej jednotky, ktorú je ochotný zaplatiť v závislosti od vybranej formy Reklamnej správy – podľa ods. 33;
- d. určiť dátum začiatku zobrazovania vybranej Reklamnej správy;
- e. nastaviť Denný rozpočet pre vybranú Reklamnú správu;
- f. určiť Reklamný priestor, v ktorom sa majú Reklamné správy propagovať.

Na účely maximalizácie efektívnosti zobrazovania Reklamných správ môže Spoločnosť samostatne vyberať kanály zobrazovania (Reklamná plocha Allegro, Reklamná plocha Reklamnej siete), reklamné formáty a stratégie aukcií, pričom využíva vlastné optimalizačné algoritmy a nákupné údaje Allegro (first-party data).

(...)

ČLÁNOK 5. POPLATKY (ALLEGRO.PL)

(...)

5.3.

Suma poplatkov splatných Spoločnosti sa vypočíta na základe skutočného využitia finančných prostriedkov pridelených Inzerentovi na zobrazenie Sponzorovanej ponuky v rámci Denného rozpočtu

a Celkového rozpočtu, ak je definovaný, a štatistík sprístupnených Inzerentovi na Paneli služby Ads. Základom pre výpočet výšky Poplatkov splatných Spoločnosti za zobrazovanie Reklamných správ na Reklamnej ploche Reklamnej siete je náklad na nákup Reklamnej plochy Reklamnej siete navýšený o Manipulačný poplatok. Manipulačný poplatok predstavuje rozdiel medzi sumou účtovanou Inzerentovi (podľa deklarovanej sadzby Zúčtovacej jednotky alebo Celkového rozpočtu) a skutočným nákladom na nákup Reklamnej plochy Reklamnej siete. Náklady na jednotlivé Zúčtovacie jednotky realizované na Reklamnej ploche Reklamnej siete zahŕňajú náklady účtované Poskytovateľom Reklamnej siete a Manipulačný poplatok. Celkový náklad zobrazený Inzerentovi v Paneli služby Ads už zahŕňa účtovaný Manipulačný poplatok a znižuje dostupný Denný rozpočet a Celkový rozpočet. Spoločnosť nie je povinná uvádzať jednotlivé zložky poplatkov za zobrazovanie Reklamných správ a bude uvádzať výlučne celkový poplatok za zobrazovanie.

5.4.

Inzerent berie na vedomie, že spôsoby zúčtovania Nákladových jednotiek, Denných rozpočtov a Celkových rozpočtov v rámci zverejňovania Reklamných správ na webových stránkach jednotlivých Poskytovateľov reklamnej siete sa môžu líšiť od pravidiel stanovených v týchto Podmienkach. V takom prípade sa uplatňujú pravidlá pre zúčtovanie jednotlivých ukazovateľov v súlade s pravidlami stanovenými Poskytovateľmi reklamnej siete a [pravidlami účtovania Manipulačného poplatku](#). V rámci Služby Allegro Ads Spoločnosť informuje o odlišných pravidlách pre zúčtovanie jednotlivých ukazovateľov odkazom na príslušné ustanovenia a pravidlá alebo podmienky Poskytovateľov reklamnej siete. Začatie používania služby sa rovná súhlasu s týmito podmienkami.

(...)

ČLÁNOK 1. VYMEDZENIE POJMOV (ALLEGRO.CZ)

Nasledujúce pojmy a frázy použité v týchto Podmienkach majú nasledujúci význam:

(...)

27. Súčin – ~~súčin maximálnej ceny za jedno Kliknutie a pomeru počtu Kliknutí k počtu Zobrazení Reklamnej správy počas zobrazenia Reklamnej správy, upravený o parameter zhody predmetu danej Reklamnej správy s predmetom webových stránok, na ktorých sa nachádza Reklamný priestor Allegro.~~ [hodnota vypočítaná pre každú Reklamnú správu na účely určenia poradia jej zobrazovania na Reklamnej ploche Allegro. Hodnota Súčinu zohľadňuje tieto faktory:](#)

a. hodnotu Zúčtovacej jednotky (najmä maximálnu cenu za jedno Kliknutie)

b. parameter zhody Reklamnej správy (vrátane miery súvislosti ponúkaného Tvaru so správaním Kupujúcich alebo potenciálnych kupujúcich)

c. kvalitatívne parametre ponuky, ktorá je predmetom Reklamnej správy, zahŕňajúce najmä jej historickú popularitu, hodnotenie kvality predaja uskutočňovaného Predajcom a cenu

d. predpokladanú účinnosť zobrazovania Reklamnej správy, ktorá predstavuje pravdepodobnosť, že zobrazenie reklamy povedie ku Kliknutiu

28. Poradie súčinov – ~~poradie všetkých Reklamných správ pre daný formát Reklamnej správy na portáli Allegro vypočítané pre jednotlivé prípady~~ – poradie zobrazovania Reklamných správ, ktoré sa zakaždým určuje na základe hodnôt Súčinov a ktoré je určené pre danú formu Reklamnej správy a Reklamnú plochu Allegro. Nesplnenie podmienok Kvalifikácie danou Reklamnou správou vylučuje jej zobrazenie na danej Reklamnej ploche Allegro, a to aj v prípade, ak by zo samotnej matematickej hodnoty Súčinu vyplývalo jej najvyššie umiestnenie v Poradí súčinov. **Kvalifikácia** je proces overenia a pripustenia Reklamnej správy na hodnotenie v rámci Poradia súčinov, ktorý spočíva v určení, či môže byť daná Reklamná správa zohľadnená pri určovaní poradia zobrazovania. Kvalifikácia sa uskutočňuje na základe kritérií príslušných pre daný kontext a Reklamnú plochu, najmä na základe dosiahnutia minimálnej požadovanej hodnoty Súčinu Reklamnou správou.

(...)

30. Nákladová jednotka – poplatok za zobrazenie Reklamnej správy, ktorý s výhradou obsahu odseku 5.4 nižšie zahŕňa nasledujúci model predaja:

a. **Max. CPC** – jednotka používaná na zúčtovanie Sponzorovaných ponúk na základe počtu kliknutí na Reklamnú správu. Inzerent stanovuje maximálnu hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za jedno Kliknutie, až do výšky Denného rozpočtu s ohľadom na Celkový rozpočet. Možnosť stanovenia maximálnej hrubej ceny sa nevzťahuje na Reklamný priestor reklamnej siete. V tomto prípade sa poplatok za jedno Kliknutie určuje v súlade s pravidlami stanovenými daným Poskytovateľom reklamnej siete a zvyšuje sa o Manipulačný poplatok, a to až do výšky Denného rozpočtu a vrátane Celkového rozpočtu;

b. **Max. CPM** – jednotka používaná na vyúčtovanie Grafických reklám na základe počtu zobrazení Reklamnej správy. 1 CPM je cena za každých 1 000 realizovaných Zobrazení. Inzerent stanoví maximálnu hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za každých 1 000 realizovaných Zobrazení.

(...)

38. Manipulačný poplatok – paušálny alebo percentuálny poplatok účtovaný Spoločnosťou za poskytovanie služieb zobrazovania Reklamnej správy, riadenia a optimalizácie zobrazovania Reklamnej správy, ako aj za údržbu a rozvoj technologickej infraštruktúry podporujúcej efektívnosť zobrazovania Reklamných správ na Reklamnej ploche Reklamnej siete. Tento poplatok sa pripočítava k nákladu na Zúčtovaciu jednotku, ktorý účtuje Poskytovateľ Reklamnej siete. Aktuálna výška Manipulačného poplatku je dostupná na adrese <https://salescenter.allegro.com/terms/tabela-marza-google-7G3Y4gnk1uv>. Výška Manipulačného poplatku neprekročí 20 % brutto hodnoty (t. j. nákladu navyšného o príslušnú DPH) Zúčtovacej jednotky účtovanej Poskytovateľom Reklamnej siete.

(...)

ČLÁNOK 3. PODMIENKY ZOBRAZOVANIA REKLAMNÝCH SPRÁV (ALLEGRO.CZ)

(...)

3.2.

Ak chce Inzerent zobraziť Reklamnú správu, mal by na Paneli služby Ads vykonať nasledujúce akcie:

- a. uviesť Platformu, na ktorej sa má Reklamná správa uverejniť;
- b. určiť Vystavené ponuky na portáli Allegro, ktoré majú byť v Reklamnej správe propagované;
- c. špecifikovať hodnotu príslušnej Nákladovej jednotky, ktorú je ochotný zaplatiť v závislosti od vybranej formy Reklamnej správy;
- d. určiť dátum začiatku zobrazovania vybranej Reklamnej správy;
- e. nastaviť Denný rozpočet pre vybranú Reklamnú správu;
- f. určiť Allegro Reklamný priestor, v ktorom sa majú propagovať Reklamné správy.

Na účely maximalizácie efektívnosti zobrazovania Reklamných správ môže Spoločnosť samostatne vyberať kanály zobrazovania (Reklamná plocha Allegro, Reklamná plocha Reklamnej siete), reklamné formáty a stratégie aukcií, pričom využíva vlastné optimalizačné algoritmy a nákupné údaje Allegro (first-party data).

(...)

ČLÁNOK 5. POPLATKY (ALLEGRO.CZ)

(...)

5.3.

Suma poplatkov splatných Spoločnosti sa vypočíta na základe skutočného využitia finančných prostriedkov pridelených Inzerentovi na zobrazenie Sponzorovanej ponuky v rámci Denného rozpočtu a Celkového rozpočtu, ak je definovaný, a štatistík sprístupnených Inzerentovi na Paneli služby Ads. Základom pre výpočet výšky Poplatkov splatných Spoločnosti za zobrazovanie Reklamných správ na Reklamnej ploche Reklamnej siete je náklad na nákup Reklamnej plochy Reklamnej siete navýšený o Manipulačný poplatok. Manipulačný poplatok predstavuje rozdiel medzi sumou účtovanou Inzerentovi (podľa deklarovanej sadzby Zúčtovacej jednotky alebo Celkového rozpočtu) a skutočným nákladom na nákup Reklamnej plochy Reklamnej siete. Náklady na jednotlivé Zúčtovacie jednotky realizované na Reklamnej ploche Reklamnej siete zahŕňajú náklady účtované Poskytovateľom Reklamnej siete a Manipulačný poplatok. Celkový náklad zobrazený Inzerentovi v Paneli služby Ads už zahŕňa účtovaný Manipulačný poplatok a znižuje dostupný Denný rozpočet a Celkový rozpočet. Spoločnosť nie je povinná

uvádzať jednotlivé zložky poplatkov za zobrazovanie Reklamných správ a bude uvádzať výlučne celkový poplatok za zobrazovanie.

5.4.

Inzerent berie na vedomie, že spôsoby zúčtovania Nákladových jednotiek, Denných rozpočtov a Celkových rozpočtov v rámci zverejňovania Reklamných správ na webových stránkach jednotlivých Poskytovateľov reklamnej siete sa môžu líšiť od pravidiel stanovených v týchto Podmienkach. V takom prípade sa uplatňujú pravidlá pre zúčtovanie jednotlivých ukazovateľov v súlade s pravidlami stanovenými Poskytovateľmi reklamnej siete [a pravidlami účtovania Manipulačného poplatku](#). V rámci Služby Allegro Ads Spoločnosť informuje o odlišných pravidlách pre zúčtovanie jednotlivých ukazovateľov odkazom na príslušné ustanovenia a pravidlá alebo podmienky Poskytovateľov reklamnej siete. Začatie používania služby sa rovná súhlasu s týmito podmienkami.

(...)

ČLÁNOK 1. VYMEDZENIE POJMOV (ALLEGRO.SK)

Nasledujúce pojmy a frázy použité v týchto Podmienkach majú nasledujúci význam:

(...)

27. Súčin – ~~súčin maximálnej ceny za jedno Kliknutie a pomeru počtu Kliknutí k počtu Zobrazení Reklamnej správy počas zobrazenia Reklamnej správy, upravený o parameter zhody predmetu danej Reklamnej správy s predmetom webových stránok, na ktorých sa nachádza Reklamný priestor Allegro.~~ [hodnota vypočítaná pre každú Reklamnú správu na účely určenia poradia jej zobrazovania na Reklamnej ploche Allegro. Hodnota Súčinu zohľadňuje tieto faktory:](#)

a. hodnotu Zúčtovacej jednotky (najmä maximálnu cenu za jedno Kliknutie)

b. parameter zhody Reklamnej správy (vrátane miery súvislosti ponúkaného Tvaru so správaním Kupujúcich alebo potenciálnych kupujúcich)

c. kvalitatívne parametre ponuky, ktorá je predmetom Reklamnej správy, zahŕňajúce najmä jej historickú popularitu, hodnotenie kvality predaja uskutočňovaného Predajcom a cenu

d. predpokladanú účinnosť zobrazovania Reklamnej správy, ktorá predstavuje pravdepodobnosť, že zobrazenie reklamy povedie ku Kliknutiu

28. Poradie súčinov – ~~poradie všetkých Reklamných správ pre daný formát Reklamnej správy na portáli Allegro vypočítané pre jednotlivé prípady.~~ [poradie zobrazovania Reklamných správ, ktoré sa zakaždým určuje na základe hodnôt Súčinov a ktoré je určené pre danú formu Reklamnej správy a Reklamnú plochu Allegro. Nesplnenie podmienok Kvalifikácie danou Reklamnou správou vylučuje jej zobrazenie na danej Reklamnej ploche Allegro, a to aj v prípade, ak by zo samotnej matematickej hodnoty Súčinu vyplývalo jej najvyššie umiestnenie v Poradí súčinov. Kvalifikácia je proces overenia a pripustenia Reklamnej správy na hodnotenie v rámci Poradia súčinov, ktorý spočíva v určení, či môže byť daná](#)

Reklamná správa zohľadnená pri určovaní poradia zobrazovania. Kvalifikácia sa uskutočňuje na základe kritérií príslušných pre daný kontext a Reklamnú plochu, najmä na základe dosiahnutia minimálnej požadovanej hodnoty Súčinu Reklamnou správou.

(...)

30. Nákladová jednotka – poplatok za zobrazenie Reklamnej správy, ktorý s výhradou obsahu odseku 5.4 nižšie zahŕňa nasledujúci model predaja:

a. **Max. CPC** – jednotka používaná na zúčtovanie Sponzorovaných ponúk na základe počtu kliknutí na Reklamnú správu. Inzerent stanovuje maximálnu hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za jedno Kliknutie, až do výšky Denného rozpočtu s ohľadom na Celkový rozpočet. Možnosť stanovenia maximálnej hrubej ceny sa nevzťahuje na Reklamný priestor reklamnej siete. V tomto prípade sa poplatok za jedno Kliknutie určuje v súlade s pravidlami stanovenými daným Poskytovateľom reklamnej siete a zvyšuje sa o Manipulačný poplatok, a to až do výšky Denného rozpočtu a vrátane Celkového rozpočtu;

b. **Max. CPM** – jednotka používaná na vyúčtovanie Grafických reklám na základe počtu zobrazení Reklamnej správy. 1 CPM je cena za každých 1 000 realizovaných Zobrazení. Inzerent stanoví maximálnu hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za každých 1 000 realizovaných Zobrazení.

(...)

38. Manipulačný poplatok – paušálny alebo percentuálny poplatok účtovaný Spoločnosťou za poskytovanie služieb zobrazovania Reklamnej správy, riadenia a optimalizácie zobrazovania Reklamnej správy, ako aj za údržbu a rozvoj technologickej infraštruktúry podporujúcej efektívnosť zobrazovania Reklamných správ na Reklamnej ploche Reklamnej siete. Tento poplatok sa pripočítava k nákladu na Zúčtovaciu jednotku, ktorý účtuje Poskytovateľ Reklamnej siete. Aktuálna výška Manipulačného poplatku je dostupná na adrese <https://salescenter.allegro.com/terms/tabela-marza-google-7G3Y4gnk1uv>. Výška Manipulačného poplatku neprekročí 20 % brutto hodnoty (t. j. nákladu navyšného o príslušnú DPH) Zúčtovacej jednotky účtovanej Poskytovateľom Reklamnej siete.

(...)

ČLÁNOK 3. PODMIENKY ZOBRAZOVANIA REKLAMNÝCH SPRÁV (ALLEGRO.SK)

(...)

3.2.

Ak chce Inzerent zobraziť Reklamnú správu, mal by na Paneli služby Ads vykonať nasledujúce akcie:

a. uviesť Platformu, na ktorej sa má Reklamná správa uverejniť;

- b. určiť Vystavené ponuky na portáli Allegro, ktoré majú byť v Reklamnej správe propagované;
- c. špecifikovať hodnotu príslušnej Nákladovej jednotky, ktorú je ochotný zaplatiť v závislosti od vybranej formy Reklamnej správy;
- d. určiť dátum začiatku zobrazovania vybranej Reklamnej správy;
- e. nastaviť Denný rozpočet pre vybranú Reklamnú správu;
- f. určiť Reklamný priestor, v ktorom sa majú Reklamné správy propagovať.

Na účely maximalizácie efektívnosti zobrazovania Reklamných správ môže Spoločnosť samostatne vyberať kanály zobrazovania (Reklamná plocha Allegro, Reklamná plocha Reklamnej siete), reklamné formáty a stratégie aukcií, pričom využíva vlastné optimalizačné algoritmy a nákupné údaje Allegro (first-party data).

(...)

ČLÁNOK 5. POPLATKY (ALLEGRO.SK)

(...)

5.3.

Suma poplatkov splatných Spoločnosti sa vypočíta na základe skutočného využitia finančných prostriedkov pridelených Inzerentovi na zobrazenie Sponzorovanej ponuky v rámci Denného rozpočtu a Celkového rozpočtu, ak je definovaný, a štatistík sprístupnených Inzerentovi na Paneli služby Ads. Základom pre výpočet výšky Poplatkov splatných Spoločnosti za zobrazovanie Reklamných správ na Reklamnej ploche Reklamnej siete je náklad na nákup Reklamnej plochy Reklamnej siete navýšený o Manipulačný poplatok. Manipulačný poplatok predstavuje rozdiel medzi sumou účtovanou Inzerentovi (podľa deklarovanej sadzby Zúčtovacej jednotky alebo Celkového rozpočtu) a skutočným nákladom na nákup Reklamnej plochy Reklamnej siete. Náklady na jednotlivé Zúčtovacie jednotky realizované na Reklamnej ploche Reklamnej siete zahŕňajú náklady účtované Poskytovateľom Reklamnej siete a Manipulačný poplatok. Celkový náklad zobrazený Inzerentovi v Paneli služby Ads už zahŕňa účtovaný Manipulačný poplatok a znižuje dostupný Denný rozpočet a Celkový rozpočet. Spoločnosť nie je povinná uvádzať jednotlivé zložky poplatkov za zobrazovanie Reklamných správ a bude uvádzať výlučne celkový poplatok za zobrazovanie.

5.4.

Inzerent berie na vedomie, že spôsoby zúčtovania Nákladových jednotiek, Denných rozpočtov a Inzerent berie na vedomie, že spôsoby zúčtovania Nákladových jednotiek, Denných rozpočtov a Celkových rozpočtov v rámci zverejňovania Reklamných správ na webových stránkach jednotlivých Poskytovateľov reklamnej siete sa môžu líšiť od pravidiel stanovených v týchto Podmienkach. V takom prípade sa uplatňujú pravidlá pre zúčtovanie jednotlivých ukazovateľov v súlade s pravidlami stanovenými Poskytovateľmi reklamnej siete a [pravidlami účtovania Manipulačného poplatku](#). V rámci Služby Allegro Ads Spoločnosť informuje o odlišných pravidlách pre zúčtovanie jednotlivých ukazovateľov odkazom na

príslušné ustanovenia a pravidlá alebo podmienky Poskytovateľov reklamnej siete. Začatie používania služby sa rovná súhlasu s týmito podmienkami.

(...)

ČLÁNOK 1. VYMEDZENIE POJMOV (ALLEGRO.HU)

(...)

27. Súčin – ~~súčin maximálnej ceny za jedno Kliknutie a pomeru počtu Kliknutí k počtu Zobrazení Reklamnej správy počas zobrazenia Reklamnej správy, upravený o parameter zhody predmetu danej Reklamnej správy s predmetom webových stránok, na ktorých sa nachádza Reklamný priestor Allegro.~~ hodnota vypočítaná pre každú Reklamnú správu na účely určenia poradia jej zobrazovania na Reklamnej ploche Allegro. Hodnota Súčinu zohľadňuje tieto faktory:

- a. hodnotu Zúčtovacej jednotky (najmä maximálnu cenu za jedno Kliknutie)
- b. parameter zhody Reklamnej správy (vrátane miery súvislosti ponúkaného Tvaru so správaním Kupujúcich alebo potenciálnych kupujúcich)
- c. kvalitatívne parametre ponuky, ktorá je predmetom Reklamnej správy, zahŕňajúce najmä jej historickú popularitu, hodnotenie kvality predaja uskutočňovaného Predajcom a cenu
- d. predpokladanú účinnosť zobrazovania Reklamnej správy, ktorá predstavuje pravdepodobnosť, že zobrazenie reklamy povedie ku Kliknutiu

28. Poradie súčinov – ~~poradie všetkých Reklamných správ pre daný formát Reklamnej správy na portáli Allegro vypočítané pre jednotlivé prípady.~~ poradie zobrazovania Reklamných správ, ktoré sa zakaždým určuje na základe hodnôt Súčinov a ktoré je určené pre danú formu Reklamnej správy a Reklamnú plochu Allegro. Nesplnenie podmienok Kvalifikácie danou Reklamnou správou vylučuje jej zobrazenie na danej Reklamnej ploche Allegro, a to aj v prípade, ak by zo samotnej matematickej hodnoty Súčinu vyplývalo jej najvyššie umiestnenie v Poradí súčinov. **Kvalifikácia** je proces overenia a pripustenia Reklamnej správy na hodnotenie v rámci Poradia súčinov, ktorý spočíva v určení, či môže byť daná Reklamná správa zohľadnená pri určovaní poradia zobrazovania. Kvalifikácia sa uskutočňuje na základe kritérií príslušných pre daný kontext a Reklamnú plochu, najmä na základe dosiahnutia minimálnej požadovanej hodnoty Súčinu Reklamnou správou.

(...)