

Podmínky používání služby Allegro Ads

(...)

ČLÁNEK 1. DEFINICE (ALLEGRO.PL)

Níže uvedené výrazy a fráze použité v těchto Podmínkách mají následující význam:

(...)

30. **Součin** – ~~součin příslušné ceny v případě dané cenové jednotky za kliknutí nebo za 1 000 (jeden tisíc) zobrazení a poměru počtu kliknutí k počtu zobrazení reklamního sdělení během zobrazování reklamního sdělení, upravený parametrem shody zboží, které je předmětem daného reklamního sdělení, s předmětem webové stránky, na které se nachází Allegro Reklamní plocha~~ **hodnota vypočítaná pro každé reklamní sdělení za účelem určení pořadí jeho zobrazení na Allegro reklamní ploše. V hodnotě součinu jsou zohledněny následující faktory:**

a) hodnota zúčtovací jednotky (zejména maximální cena za jedno kliknutí)

b) parametr shody reklamního sdělení (mj. míra propojenosti nabízeného zboží s chováním kupujících nebo potenciálních pořizovatelů)

c) kvalitativní parametry nabídky, jež je předmětem reklamního sdělení, zahrnující zejména historii její oblíbenosti, bodování kvality prodeje provozovaného prodejcem a cenu

d) předpokládaná efektivita zobrazování reklamního sdělení, která znamená pravděpodobnost, že zobrazení reklamy povede ke kliknutí.

31. **Pozice součinu** – ~~pořadí všech reklamních sdělení v případě dané formy reklamního sdělení na portálu Allegro, které se počítá individuálně. pořadí zobrazování reklamních sdělení stanovené pokaždé na základě hodnoty součinů, příslušné pro danou formu reklamního sdělení a Allegro reklamní plochu. Pokud dané reklamní sdělení nesplní podmínky způsobilosti, bude vyloučeno ze zobrazování na dané Allegro reklamní ploše, i kdyby ze samotné matematické hodnoty součinu vyplývalo jeho nejvyšší umístění v žebříčku. Způsobilost~~ **znamená ověření a schválení reklamního sdělení pro vyhodnocení k umístění v žebříčku součinů, které spočívá ve stanovení, zda může být dané reklamní sdělení zohledněno při stanovování pořadí zobrazování. Způsobilost je posuzována na základě kritérií odpovídajících danému kontextu a reklamní ploše, mj. zejména na základě toho, zda reklamní sdělení dosáhlo minimální požadované hodnoty součinu.**

(...)

33. **Cenová jednotka** – poplatek za zobrazení reklamního sdělení, který se podle níže uvedeného odstavce 5.4 řídí tímto modelem prodeje:

a. **Max. CPC** – jednotka používaná k vyúčtování sponzorovaných nabídek na základě počtu kliknutí na reklamní sdělení. Zadavatel reklamy stanoví maximální cenu brutto, kterou je ochotný zaplatit za jedno kliknutí, a to až do výše denního rozpočtu a s přihlédnutím k celkovému rozpočtu; možnost stanovit maximální cenu brutto se nevztahuje na reklamní plochu reklamní sítě. V takovém případě se poplatek za jedno kliknutí určuje v souladu s pravidly stanovenými daným provozovatelem reklamní sítě [a je navýšen o manipulační poplatek](#); výši poplatku omezuje denní rozpočet a zohledňuje se celkový rozpočet.

b. **Max. CPM** – jednotka používaná k vyúčtování grafických reklam na základě počtu zobrazení reklamního sdělení. 1 CPM je cena za každých 1 000 realizovaných zobrazení. Zadavatel reklamy stanoví maximální cenu brutto, kterou je ochoten zaplatit za každých 1 000 realizovaných zobrazení.

c. **Dynamická CPC** – jednotka používaná k vyúčtování sponzorovaných nabídek na základě počtu kliknutí na reklamní sdělení. Zadavatel reklamy nastaví průměrnou cenu brutto, kterou je ochoten zaplatit za jedno kliknutí, a to až do částky denního rozpočtu a včetně celkového rozpočtu. Dynamická CPC:

- i. Výše uvedená průměrná cena brutto se vypočítá pro celou předpokládanou dobu zobrazování reklamního sdělení, avšak přepočítá se po každé změně odhadované průměrné ceny brutto provedené zadavatelem reklamy.
- ii. Vzhledem k proměnlivým tržním podmínkám a očekávanému přínosu reklamního sdělení (stanovenému s přihlédnutím k odhadům strojových modelů a algoritmů Společnosti, které zohledňují zejména proměnlivé tržní podmínky pro zobrazení reklamního sdělení) bude cena reklamního sdělení brutto kolísat a může se odchýlit od předpokládané průměrné ceny brutto, nebude však nižší než hodnota minimální ceny za cenovou jednotku a nebude vyšší než 200 % průměrné ceny brutto stanovené zadavatelem reklamy.
- iii. V rámci modelu dynamické CPC se Společnost snaží dosáhnout průměrné ceny brutto stanovené zadavatelem reklamy v souladu s výše uvedenými podmínkami, avšak není možné zaručit, že se této ceny skutečně podaří dosáhnout.
- iv. Možnost specifikovat průměrnou cenu brutto se nevztahuje na reklamní plochu reklamní sítě – v tomto případě se poplatek za kliknutí stanoví podle pravidel příslušného poskytovatele reklamní sítě [a je navýšen o manipulační poplatek](#), a to až do výše denního rozpočtu a s přihlédnutím k celkovému rozpočtu.

- v. Zadavatel reklamy může zvolit cenovou jednotku pro každé reklamní sdělení na panelu služby Ads.

47. Manipulační poplatek – paušální nebo procentní poplatek, který Společnost účtuje za poskytování služeb zobrazování reklamního sdělení, správy a optimalizace zobrazování reklamního sdělení, a také za údržbu a vývoj technické infrastruktury podporující efektivitu zobrazování reklamních sdělení na reklamní ploše reklamní sítě. Tento poplatek se připočítává k nákladům zúčtovací jednotky, kterou účtuje poskytovatel reklamní sítě. Aktuální výše manipulačního poplatku je zveřejněna na adrese <https://salescenter.allegro.com/terms/tabela-marza-google-7G3Y4gnk1uv>. Výše manipulačního poplatku nepřekročí 20 % hodnoty zúčtovací jednotky včetně DPH, kterou účtuje poskytovatel reklamní sítě.

(...)

ČLÁNEK 3. PODMÍNKY ZOBRAZENÍ REKLAMNÍHO SDĚLENÍ (ALLEGRO.PL)

(...)

3.2.

Pro zobrazení reklamního sdělení musí zadavatel reklamy provést na panelu služby Ads tyto kroky:

- a. označit tržiště, na kterém má být reklamní sdělení zveřejněno,
- b. specifikovat nabídky nebo inzeráty na portálu Allegro, které mají být v reklamním sdělení propagovány,
- c. specifikovat hodnotu příslušné cenové jednotky, kterou je ochotný zaplatit v závislosti na vybrané formě reklamního sdělení podle odst. 33),
- d. stanovit datum začátku zobrazování vybraného reklamního sdělení,
- e. nastavit denní rozpočet pro vybrané reklamní sdělení,
- f. specifikovat reklamní plochu, na které má být reklamní sdělení propagováno.

Pro maximalizaci efektivity zobrazování reklamních sdělení může Společnost samostatně vybírat kanály pro zobrazování (Allegro reklamní plocha, reklamní plocha reklamní sítě), reklamní formáty i strategie aukce, a to s využitím autorských optimalizačních algoritmů a nákupních dat Allegro (first-party data).

(...)

ČLÁNEK 5. POPLATKY (ALLEGRO.PL)

(...)

5.3.

Výše poplatků splatných Společnosti se počítá na základě toho, kolik finančních prostředků určených na zobrazování sponzorovaných nabídek zadavatel reklamy skutečně použil v rámci denního rozpočtu a celkového rozpočtu, pokud jej stanovil, a na základě statistik, které jsou zadavateli reklamy k dispozici na panelu služby Ads. Základem pro výpočet výše poplatků odváděných Společnosti za zobrazování reklamních sdělení v rámci reklamní plochy reklamní sítě jsou náklady na zakoupení reklamní plochy reklamní sítě navýšené o manipulační poplatek. Manipulační poplatek je rozdíl mezi částkou přijatou od zadavatele reklamy (podle deklarované sazby za zúčtovací jednotku nebo celkového rozpočtu) a skutečnými náklady na zakoupení reklamní plochy reklamní sítě. Náklady na jednotlivé zúčtovací jednotky realizované na reklamní ploše reklamní sítě zahrnují náklady naúčtované poskytovatelem reklamní sítě a manipulační poplatek. Celkové náklady, jaké se zobrazí zadavateli reklamy na panelu služby Ads, již zahrnují naúčtovaný manipulační poplatek, který sníží dostupný denní rozpočet i celkový rozpočet. Společnost není povinna podrobně rozepisovat jednotlivé součásti poplatků za zobrazování reklamních sdělení a bude zobrazovat pouze celkový poplatek za zobrazování.

5.4.

Zadavatel reklamy bere na vědomí, že způsoby vyúčtování cenových jednotek, denních rozpočtů a celkových rozpočtů v rámci zveřejňování reklamních sdělení na jednotlivých webech provozovatelů reklamní sítě se mohou lišit od pravidel uvedených v těchto Podmínkách. V takovém případě platí pravidla pro vyúčtování jednotlivých indikátorů v souladu s pravidly stanovenými provozovateli reklamní sítě a pravidly pro naúčtování manipulačního poplatku. V rámci služby Allegro Ads upozorní Společnost na rozdílná pravidla pro vyúčtování jednotlivých indikátorů odkazem na příslušná ustanovení a pravidla nebo na podmínky provozovatelů reklamní sítě. Započetí využívání služby se rovná přijetí těchto podmínek.

(...)

ČLÁNEK 1. DEFINICE (ALLEGRO.CZ)

Níže uvedené výrazy a fráze použité v těchto Podmínkách mají následující význam:

(...)

27. **Součin** – součin maximální ceny za jedno kliknutí a poměru počtu kliknutí k počtu zobrazení reklamního sdělení během zobrazování reklamního sdělení, upravený o parametr shody produktu, který je předmětem daného reklamního sdělení, s předmětem webu, na kterém je umístěna Allegro Reklamní plocha, hodnota vypočítaná pro každé reklamní sdělení za účelem určení pořadí jeho zobrazení na Allegro reklamní ploše. V hodnotě součinu jsou zohledněny následující faktory:

a) hodnota zúčtovací jednotky (zejména maximální cena za jedno kliknutí)

b) parametr shody reklamního sdělení (mj. míra propojenosti nabízeného zboží s chováním kupujících nebo potenciálních pořizovatelů)

c) kvalitativní parametry nabídky, jež je předmětem reklamního sdělení, zahrnující zejména historii její oblíbenosti, bodování kvality prodeje provozovaného prodejcem a cenu

d) předpokládaná efektivita zobrazování reklamního sdělení, která znamená pravděpodobnost, že zobrazení reklamy povede ke kliknutí

28. Pozice součinu – pořadí všech reklamních sdělení v případě dané formy reklamního sdělení na portálu Allegro, které se počítá individuálně, pořadí zobrazování reklamních sdělení stanovené pokaždé na základě hodnoty součinů, příslušné pro danou formu reklamního sdělení a Allegro reklamní plochu. Pokud dané reklamní sdělení nesplní podmínky způsobilosti, bude vyloučeno ze zobrazování na dané Allegro reklamní ploše, i kdyby ze samotné matematické hodnoty součinu vyplývalo jeho nejvyšší umístění v žebříčku. **Způsobilost** znamená ověření a schválení reklamního sdělení pro vyhodnocení k umístění v žebříčku součinů, které spočívá ve stanovení, zda může být dané reklamní sdělení zohledněno při stanovování pořadí zobrazování. Způsobilost je posuzována na základě kritérií odpovídajících danému kontextu a reklamní ploše, mj. zejména na základě toho, zda reklamní sdělení dosáhlo minimální požadované hodnoty součinu.

(...)

30. Cenová jednotka – poplatek za zobrazení reklamního sdělení, který se podle níže uvedeného odstavce 5.4 řídí tímto modelem prodeje:

a. **Max. CPC** – jednotka používaná k vyúčtování sponzorovaných nabídek na základě počtu kliknutí na reklamní sdělení. Zadavatel reklamy stanoví maximální cenu brutto, kterou je ochotný zaplatit za jedno kliknutí, a to až do výše denního rozpočtu a s přihlédnutím k celkovému rozpočtu, přičemž možnost stanovit maximální cenu brutto se nevztahuje na reklamní plochu reklamní sítě. V takovém případě se poplatek za jedno kliknutí určuje v souladu s pravidly stanovenými daným provozovatelem reklamní sítě a je navýšen o manipulační poplatek; výši poplatku omezuje denní rozpočet zohledňuje se celkový rozpočet.

b. **Max. CPM** – jednotka používaná k vyúčtování grafických reklam na základě počtu zobrazení reklamního sdělení. 1 CPM je cena za každých 1 000 realizovaných zobrazení. Zadavatel reklamy stanoví maximální cenu brutto, kterou je ochoten zaplatit za každých 1 000 realizovaných zobrazení.

(...)

38. Manipulační poplatek – paušální nebo procentní poplatek, který Společnost účtuje za poskytování služeb zobrazování reklamního sdělení, správy a optimalizace zobrazování reklamního sdělení, a také za údržbu a vývoj technické infrastruktury podporující efektivitu zobrazování reklamních sdělení na reklamní ploše reklamní sítě. Tento poplatek se připočítává k nákladům zúčtovací jednotky, kterou účtuje poskytovatel reklamní sítě. Aktuální výše manipulačního poplatku je zveřejněna na adrese <https://salescenter.allegro.com/terms/tabela-marza-google-7G3Y4gnk1uv>. Výše manipulačního

poplatku nepřekročí 20 % hodnoty zúčtovací jednotky včetně DPH, kterou účtuje poskytovatel reklamní sítě.

ČLÁNEK 3. PODMÍNKY ZOBRAZENÍ REKLAMNÍHO SDĚLENÍ (ALLEGRO.CZ)

(...)

3.2.

Pro zobrazení reklamního sdělení musí zadavatel reklamy provést na panelu služby Ads tyto kroky:

- a. označit tržiště, na kterém má být reklamní sdělení zveřejněno,
- b. specifikovat nabídky vystavené na portálu Allegro, které mají být v reklamním sdělení propagovány,
- c. specifikovat hodnotu příslušné cenové jednotky, kterou je ochotný zaplatit v závislosti na vybrané formě reklamního sdělení,
- d. stanovit datum začátku zobrazování vybraného reklamního sdělení,
- e. nastavit denní rozpočet pro vybrané reklamní sdělení,
- f. specifikovat Allegro Reklamní plochu, na které má být reklamní sdělení propagováno.

Pro maximalizaci efektivity zobrazování reklamních sdělení může Společnost samostatně vybírat kanály pro zobrazování (Allegro reklamní plocha, reklamní plocha reklamní sítě), reklamní formáty i strategie aukce, a to s využitím autorských optimalizačních algoritmů a nákupních dat Allegro (first-party data).

(...)

ČLÁNEK 5. POPLATKY (ALLEGRO.CZ)

(...)

5.3.

Výše poplatků splatných Společnosti se počítá na základě toho, kolik finančních prostředků určených na zobrazování sponzorovaných nabídek zadavatel reklamy skutečně použil v rámci denního rozpočtu a celkového rozpočtu, pokud jej stanovil, a na základě statistik, které jsou zadavateli reklamy k dispozici na panelu služby Ads. Základem pro výpočet výše poplatků odváděných Společnosti za zobrazování reklamních sdělení v rámci reklamní plochy reklamní sítě jsou náklady na zakoupení reklamní plochy reklamní sítě navýšené o manipulační poplatek. Manipulační poplatek je rozdíl mezi částkou přijatou od zadavatele reklamy (podle deklarované sazby za zúčtovací jednotku nebo celkového rozpočtu) a skutečnými náklady na zakoupení reklamní plochy reklamní sítě. Náklady na jednotlivé zúčtovací jednotky realizované na reklamní ploše reklamní sítě zahrnují náklady naúčtované poskytovatelem

reklamní síť a manipulační poplatek. Celkové náklady, jaké se zobrazí zadavateli reklamy na panelu služby Ads, již zahrnují naúčtovaný manipulační poplatek, který sníží dostupný denní rozpočet i celkový rozpočet. Společnost není povinná podrobně rozepisovat jednotlivé součásti poplatků za zobrazování reklamních sdělení a bude zobrazovat pouze celkový poplatek za zobrazování.

5.4.

Zadavatel reklamy bere na vědomí, že způsoby vyúčtování cenových jednotek, denních rozpočtů a celkových rozpočtů v rámci zveřejňování reklamních sdělení na jednotlivých webech provozovatelů reklamní sítě se mohou lišit od pravidel uvedených v těchto Podmínkách. V takovém případě platí pravidla pro vyúčtování jednotlivých indikátorů v souladu s pravidly stanovenými provozovateli reklamní sítě a [pravidly pro naúčtování manipulačního poplatku](#). V rámci služby Allegro Ads upozorní Společnost na rozdílná pravidla pro vyúčtování jednotlivých indikátorů odkazem na příslušná ustanovení a pravidla nebo na podmínky provozovatelů reklamní sítě. Započetí využívání služby se rovná přijetí těchto podmínek.

(...)

ČLÁNEK 1. DEFINICE (ALLEGRO.SK)

Níže uvedené výrazy a fráze použité v těchto Podmínkách mají následující význam:

(...)

27. Součin – ~~součin maximální ceny za jedno kliknutí a poměru počtu kliknutí k počtu zobrazení reklamního sdělení během zobrazování reklamního sdělení, upravený o parametr shody produktu, který je předmětem daného reklamního sdělení, s předmětem webu, na kterém je umístěna Allegro Reklamní plocha.~~ **hodnota vypočítaná pro každé reklamní sdělení za účelem určení pořadí jeho zobrazení na Allegro reklamní ploše. V hodnotě součinu jsou zohledněny následující faktory:**

a) hodnota zúčtovací jednotky (zejména maximální cena za jedno kliknutí)

b) parametr shody reklamního sdělení (mj. míra propojenosti nabízeného zboží s chováním kupujících nebo potenciálních pořizovatelů)

c) kvalitativní parametry nabídky, jež je předmětem reklamního sdělení, zahrnující zejména historii její oblíbenosti, bodování kvality prodeje provozovaného prodejcem a cenu

d) předpokládaná efektivita zobrazování reklamního sdělení, která znamená pravděpodobnost, že zobrazení reklamy povede ke kliknutí

28. Pozice součinu – ~~pořadí všech reklamních sdělení v případě dané formy reklamního sdělení na portálu Allegro, které se počítá individuálně.~~ **pořadí zobrazování reklamních sdělení stanovené pokaždé na základě hodnoty součinů, příslušné pro danou formu reklamního sdělení a Allegro reklamní plochu. Pokud dané reklamní sdělení nesplní podmínky způsobilosti, bude vyloučeno ze zobrazování na dané Allegro reklamní ploše, i kdyby ze samotné matematické hodnoty součinu vyplývalo jeho nejvyšší**

umístění v žebříčku. **Způsobilost** znamená ověření a schválení reklamního sdělení pro vyhodnocení k umístění v žebříčku součinů, které spočívá ve stanovení, zda může být dané reklamní sdělení zohledněno při stanovování pořadí zobrazování. Způsobilost je posuzována na základě kritérií odpovídajících danému kontextu a reklamní ploše, mj. zejména na základě toho, zda reklamní sdělení dosáhlo minimální požadované hodnoty součinu.

(...)

30. **Cenová jednotka** – poplatek za zobrazení reklamního sdělení, který se podle níže uvedeného odstavce 5.4 řídí tímto modelem prodeje:

a. **Max. CPC** – jednotka používaná k vyúčtování Sponzorovaných nabídek na základě počtu Kliknutí na Reklamní sdělení. Zadavatel reklamy stanoví maximální cenu brutto, kterou je ochotný zaplatit za jedno kliknutí, a to až do výše denního rozpočtu a s přihlédnutím k celkovému rozpočtu, přičemž možnost stanovit maximální cenu brutto se nevztahuje na reklamní plochu reklamní sítě. V takovém případě se poplatek za jedno kliknutí určuje v souladu s pravidly stanovenými daným provozovatelem reklamní sítě a je navýšen o manipulační poplatek; výši poplatku omezuje denní rozpočet zohledňuje se celkový rozpočet.

b. **Max. CPM** – jednotka používaná k vyúčtování grafických reklam na základě počtu zobrazení reklamního sdělení. 1 CPM je cena za každých 1 000 realizovaných zobrazení. Zadavatel reklamy stanoví maximální cenu brutto, kterou je ochoten zaplatit za každých 1 000 realizovaných zobrazení.

(...)

38. **Manipulační poplatek** – paušální nebo procentní poplatek, který Společnost účtuje za poskytování služeb zobrazování reklamního sdělení, správy a optimalizace zobrazování reklamního sdělení, a také za údržbu a vývoj technické infrastruktury podporující efektivitu zobrazování reklamních sdělení na reklamní ploše reklamní sítě. Tento poplatek se připočítává k nákladům zúčtovací jednotky, kterou účtuje poskytovatel reklamní sítě. Aktuální výše manipulačního poplatku je zveřejněna na adrese <https://salescenter.allegro.com/terms/tabela-marza-google-7G3Y4gnk1uv>. Výše manipulačního poplatku nepřekročí 20 % hodnoty zúčtovací jednotky včetně DPH, kterou účtuje poskytovatel reklamní sítě.

ČLÁNEK 3. PODMÍNKY ZOBRAZENÍ REKLAMNÍHO SDĚLENÍ (ALLEGRO.SK)

(...)

3.2.

Pro zobrazení reklamního sdělení musí zadavatel reklamy provést na panelu služby Ads tyto kroky:

a. označit tržiště, na kterém má být reklamní sdělení zveřejněno,

b. specifikovat nabídky vystavené na portálu Allegro, které mají být v reklamním sdělení propagovány,

- c. specifikovat hodnotu příslušné cenové jednotky, kterou je ochotný zaplatit v závislosti na vybrané formě reklamního sdělení,
- d. stanovit datum začátku zobrazování vybraného reklamního sdělení,
- e. nastavit denní rozpočet pro vybrané reklamní sdělení,
- f. specifikovat reklamní plochu, na které má být reklamní sdělení propagováno.

Pro maximalizaci efektivity zobrazování reklamních sdělení může Společnost samostatně vybírat kanály pro zobrazování (Allegro reklamní plocha, reklamní plocha reklamní sítě), reklamní formáty i strategie aukce, a to s využitím autorských optimalizačních algoritmů a nákupních dat Allegro (first-party data).

(...)

ČLÁNEK 5. POPLATKY (ALLEGRO.SK)

(...)

5.3.

Výše poplatků splatných Společnosti se počítá na základě toho, kolik finančních prostředků určených na zobrazování sponzorovaných nabídek zadavatel reklamy skutečně použil v rámci denního rozpočtu a celkového rozpočtu, pokud jej stanovil, a na základě statistik, které jsou zadavateli reklamy k dispozici na panelu služby Ads. Základem pro výpočet výše poplatků odváděných Společnosti za zobrazování reklamních sdělení v rámci reklamní plochy reklamní sítě jsou náklady na vykoupení reklamní plochy reklamní sítě navýšené o manipulační poplatek. Manipulační poplatek je rozdíl mezi částkou přijatou od zadavatele reklamy (podle deklarované sazby za zúčtovací jednotku nebo celkového rozpočtu) a skutečnými náklady na vykoupení reklamní plochy reklamní sítě. Náklady na jednotlivé zúčtovací jednotky realizované na reklamní ploše reklamní sítě zahrnují náklady naúčtované poskytovatelem reklamní sítě a manipulační poplatek. Celkové náklady, jaké se zobrazí zadavateli reklamy na panelu služby Ads, již zahrnují naúčtovaný manipulační poplatek, který sníží dostupný denní rozpočet i celkový rozpočet. Společnost není povinna podrobně rozepisovat jednotlivé součásti poplatků za zobrazování reklamních sdělení a bude zobrazovat pouze celkový poplatek za zobrazování.

5.4.

Zadavatel reklamy bere na vědomí, že způsoby vyúčtování cenových jednotek, denních rozpočtů a celkových rozpočtů v rámci zveřejňování reklamních sdělení na jednotlivých webech provozovatelů reklamní sítě se mohou lišit od pravidel uvedených v těchto Podmínkách. V takovém případě platí pravidla pro vyúčtování jednotlivých indikátorů v souladu s pravidly stanovenými provozovateli reklamní sítě a pravidly pro naúčtování manipulačního poplatku. V rámci služby Allegro Ads upozorní Společnost na rozdílná pravidla pro vyúčtování jednotlivých indikátorů odkazem na příslušná ustanovení a pravidla nebo na podmínky provozovatelů reklamní sítě. Započetí využívání služby se rovná přijetí těchto podmínek.

(...)

ČLÁNEK 1. DEFINICE (ALLEGRO.HU)

Níže uvedené výrazy a fráze použité v těchto Podmínkách mají následující význam:

27. **Součin** – ~~součin maximální ceny za jedno kliknutí a poměru počtu kliknutí k počtu zobrazení reklamního sdělení během zobrazování reklamního sdělení, upravený o parametr shody produktu, který je předmětem daného reklamního sdělení, s předmětem webu, na kterém je umístěna Allegro Reklamní plocha.~~ **hodnota vypočítaná pro každé reklamní sdělení za účelem určení pořadí jeho zobrazení na Allegro reklamní ploše. V hodnotě součinu jsou zohledněny následující faktory:**

a) hodnota zúčtovací jednotky (zejména maximální cena za jedno kliknutí)

b) parametr shody reklamního sdělení (mj. míra propojenosti nabízeného zboží s chováním kupujících nebo potenciálních pořizovatelů)

c) kvalitativní parametry nabídky, jež je předmětem reklamního sdělení, zahrnující zejména historii její oblíbenosti, bodování kvality prodeje provozovaného prodejcem a cenu

d) předpokládaná efektivita zobrazování reklamního sdělení, která znamená pravděpodobnost, že zobrazení reklamy povede ke kliknutí

28. **Pozice součinu** – ~~pořadí všech reklamních sdělení v případě dané formy reklamního sdělení na portálu Allegro, které se počítá individuálně.~~ **pořadí zobrazování reklamních sdělení stanovené pokaždé na základě hodnoty součinů, příslušné pro danou formu reklamního sdělení a Allegro reklamní plochu. Pokud dané reklamní sdělení nesplní podmínky způsobilosti, bude vyloučeno ze zobrazování na dané Allegro reklamní ploše, i kdyby ze samotné matematické hodnoty součinu vyplývalo jeho nejvyšší umístění v žebříčku. Způsobilost** znamená ověření a schválení reklamního sdělení pro vyhodnocení k umístění v žebříčku součinů, které spočívá ve stanovení, zda může být dané reklamní sdělení zohledněno při stanovování pořadí zobrazování. Způsobilost je posuzována na základě kritérií odpovídajících danému kontextu a reklamní ploše, mj. zejména na základě toho, zda reklamní sdělení dosáhlo minimální požadované hodnoty součinu.

(...)