Specyfikacja Reklama FacebookAds

1. Emisja reklamy w serwisie Facebook.
2. Reklama może przekierowywać do:
    - Strony, aplikacji lub wydarzenia, którego administratorem na Facebooku jest Klient lub;
    - Witryny zewnętrznej lub;
    - ZumiPage firmy Zamawiającego w Serwisie Zumi lub;
    - ZumiPage oddziału firmy Zamawiającego w Serwisie Zumi.
3. Każda reklama musi zawierać obraz.
4. Wszystkie techniczne wytyczne (rozmiar, waga, dopuszczalna liczba znaków, etc.) dotyczące reklamy zgodnie z informacjami na stronie: https://www.facebook.com/help/515700171838091/
5. Reklamy na Facebooku mogą pojawiać się w „Aktualnościach", w prawej kolumnie dowolnej strony serwisu i w wynikach wyszukiwania.
6. Reklamodawca ponosi koszty kampanii Reklama Facebook Ads oraz prowizji za prowadzenie kampanii. Wysokość prowizji zależy od wybranej przez Zamawiającego wartości miesięcznego budżetu przeznaczonego na reklamę na Facebook Ads i stanowi 25% wartości tego budżetu. Oznacza to, że w przypadku wyboru przez Zamawiającego rzeczywistego budżetu przeznaczonego na Reklamę na Facebooku w wysokości 200 zł netto miesięcznie, Zamawiający płaci Dostawcy 25% od tej kwoty za usługę prowadzenia kampanii reklamowej w wysokości 50 zł netto. Całkowita wartość miesięczna zamówienia w tym przypadku wynosi 250 zł netto.
7. Minimalna wartość budżetu przeznaczonego na kampanię reklamową w skali miesiąca wraz z prowizją Dostawcy wynosi 250 zł netto, zaś minimalna wartość całości zamówienia wraz z prowizją Dostawcy wynosi 1000 zł netto. Obie wartości zawierają już prowizję Dostawcy za usługę prowadzenia kampanii Reklama Facebook Ads, która stanowi 25% wartości rzeczywistego budżetu przeznaczonego na reklamę na Facebooku. Minimalny rzeczywisty budżet przeznaczony na Reklamę Facebook Ads w skali miesiąca wynosi zatem 200 zł netto, zaś minimalny rzeczywisty budżet w skali wartości całego zamówienia wynosi 800 zł netto.
8. Klient po podpisaniu zamówienia może wybrać ilość strategii reklamowych, czyli sposobów realizacji budżetu reklamowego w serwisie Facebook z 7 dostępnych opcji. Wybór strategii reklamowych powinien być uzależniony od celu jaki spełnić ma kampania reklamowa na Facebooku. Możliwe są poniższe strategie reklamowe:
    - Promocja postu / Promocja strony FB - https://www.facebook.com/business/ads-guide/clicks-to-website/links/?toggle0=Zdjęcie / https://www.facebook.com/business/ads-guide/page-likes/?toggle0=Zdjęcie
    - Promocja www - https://www.facebook.com/business/ads-guide/clicks-to-website/links/?toggle0=Zdjęcie
    - Promocja wydarzenia - https://www.facebook.com/business/ads-guide/event-responses/
    - Karuzela - https://www.facebook.com/business/ads-guide/clicks-to-website/carousel?toggle0=Zdjęcie
    - Dotarcie do osób w pobliżu firmy - https://www.facebook.com/business/ads-guide/local-awareness/

- Oferta specjalna - https://www.facebook.com/business/ads-guide/offer-claims/
- Promocja filmu - https://www.facebook.com/business/ads-guide/video-views/facebook-video-views/

Jeśli Klient nie dokona wyboru ilości i/lub rodzaju strategii reklamowych wybór ten będzie leżał w gestii operatora kampanii po stronie Dostawcy. W trakcie trwania umowy Klient ma prawo do dwukrotnej zmiany rodzaju strategii reklamowej. Zmiany powyższe zostaną wprowadzone w maksymalnym terminie 2 dni roboczych.

9. Minimalnie Klient może wybrać 1 strategię a maksymalnie 4 strategie reklamowe. Możliwa do wyboru ilość strategii reklamowych uzależniona jest od wartości budżetu przeznaczonego na reklamę Facebook Ads:
    - Budżet do 250 zł netto miesięcznie – maksymalnie 2 strategie reklamowe
    - Budżet do 375 zł netto miesięcznie – maksymalnie 3 strategie reklamowe
    - Budżet do 500 zł netto miesięcznie – maksymalnie 4 strategie reklamowe
    - Budżet powyżej 625 zł netto miesięcznie – maksymalnie 4 strategie reklamowe
10. Na uruchomienie kampanii Facebook Ads potrzebujemy do 4 dni roboczych od otrzymania wpłaty. Przez cały okres trwania kampanii nasi specjaliści czuwają nad tym, aby uzyskać najlepsze parametry. Kampania trwa do momentu zużycia rzeczywistego budżetu przeznaczonego na reklamę Facebook Ads w skali miesiąca (średnio miesiąc), mogą jednak wystąpić znaczne odchylenia w zależności od kryteriów targetowania, grupy docelowej, tematyki reklamy, budżetu kampanii, etc. Niewykorzystany w poprzednim miesiącu kalendarzowym budżet na reklamę przechodzi do wykorzystania na kolejny miesiąc.
11. Aby zapewnić najwyższą skuteczność reklamy grafiki oraz treść wszystkich tekstów reklamowych jest tworzona przez naszych specjalistów i nie podlega akceptacji przez Zamawiającego.
12. Reklama może być targetowana, w zależności od ustaleń z Klientem, na całą Polskę, województwo lub konkretną miejscowość. Kampanie Facebook Ads targetowane są po opcjach rozszerzonych. Możliwe opcje targetowania dla kampanii Facebook Ads określone są pod adresem: https://www.facebook.com/business/help/433385333434831. O wyborze targetu, do którego skierowana jest reklama decyduje operator kampanii reklamowej po srtronie Dostawcy w porozumieniu z Klientem. W przypadku wybrania przez Klienta dodatkowych kategorii targetowania zawężających grupę docelową, szacowana liczba pozyskanych fanów/ kliknięć może się zmniejszyć.
13. Klient wskazuje konkretną datę uruchomienia kampanii, która określona jest w zamówieniu.
14. Szacowana liczba pozyskanych fanów/ przekierowań uzależniona jest od wielu czynników i ma charakter tylko informacyjny. Nie może być traktowana jako podstawa do roszczeń.
15. W celu zrealizowania kampanii niezbędne jest przekazanie przez Klienta odpowiednich uprawnień administracyjnych do profilu Klienta na Facebook'u.
16. Reklamodawca otrzymuje na koniec każdego miesiąca, na wskazany adres e-mail, raport zbiorczy, podsumowujący realizację kampanii.