

Příloha 1. Technický popis systému Boost

1 Pokyny k uzavření Smlouvy o kampani pro Sponzorování na Televizních programech v Elektronickém systému Dodavatele

Smlouva o kampani, jejímž předmětem je Sponzorování na Televizních programech, se v Elektronickém systému uzavírá následovně:

- 1.1 Objednatel v Elektronickém systému rezervuje umístění Sponzorských spotů v záložce "Sponsoring rezervace", kde v prvním kroku vyplní tyto základní povinné údaje:
 - a) název Klienta,
 - b) specifikace Předmětu Obchodního sdělení,
 - c) Cílová skupina, na kterou chce Sponzorský Spot zaměřit a
 - d) období Kampaně.
- 1.2 Pokud výběr některého povinného údaje není na záložce dostupný, vkládá Objednatel tyto údaje pomocí polí „Vlastní klient“, „Vlastní produkt“ nebo „Vlastní cílová skupina“. Po vyplnění všech těchto údajů Objednatel stiskne tlačítko "Pokračovat v rezervaci".
- 1.3 V dalším kroku Objednatel vyplní povinné údaje:
 - a) Televizní program,
 - b) formát,
 - c) počet Sponzorských Spotů,
 - d) časová délka Sponzorského Spotu anebo typ zobrazení (injektáže) v souladu s vybraným formátem.
- 1.4 Po vyplnění všech uvedených údajů Objednatel vybere v sekci „Časové pásmo“ prostřednictvím kalendáře jednotlivé časy se specifikací pořadu (Televizního programu), kde má zájem o Sponzorování a jeho rezervaci.
- 1.5 Kalendář zobrazuje volná časová pásma (růžová), maximální počet Klientů, které lze do daného času zařadit, počet již zařazených Klientů, již vyprodaná či plně rezervovaná pásma (šedivě). Oranžově se zobrazují Objednatel právě vybraná rezervovaná časová pásma (lze zrušit opětovným kliknutím na dané místo). Pro usnadnění procesu vytváření rezervace lze využít filtr pro dny.
- 1.6 U vyprodaných a plně rezervovaných pásem (šedivých) může Objednatel spustit funkci "Hlídací pes" (ikonka zvonečku), která sleduje, zda se požadované časové pásmo uvolní pro rezervaci. Tlačítkem „Ano“ Objednatel potvrdí svůj zájem o sledování tohoto časového pásma (Objednatel obdrží emailové upozornění o zařazení na čekací listinu pro dané časové pásmo) nebo stiskne tlačítko "Ne", pokud tuto funkci nechce využít. V případě, že se dané časové pásmo uvolní, obdrží Objednatel e-mailové upozornění

s informací o uvolnění. Objednatel pak může upravit již vytvořenou rezervaci nebo využít uvolněné časové pásmo pro upravenou nebo novou rezervaci Sponzorských Spotů. Funkci „Hlídacího psa“ může mít aktivováno více objednatelů a Dodavatel proto neposkytuje žádnou záruku Objednateli, že pro něj časové pásmo bude aktivací funkce “Hlídací pes” rezervováno.

- 1.7 Vybraná časová pásma lze detailně sledovat v dolní části okna rezervace.
- 1.8 Některá časová pásma vyžadují pro rezervaci zvláštní schválení Dodavatelem, v kalendáři jsou označena symbolem „X“. Takto označené časové pásmo je rezervováno až poté, co rezervaci Dodavatel schválil zasláním e-mailu o schválení rezervace.
- 1.9 V rámci rezervace se uvádí výchozí výše slevy, kterou může měnit pouze Dodavatel v pozdější fázi rezervace.
- 1.10 Objednatel může do rezervace doplnit jakékoli dodatečné informace pomocí pole „Poznámka k rezervaci“. Tyto údaje mají pouze informativní a doplňující charakter a Dodavatel jimi není nijak vázán.
- 1.11 Objednatel může u vybraných formátů Sponzorského Spotu navrhnout jinou časovou délku Spotu (stopáž) Sponzorského Spotu (prostřednictvím pole "Vlastní stopáž") než tu, která je uvedena ve výběru počtu Sponzorských Spotů (Elektronický systém pak upravuje nabízená časová pásma dle výběru vlastní časové délky Spotu), preferovanou pozici Sponzorského Spotu (následně pak vybírá časová pásma odpovídající této preferované pozici). Objednatel dále může pro určité časové pásmo rezervovat Aliančním Spot (viz příslušnou část tohoto článku), pak označí tuto možnost v rezervaci a navrhne časová k umístění Aliančního Spotu). Ve shrnutí rezervace se u celkového počtu Sponzorských Spotů objeví hvězdička, pokud Objednatel pro konkrétní časové pásmo navrhuje vlastní časovou délku, preferovanou pozici, Alianční Spot nebo jejich kombinace.
- 1.12 Ve shrnutí rezervace má Objednatel přehled o vybraných časových pásmech, přičemž časová pásma může zrušit. U každého časového pásma se mu zobrazují:
 - a) Datum a čas
 - b) Formát
 - c) Počet pořadů
 - d) Počet Sponzorských Spotů celkem
 - e) Sezónní koeficient
 - f) Celková cena dle Ceníku za šíření Sponzorských Spotů
 - g) Výše Slevy
 - h) Výsledná cena
- 1.13 Před dokončením rezervace Sponzorských Spotů může Objednatel vytvoření rezervace zrušit (tím se vrátí na začátek postupu), upravit první krok rezervace (pouze v údajích o Předmětu Obchodního sdělení a Cílové skupině; změna údaje o Klientovi nebo časovém období je možná pouze prostřednictvím nové rezervace), uložit rezervaci do rozpracovaných (zadání se v přehledu rezervací Objednatele přesouvá do stavu „Rozpracované“).

- 1.14 Rezervace je dokončena kliknutím Objednatele na tlačítko „Poptat rezervaci“, čímž dojde k poptání rezervace a odeslána Dodavateli, přičemž se rezervace přesouvá se do stavu „Čeká na schválení“. Dodavatel může:
- 1.15 Rezervaci zcela odmítnout, čímž se rezervace přesouvá do stavu „Zrušeno“ a následně může být z Elektronického systému vymazána.
- 1.16 poptanou rezervaci v Elektronickém systému upravit, čímž se přesune do stavu „Probíhá vyjednávání“, o čemž bude Objednatel informován e-mailem. Podle výsledku vyjednávání pak Dodavatel postupuje obdobně podle příslušné odrážky tohoto bodu.
- 1.17 Rezervaci zaevidovat beze změn, čímž se v Elektronickém systému přesouvá do stavu „Zaevidováno“. Od okamžiku zaevidování rezervace beze změn začíná běžet Objednateli lhůta pro závazné potvrzení rezervace (dále jen „Lhůta pro závazné potvrzení rezervace Objednatel“). Zaevidovanou rezervaci si může Objednatel stáhnout ve formě souboru .pdf či .xls. Dodavatel má právo zaevidovanou rezervaci kdykoliv jednostranně odmítnout bez udání důvodu, aniž by z toho Objednateli vznikly jakékoli nároky.
- 1.18 Lhůta pro závazné potvrzení rezervace Objednatel je časové období, ve kterém má Objednatel právo závazně potvrdit svou rezervaci stisknutím tlačítka "Závazně objednat". Potvrzením rezervace ve Lhůtě pro závazné potvrzení rezervace Objednatel dle přechodí věty je uzavřena Smlouva o kampani, jejímž předmětem je šíření Obchodních sdělení dle rezervace. Uzavření Smlouvy o kampani je indikováno v Elektronickém systému. Délka Lhůty pro závazné potvrzení rezervace Objednatel se odvíjí od délky časového intervalu mezi zaevidováním rezervace Dodavatelem a v rezervaci uvedeným dnem, kdy by mělo být zahájeno šíření Obchodních sdělení (dále jen „Start kampaně“):
- 1.19 Rezervace, u které marně uběhla Lhůta pro závazné potvrzení rezervace Objednatel, je automaticky zrušena.
- 1.20 U rezervace, u které časový interval jejího zaevidování Dodavatelem a Startem kampaně spadají do stejného kalendářního měsíce, činí Lhůta pro závazné potvrzení rezervace Objednatel 3 pracovní dny. U rezervace, u které časový interval mezi jejím zaevidováním Dodavatelem a Startem kampaně činí 2 měsíce a více, činí Lhůta pro závazné potvrzení rezervace Objednatel 6 týdnů. U rezervace, u které časový interval mezi jejím zaevidováním Dodavatelem a Startem kampaně nespadá do žádné předchozí kategorie, činí Lhůta pro závazné potvrzení rezervace Objednatel 14 dnů.
- 1.21 Objednatel je informován o blížícím se konci Lhůty pro závazné potvrzení rezervace Objednatel zasláním notifikace z Elektronického systému na Autorizovanou e-mailovou adresu, a to 5 dní a 2 hodiny před koncem Lhůty pro závazné potvrzení rezervace Objednatel.
- 1.22 Po uzavření Smlouvy o kampani následně probíhá konečná specifikace zvukově obrazových záznamů, u kterých bude Sponzorský Spot umístěn (tzv. finální rezervace nebo "booking"). Po konečné specifikaci je Smlouva o kampani v Elektronickém systému označena jako "Zabookovaná“.
- 1.23 Objednatel může mimořádně požádat Dodavatele o úpravu Smlouvy o kampani, s výjimkou Výsledné ceny a požadavků na úpravu časových pásem v době kratší než 3 pracovní dny před zahájením šíření Sponzorských Spotů. Dodavatel o takové úpravě může dle svého uvážení s Objednatel jednat, ale není povinen takové žádosti vyhovět.

- 1.24 Elektronický systém zobrazuje stavy jednotlivých Rezervací: "Rozpracované" (nebyly odeslány Dodavateli k schválení), "Čeká na schválení" (očekávají reakci od Dodavatele), "Zrušené" (zrušeny jednou ze stran).

2 Pokyny ke specifikaci preferovaného nasazení Reklamní Spotů na Televizních programech v Elektronickém systému

- 2.1 Tyto pokyny upravují možnost specifikace preferovaného vysílání Reklamních Spotů na Televizních programech. Informace, které Objednatel Dodavateli tímto způsobem poskytne jsou pro Dodavatele pouze informativní a Dodavatel jimi při konečném nasazení Reklamních spotů není vázán.
- 2.2 V Elektronickém systému je na úrovni Objednávek implementováno rozhraní, kde Objednatel může specifikovat preferované nasazení Reklamní kampaně od okamžiku, kdy se nabojuje Smlouva o kampani (tj. je již známo, v jakých Reklamních blocích budou Reklamní Spoty vysílány)
- 2.3 Objednatel zadá časové období, AKA kód(y) a případnou rotaci Reklamních spotů, buď dle pravidel, nebo formou zaslání přehledu umístění Reklamních Spotů ve výčtu Reklamních bloků, kde budou Reklamní Spoty vysílány.
- 2.4 O těchto krocích Objednatele bude informován Dodavatel (tj. příslušní traffic administrátoři), který může požadované nasazení zamítnout s odůvodněním (o čemž bude Objednatel okamžitě informován) nebo schválit.
- 2.5 V případě schválení provede Dodavatel ověření dostupnosti zadaných AKA kódů ve svých systémech. V případě ověřených dostupných AKA kódů proběhne po automatické technické kontrole a vizuální kontrole Dodavatele proces automatického založení v systémech Dodavatele.
- 2.6 Spoty se pak dle zadaných pravidel automaticky přiřadí k prázdným pozicím ve Smlouvě o kampani. Tento proces se bude s optimalizací opakovat, aby pokryl i doplňované Reklamní spoty.
- 2.7 Pokud Objednatel nasazení nespecifikuje nebo pokud bude nasazení nekompletní, Dodavatel ho o možnosti návrhu specifikace nasazení Reklamních spotů nejprve informuje, nejprve 5 dnů a poté ještě 3 dny před začátkem vysílání.
- 2.8 Objednatel bude zároveň vyzván v případě nutnosti dodání prohlášení o české potravíně, o soutěži a rovněž informován v případě účtování Aliančního příplatku (Objednatel bude o těchto skutečnostech rovněž informován pro zaškrtnutí příslušných zaškrtačích políček v Prima Delivery a následném propsání do Elektronického systému.
- 2.9 V případě výměn a úprav nasazení Reklamních spotů se bude Objednatel řídit kalendářem předuzavírek, který mu umožní provádět změny pouze tam, kde je to ještě možné, urgentní případy se budou řešit s Dodavatelem individuálně.