

Splošni pogoji oglaševanja na Planet Siol.net in mobilnem portalu Planet Siol.net

SPLOŠNA PRAVILA IN POGOJI OGLAŠEVANJA DRUŽBE TS MEDIA

Družba TSmedia, d. o. o., trži oglasni prostor na različnih portalih: spletnih in mobilnih (dosegljivih preko mobilnih naprav) portalih, na lastnih portalih in portalih tretjih oseb, kjer ima na voljo oglasni prostor, ter tudi v drugih medijih, ki jih ureja. TSmedia s temi Splošnimi pravili in pogoji oglaševanja družbe TSmedia (v nadaljevanju SPP) ureja pravila in pogoje oglaševanja.

SPLOŠNI POGOJI

Pri objavi tržnocomunikacijskih sporočil (v nadaljevanju sporočila) naročnika TSmedia sledi svoji poslovni politiki in zasnovi medijev oziroma portalov, na katerih naj bi se sporočilo objavilo. Sporočila se objavljajo v skladu z naročilom. Sporočila ne smejo biti v nasprotju z veljavno zakonodajo, oglaševalskim kodeksom ter jezikovnimi in tehničnimi predpisi. TSmedia si pridržuje pravico do zavrnitve objave sporočila tudi v primerih, ko oglas ni v skladu s programsko zasnovano medijev ali ni v skladu s celostno in vsebinsko podobo portalov v oziroma mestom, na katerem naj bi se sporočilo objavilo.

Družba TSmedia si pridržuje pravico, da sama in po lastni presoji in ob upoštevanju razpoložljivega oglasnega prostora odloča o tem, ali ima poslovni interes in ali je pripravljena objaviti sporočila posameznega naročnika. TSmedia si izrecno pridržuje pravico zavrniti tako naročnika kot tudi posamezno sporočilo (ne glede na to, ali je sicer sklenil pogodbo z naročnikom ali ne).

TSmedia lahko s posameznimi oglaševalci, ki sicer sodelujejo z agencijami ali združenjem agencij, sodeluje neposredno, če je interes obojestranski. Takšno sodelovanje je neodvisno od agencije ali združenja agencij in ne šteje v njihov letni dogovorjeni pogodbeni znesek, če ta obstaja.

NAROČILO OGLAŠEVANJA

Splošno

Vsako naročilo oglaševanja ali rezervacija oglasnega prostora se šteje za sprejeto šele po tem, ko ga TSmedia potrdi.

Spletni portali

Naročnikova rezervacija zakupa oglasnega prostora na spletnih portalih mora biti oddana v pisni obliki na naslov: TSmedia, d. o. o., Sektor za prodajo, Cigaletova 15, 1000 Ljubljana. To je pogoj za objavo oglasnega sporočila. Rezervacijo in naročilo oglasnega prostora je mogoče preklicati 2 dni pred rokom za oddajo materialov. Ob kasnejšem preklicu naročila je TSmedia upravičen do odškodnine v vrednosti 30 odstotkov bruto cene oglasnega prostora.

Rok za oddajo tržnocomunikacijskih sporočil za objavo na spletnem portalu je 3 delovne dni pred prvo objavo.

Mobilni portali

TSmedia zaradi svojevrstnosti medija trži mobilne portale po posebnem postopku, določenem tu. Naročnik, ki ga zanima oglaševanje na mobilnem portalu Planet Siol.net, pošlje naročilo. Vsako naročilo mora vsebovati natančno opredeljeno željo in opis zelenega načina oglaševanja na mobilnem portalu. V primeru nejasnega naročila bo TSmedia naročnika pozval k dopolnitvi oziroma z njim stopil v kontakt in skupaj z njim določil želje. TSmedia nato preveri in ugotovi možnost izvedbe objave tržnocomunikacijskih sporočil na mobilnem portalu znotraj zakupljenega sklopa oz. oglasnega prostora. Prav tako se naročnikova rezervacija zakupa oglasnega prostora na mobilnem portalu izvede šele po opredelitvi naročnikovih želja in dogovoru.

Tržnokomunikacijska sporočila so lahko v celoti objavljena znotraj mobilnega portala, zato se morajo telekomunikacijska sporočila prilagoditi in opredeliti. Izjeme so oglasne pasice, ki se povezujejo na druge mobilne portale. Naročila zanje se lahko izvedejo neposredno z rezervacijo oglasnega prostora brez predhodnega dogovarjanja. V vsakem primeru se je treba dogovoriti o načinu, obliki, obsegu ter vrsti objave. Naročnikova rezervacija zakupa oglasnega prostora na mobilnem portalu mora biti oddana po uskladitvi dogovora še v pisni obliki na naslov: TSmedia, d. o. o., Sektor za prodajo, Cigaletova 15, 1000 Ljubljana.

Rok za oddajo tržnokomunikacijskih sporočil zmernih razsežnosti za objavo na mobilnem portalu (besedilo, slika, avdio in video) je 7 delovnih dni pred objavo, za objavo oglasne pasice s povezavo na drugo mobilno stran pa 3 delovne dni pred objavo.

VSEBINSKI POGOJI OGLAŠEVANJA

Oglasna sporočila so objavljena v skladu z naročilom. Naročnik mora zagotoviti in odgovarja za to, da sporočila niso v nasprotju z veljavno zakonodajo, oglaševalskim kodeksom, ki ga ureja SOZ (Slovenska oglaševalska zbornica), ter jezikovnimi in tehničnimi predpisi. TSmedia si pridržuje pravico zavrniti sporočilo tudi v primerih, ko oglas ni v skladu s programsko zasnovano medija ali portala, na katerem naj bi bil objavljen.

Za vsebino oglasnih objav je odgovoren naročnik (resničnost navedb, uporaba avtorskih del, sklicevanje na osebe ali ustanove itd.). Z objavo TSmedia ne prevzema nobene odgovornosti za vsebino oglasov. TSmedia si pridržuje pravico, da ne objavi oglasov, ki se vsebinsko ne skladajo z uredniškimi načeli medija ali portala.

V kolikor bi TSmedia nastali kakršnikoli stroški, povezani z vsebino objave (morebitne tožbe ali pritožbe tretjih oseb in podobno), mu jih je naročnik zavezan v celoti povrniti. Naročnik se zavezuje, da bo vstopil v vse morebitne spore in postopke, ki bi se zoper TSmedia vodili zaradi izvršitve naročnikovega naročila, ter da jih vodil in poskrbel za zaščito interesov TSmedia. Vse to bo storil na lastne stroške.

Vsi oglasi v tujem jeziku morajo biti oddani in objavljeni tudi v slovenskem jeziku. Stroške prevoda plača naročnik. Za vsebino oglasov in prevoda je odgovoren naročnik.

Oglasi ne smejo vsebovati goljufive ali žaljive vsebine. Prav tako ni dovoljeno oglaševanje spletnih strani z negativno promocijo. Oglas ne sme zavajati uporabnika ali zmanjšati kvalitete uporabnikove izkušnje. Namigovanje na povezavo z neko drugo spletno stranjo, četudi povezava dejansko obstaja, ni dovoljeno. Oglas ne sme vsebovati cenenih tehnik nagovarjanja, kot so na primer naglo utripanje ali fraze, ki zavajajo uporabnike (npr: «Čaka vas sporočilo»). Dražilne tehnike (npr: »Samo za vas zastoj!«) se lahko uporabljajo le v primeru, kadar ne zavajajo uporabnika in ustrezajo dejanskemu stanju.

Tržna sporočila morajo biti ustrezno označena kot oglas ali promocijsko sporočilo. Kadar tržno sporočilo ni ustrezno označeno, si TSmedia pridržuje pravico, da oglas ustrezno označi, kot zahtevata oglaševalski kodeks in veljavna zakonodaja, vendar pa to v nobenem primeru ne pomeni, da je takšno označevanje dolžnost TSmedia; naročnik ostaja v celoti odgovoren za vsebino sporočila.

Iz oglasa mora biti razviden oglaševalec, naveden v skladu z veljavno zakonodajo.

Oglas naj bo povezan na spletno stran oglaševalca oziroma na stran, ki najbolj ustreza vsebini oglasa. V primeru, da zaradi tehnične značilnosti spletnega mesta oglaševalca povezava na specifično spletno stran ni mogoča, je oglas lahko povezan na ustrezno splošnejšo spletno stran, v primeru, da to ne zavaja uporabnikov. Oglaševalec mora biti lastnik oglaševalske spletne strani oziroma mora imeti pisno dovoljenje lastnika te strani. Oglaševanje spletne strani, ki vsebuje oviralno ali motečo programsko kodo, ni dovoljeno.

Ob kliku na oglas se mora spletna stran naročnika odpreti v novem oknu brskalnika. Kakršenkoli

drugačen način predstavitve oglaševalčeve spletne strani, vključno z okvirjanjem, ni dovoljen.

Oglas lahko vsebuje superlative in primerjalne izraze (npr. najboljši, večji od ...), kadar so te trditve podprte z raziskavami in podatki s strani tretjih virov.

Oglasi, v katerih so navedene fizične osebe in navedbe njihovih spletnih strani, so dovoljeni le v primeru njihovega osebnega pisnega pristanka.

TSmedia bo vsa tržnokomunikacijska sporočila (izjema so povezave na druge mobilne, tj. WAP-strani) objavil kot sklop na mobilnem portalu in jih prilagodil tako, da bo zagotovljeno delovanje na mobilnem mediju. TSmedia bo naročniku pred objavo omogočil vpogled v naročeni sklop s tržnokomunikacijskimi sporočili in zahteval potrditev po elektronski pošti najkasneje 2 dni pred objavo.

Tržnokomunikacijska sporočila na mobilnih portalih so vse pasice na oglasnih mestih in povezave do naročnikove vsebine, ki so v tem zakupljenem mestu posameznega mobilnega portala. Tržnokomunikacijska sporočila so vse vsebine - besedila, slike, videi, ankete, kvizi, glasovanja, nagradne igre, vsebine za personalizacijo mobilcev in podobne vsebine po naročnikovih željah.

TEHNIČNI POGOJI OGLAŠEVANJA

Spodaj navedeni tehnični pogoji so navedeni informativno in veljajo splošno za objavo na vseh medijih in portalih, kjer objave omogoča TSmedia. Poleg spodaj navedenih tehničnih pogojev so lahko za objavo v posameznem mediju oziroma na posameznem portalu tudi drugi dodatni, posebni tehnični in drugi pogoji, ki lahko spreminjajo in/ali dopolnjujejo spodaj navedene splošne tehnične pogoje.

Prosimo, da za točne tehnične pogoje objave sporočil povprašate pri družbi TSmedia.

Za spletne portale

Oglasi so lahko v formatu flash, gif oz. jpg ali png.

- Vsak oglas, animiran v formatu flash, mora normalno delovati v vseh različicah Flash Playerja, od različice 6 naprej; vsak oglas mora torej normalno delovati v različici 6.
- Velikost in dimenzije oglasa ne smejo presegati dovoljenih vrednosti.
- Znotraj oglasa sme biti le ena zunanja povezava (URL).
- Oglas se lahko nadaljuje le na zahtevo uporabnika (»click« ali »mouse-over«). Oglasne pasice v formatu flash morajo biti pripravljene z lastno barvno podlago.
- Oglas ne sme sprožiti zvočnih učinkov, razen na zahtevo uporabnika (»click«).
- Noben element oglasa ne sme gostovati zunaj spletnih strežnikov gostitelja oglasa.
- Noben element oglasa ne sme samodejno klicati povezav ali akcij na strežnike, ki niso gostitelji oglasa.
- Oglas ne sme vplivati na druge elemente spletne strani, na kateri je objavljen, na primer na spletne povezave. Prav tako se ne sme odzivati nanje.
- Oglas uporabnikom ne sme spreminjati nastavitve brskalnika, programov, aplikacij ali sistema.
- Oglas uporabnikom ne sme ponujati prelivanja datotek in namestitve certifikatov, programov ali aplikacij.
- Napredne oglasne pasice morajo imeti jasno označen gumb za zapiranje oglasne pasice. Gumb mora vsebovati vsaj napis »Zapri« in znak (križec), podoben znaku za zapiranje oken v operacijskih sistemih Windows®.
- Tipografija ne sme biti manjša od privzete (»default«) tipografije v operacijskih sistemih Windows® (12 pt).
- Veliko oglasov je narejenih tako, da porabijo vso razpoložljivo moč računalnika (procesorski čas ali CPU), s čimer uporabniku onemogočijo normalno uporabo spletne strani. Da bi se temu izognili, oglasom merimo porabo CPU. Oglase, ki imajo preveliko porabo procesorskega časa, zavrnamo.
- Kadar tehnične zmogljivosti ne dopuščajo objave oglasa na zelenem mestu, si izvajalec pridržuje pravico, da se oglas objavi po njegovi presoji.

Za mobilne portale

Zaradi prilagoditve portala različnim tipom mobilnih telefonov je treba eno oglasno pasico dostaviti v treh dimenzijah in formatih:

Dimenzija 1:
dimenzija: 221 X 50 pikslov
največja datotečna velikost: do 15 KB
format: jpg ali gif

Dimenzija 2:
dimenzija: 162 X 36 pikslov
največja datotečna velikost: do 10 KB
format: jpg ali gif

Dimenzija 3:
dimenzija: 90 X 20 pikslov
največja datotečna velikost: do 4 KB

format: gif

Zahtevana velikost pisave je od 14 do 20 pt. Priporočamo, da je velikost pisave približno 2/3 višine oglasne pasice. Pasice ne smejo biti na beli podlagi in ne smejo imeti črnega roba. Vse oglasne pasice morajo imeti 1 piksel belega roba (znotraj zgoraj omenjenih pikslov).

Znotraj oglasa sme biti le ena zunanja povezava (URL).

Velikost in dimenzije oglasa ne smejo presegati dovoljenih vrednosti.

NAČINI OGLAŠEVANJA IN CENIKI

Oglaševanje s spletnimi pasicami
Cenik oglaševanja je na voljo v družbi TSmedia, objavljen pa je tudi na spletnem naslovu www.tsmedia.si.

Oglaševalcem so na spletnih portalih na voljo različne možnosti oglaševanja, ki omogočajo tako ciljanje po posameznih tematskih sklopih kot tudi sodelovanje prek sponzorstev.

V osnovi je oglaševanje predvideno po plačilnem modelu cena na ogled (CNO) oziroma terminski zakup, kjer so cene določene glede na velikost oglasne pasice in vsebinski sklop, kjer se oglasi prikazujejo.

V okviru spletnih portalov lahko oglaševalec svoje oglase uvrsti na več različnih tematskih spletnih mest.

Cena oglaševanja v posameznih medijih, portalih in posameznih oglasnih lokacijah (nivo) je določena v ponudbi za oglaševanje. Vrednost oglaševanja je opredeljena pavšalno na termin ali na zakup števila prikazov; ceniki so javno objavljeni na www.tsmedia.si. Ob neekskluzivnem pavšalnem terminskem zakupu bodo na eni poziciji največ tri različne pasice (lahko s strani treh različnih naročnikov), ki se enakovredno prikazujejo. Ekskluziven zakup pozicije pomeni prikaz le ene pasice na eni poziciji v določenem obdobju.

TSmedia si pridržuje pravico do spremembe cen, in sicer lahko z objavo ponudbe za oglaševanje v zadnjem trenutku cene zniža ali zviša. Cene, ki niso objavljene v ceniku, se določajo

pogodbeno.

TSmedia lahko ponuja tržnokomunikacijska sporočila v manj ali bolj razširjenih oblikah, od najosnovnejših nedejavnih pasic do mobilnih odstrani po naročnikovi želji znotraj mobilnih portalov.

V primerih oglasnih vsebin za personalizacijo mobitelov (slike, skladbe, igre) se poleg zakupa oglasnega prostora in spremljajočih storitev naročniku oglasa glede na tip vsebine po veljavnem ceniku zaračuna tudi nadomestilo za vsako posamezno vsebino, naloženo na mobilni telefon.

Naročnik oglasa se lahko v določenih primerih tudi dogovori za posebne ponudbe, prilagojene njegovim željam, za katere se pripravi posebna ponudba, v kateri se, kjer je to mogoče, izhaja iz javno objavljenih cenikov.

Naročnik oglasa je po končani oglasni akciji upravičen do prejema statistik za svoj oglas oziroma oglaševalsko akcijo. Če oglaševalec v roku 3 delovnih dni od prejema statistik ne vloži pisne reklamacije, se šteje, da se s statistikami strinja in da lahko TSmedia te statistike uporabi kot podlago za izstavitev računa.

Promocijski članki na spletnih portalih

S promocijskim člankom oglaševalec svojim uporabnikom in potencialnim naročnikom (kupcem) sporoči veliko informacij, ki jih ni mogoče objaviti s klasičnimi oglasnimi pasicami.

Naročnik pripravi članek, ki je sestavljen iz tekstovnega in slikovnega materiala. Ta je umeščen na ustreznem tematskem sklopu za obdobje sedmih dni, hkrati se trikrat tedensko za tri ure izpostavi na uvodnici portala. Od ostalih novic, umeščenih na naslovnici, se promocijski članek loči po napisu, da gre za promocijsko objavo. Tovrstni način sporočanja oziroma oglaševanja je še zlasti učinkovit, saj v besedilu poleg logotipa oglaševalca in njegovega slikovnega materiala lahko uporabimo tudi povezave na naročnikovo spletno stran, kjer najdejo uporabniki dodatne informacije.

Promocijski članki morajo biti posebej označeni kot oglasno ali promocijsko sporočilo. Kadar tržno sporočilo ni ustrezno označeno, si TSmedia pridržuje pravico, da oglas ustrezno označi, kot zahteva kodeks.

Sponsorirani vsebinski sklopi

Sponsorirani vsebinski sklopi so vsebinski sklopi, znotraj katerih se definirajo posebne in standardne pozicije za tržnokomunikacijska sporočila sponzorja, ki so lahko ekskluzivno ali neekskluzivno zakupljene s strani enega ali določenega števila naročnikov (lahko z več blagovnimi znamkami) za daljše časovno obdobje. Ponudba za sponzorirane rubrike se določa od primera do primera. Cena sponzoriranja je odvisna od več dejavnikov, kot so na primer nakupna cena vsebine za sponzorirani sklop, obsežnost sklopa, pogostnost osveževanja in odmevnost dogodka ali vsebine.

POGODBA

Ti SPP veljajo za oglaševanje na mobilnih in spletnih portalih. V skladu z določili prodajnih pogojev veljajo nekatera določila izključno za naročnike, ki z družbo TSmedia sklenejo letno pogodbo o oglaševanju. Takšno pogodbo lahko TSmedia sklene z neposrednimi oglaševalci, agencijami ali združenji agencij.

PLAČILO STORITEV

TSmedia izstavi račun za naročeno in potrjeno oglaševanje najpozneje v 8 dneh po zadnji objavi. Če se naročilo nanaša na daljše časovno obdobje, torej če med prvo in zadnjo objavo oglasa mine več kot 35 dni, TSmedia opravljeno storitev obračuna in izstavi račun ob koncu koledarskega meseca, v katerem je bil oglas zadnjič objavljen.

Za zamude pri plačilih za opravljene storitve TSmedia obračunava zakonite zamudne obresti. Dolžniki so jih dolžni poravnati v zakonitem roku. TSmedia si pridržuje pravico, da neplačnikom do poravnave vseh obveznosti iz objave umakne že naročena sporočila in ne zagotovi novih storitev.

Rok plačila za oglaševalce, ki nimajo sklenjene pogodbe o oglaševanju, je 8 dni od datuma izstavitve računa. Roki plačila in drugi plačilni pogoji za naročnike s sklenjenimi pogodbami so določeni s pogodbo. TSmedia si pridržuje pravico, da od naročnikov, ki nimajo sklenjene pogodbe o oglaševanju, zahteva plačilo po predračunu.

REKLAMACIJE

Upoštevajo se le reklamacije v pisni obliki, in sicer 5 dni po objavi oglasnega sporočila. Naročnik oglasnega sporočila mora upoštevati tehnične lastnosti mobilnega medija. Za napake, ki so nastale kot posledica slabe predloge ali po telefonu sporočenih popravkov, je odgovoren naročnik. Reklamacij za oglasna sporočila, za katera so bili materiali oddani po roku za oddajo, ne upoštevamo.

DRUGE STORITVE

Druge marketinške storitve obsegajo predvsem izdelavo radijskih, televizijskih, tiskanih in mobilnih oglasov ter druge multimedijske in mobilne storitve. Naročanje teh storitev, ceniki in drugi pogoji so opredeljeni posebej.

Ponujamo tudi storitve foto-, avdio- in videoprodukcije. Ponujamo tudi storitve SMS-klubov za potrebe naročnika na lastni kratki številki.

Končne določbe

Ti pogoji uporabe veljajo od 14. 4. 2009 in so na voljo na družbi TSmedia in na spletni strani www.tsmedia.si.

Morebitni spori v zvezi z oglaševanjem se rešujejo sporazumno. Če sporazumna rešitev ni mogoča, spor rešuje pristojno sodišče v Ljubljani.

TSmedia lahko spremeni te SPP. TSmedia se zavezuje, da bo ob vsaki spremembi oziroma dopolnitvi teh SPP nove spremenjene SPP objavil še pred pričetkom njihove veljavnosti in da bo o spremembi SPP na primeren način obvestil naročnike.

Dodatne informacije v zvezi z oglaševanjem se nahajajo na spletni strani www.tsmedia.si, dobite pa jih lahko tudi neposredno v družbi TSmedia.