

**Приложение № 3**

к публичной оферте ООО «ТИСЭЙЛ» на заключение договора о предоставлении ограниченных прав пользования специализированным программным комплексом (программным обеспечением) с оказанием дополнительных услуг по организации продаж на Маркетплейсах от 25.03.2022 г.

**ТАРИФЫ  
НА УСЛУГИ ИСПОЛНИТЕЛЯ ПО СПЕЦИАЛЬНЫМ НАСТРОЙКАМ МОДУЛЕЙ  
ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

**Тарифы категории «G».** Сопровождение магазинов на Маркетплейсах с расширенными функциями маркетинга.

**Все Тарифы категории «G» применяются на следующих Маркетплейсах:**

- **Яндекс Маркет** (расположенный по адресу в сети Интернет: <https://market.yandex.ru/>);
- **Ozon.ru** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.ozon.ru/>);
- **Wildberries** (расположенный по адресу в сети Интернет <https://www.wildberries.ru/>);
- **Детский мир** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.detmir.ru/>);
- **СберМегаМаркет** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://sbermegamarket.ru/>);
- **LeroyMerlin** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://leroymerlin.ru/>);
- **КазаньЭкспресс** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://kazanexpress.ru/>);
- **Hoff** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://hoff.ru/>);
- **Lamoda** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://www.lamoda.ru/>).

**Тариф «G0 В ТОП»**

**1. Перечень программных модулей, которые подлежат дополнительным настройкам:**

1.1.1. Product Information Management (**PIM**) - модуль экспорта, импорта, хранения, обогащения и управления контентом (товаром и товарными группами)

1.1.2. Order Management System (**OMS**) - модуль управления заказами, отслеживания заказов, трансляции статуса заказов, анализа и информирования.

1.1.3. Online Retail Monitoring (**ORM**) – модуль мониторинга и анализа карточек товара, контента, цен и промоакций, а также автоматизации ценообразования в зависимости от цен конкурентов, цен на товар в разных Маркетплейсах, цен на товары-аналоги.

**2. Описание настроек программных модулей СПК, дополнительные (расширенные) области применения и результат услуг:**

<b>Перечень и основные характеристики дополнительных настроек ПО</b>	<b>Применяемый модуль СПК</b>
Анализ рынка: — анализ сезонности по товарным категориям; — потенциал рынка по товарным категориям.	<b>ORM</b>
Анализ товарных категорий, групп и конкретных товаров конкурентов: — доля рынка по категориям конкурентов/брендов; — обращаемость по SKU; — анализ географии поставок конкурентов по SKU; — мониторинг категорий и поисковых запросов по конкретным SKU конкурентов.	<b>ORM и OMS</b>
Анализ рыночных цен, в т.ч. парсинг цен по конкретным SKU.	<b>OMS</b>
ABC-анализ товарной матрицы, ранее введенной в магазин Заказчика на Маркетплейсе:	<b>PIM</b>

— ABC-анализ товарной матрицы по SKU; — ABC-анализ по товарным категориям матрицы.	
Подготовка стратегии развития на Маркетплейсе: — прогноз продаж в разрезе товарных категорий; — расчет медиаплана.	<b>ORM</b>
Реализация стратегии развития на Маркетплейсе: — настройка рекламных кампаний и маркетинговых инструментов; — добавление товаров в акции Маркетплейса; — оптимизация рекламных кампаний.	<b>ORM</b>
Подготовка еженедельной и ежемесячной отчетности по результатам рекламных компаний, а также рекомендаций для Заказчика.	

### **3. Период предоставления неисключительных прав на модули СПК и срок оказания услуг:**

12 (Двенадцать) Отчетных периодов.

### **4. Стоимость Тарифа «G0 В ТОП»:**

4.1. Размер вознаграждения Исполнителя за предоставление неисключительных прав пользования модулями СПК, а также дополнительных услуг, определяется исходя из количества выбранных Заказчиком Маркетплейсов (или количества магазинов на Маркетплейсах).

4.2. Сумма ежемесячного вознаграждения Исполнителя состоит из фиксированной части вознаграждения в размере 70 000 рублей за один Маркетплейс + 1,5 % от суммы Оборота Магазина (магазинов) Заказчика в российских рублях за каждый Отчетный период.

4.3. Заказчик оплачивает предоставленные права и услуги в следующем порядке:

- - Заказчик оплачивает фиксированную часть вознаграждения на условиях предварительной оплаты не позднее 5 числа текущего месяца. В случае если у Заказчика на одном Маркетплейсе зарегистрировано несколько Магазинов Заказчика, каждый Магазин Заказчика приравнивается к Маркетплейсу для определения фиксированной части вознаграждения.

- Переменную часть вознаграждения, выраженную в виде процента от Оборота, Заказчик оплачивает через 5 (Пять) дней с момента выставления Исполнителем Акта.

### **5. Условия применения Тарифа «G»:**

5.1. Данный тариф является профессиональной (расширенной) версией тарифа категории «В», указанного в Приложении № 1 к Оферте. В тариф «G» изначально включены все возможности ПО и услуги по сопровождению, входящие в тарифы категории «В». Заказ настоящего Тарифа без предварительного или совместного заказа тарифа категории «В» невозможен.

5.2. При заказе настоящего Тарифа фиксированные части вознаграждения Исполнителя за оказание услуг по тарифам категории «В» и «G» суммируются, а переменная часть тарифа «В» не взимается (поскольку включена в переменную часть тарифа «G»).

5.3. В базовый вариант тарифа «G» включены все возможности аналитики и мониторинга товаров, а также иные настройки в отношении 10 (Десяти) товарных категорий (если настройка производится по категорийному учету товарных групп) и в отношении 50 (Пятидесяти) SKU (если настройка производится в отношении конкретного товара). При этом такая настройка касается каждого Маркетплейса или Магазина в отдельности и при выборке тарифа в отношении нескольких Маркетплейсов (магазинов) не суммируется.

5.4. В случае, если суммарное количество SKU или категорий товара в Магазинах Заказчика на Маркетплейсах, согласованных Сторонами для оказания дополнительных услуг, увеличивается настолько, что предусмотренного объема в 10 категорий и 50 SKU недостаточно, для удовлетворения потребностей Заказчика то такой необходимый объем может быть увеличен за счет нижеприведенных дополнительных тарифов «G 1-4».

5.3. Как и в случае применения тарифа «В», данный Тариф применяется только на сопровождение деятельности и уже внесенного контента (товарных карточек) в магазинах Заказчика на Маркетплейсе. При необходимости Заказчик может выбрать создание (изменение) дополнительных Карточек Товара, которые подлежат оплате в соответствии со дополнительными тарифами «В-КТ».

### **Дополнительные Тарифы категории «G»**

Дополнительный объем обработки в следующих категориях:

**Тарифы G1 и G2** «Аналитика товарной матрицы и рекомендации по ее расширению»

**Тарифы G3 и G4** «Аудит контента»

### 1. Перечень программных модулей, область их применения:

1.1.1. Product Information Management (PIM) - модуль экспорта, импорта, хранения, обогащения и управления контентом (товаром и товарными группами)

1.1.2. Order Management System (OMS) - модуль управления заказами, отслеживания заказов, трансляции статуса заказов, анализа и информирования.

1.1.3. Online Retail Monitoring (ORM) – модуль мониторинга и анализа карточек товара, контента, цен и промоакций, а также автоматизации ценообразования в зависимости от цен конкурентов, цен на товар в разных Маркетплейсах, цен на товары-аналоги.

2. Область применения программных модулей СПК и дополнительные услуги: Аналогично базовому тарифу «G0» «В ТОП».

### 3. Стоимость дополнительного Тарифа «G»:

3.1. На этапе Сопровождения деятельности Заказчика на Маркетплейсе аналитика и аудит подлежат дополнительной оплате в соответствии со следующей тарифной таблицей:

Код тарифа	Наименование и содержание тарифа	Кол-во/объем, входящий в тариф	Стоимость, без НДС, руб.
«G-1»	Аналитика товарной матрицы и рекомендации по расширению нишевых товарных категорий	5 категорий	1 050,00
«G-2»	Аналитика товарной матрицы и рекомендации по расширению товарного ассортимента	15 SKU	1 050,00
«G-3»	Аудит контента по категории товаров	5 категорий	1 550,00
«G-4»	Аудит контента по SKU	15 SKU	1 550,00

3.2. Услуги оказываются при условии предварительной оплаты.

### 4. Условия применения Тарифов «G-1» - «G-4»:

4.1. Тарифы «G-1» - «G-4» являются дополнительными тарифам и применяются только при условии выбора Заказчиком основного тарифа категории «G».

4.2. Любой из перечисленных в Таблице тарифов может быть заказан по отдельности при выполнении условия пункта 4.1. данного тарифа. При этом в случае необходимости увеличения количества товарных категорий и/или конкретных товаров, подлежащих расширенной аналитике, объем указанных тарифов может быть увеличен: кратно 5 категорий для тарифов «G-1» и «G-3» и кратно 15 SKU для тарифов «G-2» и «G-4».

## Тарифы категории «Н» - «SEO-оптимизация».

### **Все Тарифы категории «Н» применяются на следующих Маркетплейсах:**

- **Яндекс Маркет** (расположенный по адресу в сети Интернет: <https://market.yandex.ru/>);
- **Ozon.ru** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.ozon.ru/>);
- **Wildberries** (расположенный по адресу в сети Интернет <https://www.wildberries.ru/>);
- **Детский мир** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.detmir.ru/>);
- **СберМегаМаркет** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://sbermegamarket.ru/>);
- **LeroyMerlin** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://leroymerlin.ru/>);
- **КазаньЭкспресс** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://kazanexpress.ru/>);
- **Hoff** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://hoff.ru/>);
- **Lamoda** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://www.lamoda.ru/>).

## Тариф «Н» - Базовая «SEO-оптимизация»

### **1. Перечень программных модулей, область их применения:**

1.1.1. Product Information Management (**PIM**) - модуль экспорта, импорта, хранения, обогащения и управления контентом (товаром и товарными группами)

1.1.2. Online Retail Monitoring (**ORM**) – модуль мониторинга и анализа карточек товара, контента, цен и промоакций, а также автоматизации ценообразования в зависимости от цен конкурентов, цен на товар в разных Маркетплейсах, цен на товары-аналоги.

### **2. Область применения программных модулей СПК и дополнительные услуги:**

<b>Перечень и основные характеристики дополнительных услуг</b>	<b>Применяемый модуль СПК</b>
Проработка SEO-названия. Проработка категории показа. Копирайтинг с SEO-оптимизацией. Подбор ключевых слов и текстов для продвижения в вопросах-ответах покупателям. Проработка спецификаций (доп. характеристик). Корректировка результатов в течение 1 месяца.	<b>PIM и ORM</b>

### **3. Период предоставления неисключительных прав на модули СПК и срок оказания услуг:**

1 (один) Отчетный период.

### **4. Стоимость Тарифа «Н»:**

4.1. Вознаграждение Исполнителя за создание дополнительных настроек СПК и оказание ИТ-услуг по данному тарифу составляет 3 800 (Три тысячи восемьсот) рублей за 1 Карточку Товара. При этом минимальный заказ по данному тарифу может быть произведен в отношении 10 Карточек Товара на Маркетплейсе.

4.2. Услуги оказываются при условии предварительной оплаты.

### **5. Условия применения Тарифа «Н»:**

5.1. В случае, если суммарное количество Карточек товара в Магазины Заказчика на Маркетплейсах, к которым Заказчику необходимо применить данный Тариф, превышает 10 единиц, то такое увеличение объема подлежит оплате по указанной в п. 4.1. суммекратно количеству Карточек товара Заказчика.

## Тарифы категории «J» - Анализ контента

Все Тарифы категории «J» применяются на следующих Маркетплейсах:

- Яндекс Маркет (расположенный по адресу в сети Интернет: <https://market.yandex.ru/>);
- Ozon.ru (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.ozon.ru/>);
- Wildberries (расположенный по адресу в сети Интернет <https://www.wildberries.ru/>);
- Детский мир (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.detmir.ru/>);
- СберМегаМаркет (расположенный в сети Интернет по адресу <https://sbermegamarket.ru/>);
- LeroyMerlin (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://leroymerlin.ru/>);
- Казань Экспресс (расположенный в сети Интернет по адресу <https://kazanexpress.ru/>);
- Hoff (расположенный в сети Интернет по адресу <https://hoff.ru/>);
- Lamoda (расположенный в сети Интернет по адресу <https://www.lamoda.ru/>).

**Тариф «J-1»** «Анализ и аудит товарных категорий»

**Тариф «J-2»** «Анализ и аудит товарных карточек»

### 1. Перечень программных модулей, которые подлежат дополнительным настройкам:

1.1.1. Product Information Management (PIM) - модуль экспорта, импорта, хранения, обогащения и управления контентом (товаром и товарными группами)

1.1.2. Online Retail Monitoring (ORM) – модуль мониторинга и анализа карточек товара, контента, цен и промоакций, а также автоматизации ценообразования в зависимости от цен конкурентов, цен на товар в разных Маркетплейсах, цен на товары-аналоги.

### 2. Описание настроек программных модулей СПК, дополнительные (расширенные) области применения и результат услуг:

Перечень и основные характеристики дополнительных настроек ПО	Применяемый модуль СПК
Анализ и аудит внесенного в Магазин Заказчика контента по товарным категориям, выбранным Заказчиком. Анализ и аудит товарной матрицы Заказчика в отношении конкретных Товарных карточек, указанных Заказчиком.	<b>PIM и ORM</b>
Подготовка отчета по результатам аудита, выявление ошибок, расхождений и недочетов. Составление рекомендаций по изменению ассортимента и мероприятий по увеличению продаж на Маркетплейсе.	

### 3. Период предоставления неисключительных прав на модули СПК и срок оказания услуг:

1 (один) Отчетный период.

### 3. Стоимость Тарифов категории «J»:

3.1. На этапе Сопровождения деятельности Заказчика на Маркетплейсе создание (изменение) Карточек Товара подлежит дополнительной оплате в соответствии со следующей тарифной таблицей:

Код тарифа	Наименование и содержание тарифа	Кол-во/объем, входящий в тариф	Стоимость, без НДС, руб.
«J-1»	Анализ и аудит контента по категориям	5 категорий	5 150,00
«J-2»	Анализ и аудит Товарных карточек	15 SKU	11 550,00

3.2. Услуги оказываются при условии предварительной оплаты.

### 4. Условия применения Тарифов «J-1» - «J-2»:

4.1. Тарифы «J-1» - «J-2» являются отдельными разовыми тарифами и могут быть выбраны Заказчиком отдельно от всех остальных тарифов настоящей Оферты, но при условии, что Заказчик является зарегистрированным пользователем Программного обеспечения «XWAY».

4.2. Любой из перечисленных в Таблице тарифов может быть заказан по отдельности неограниченное количество раз при выполнении условия пункта 4.1. данного тарифа. При этом в случае необходимости увеличения количества товарных категорий и/или конкретных товаров,

подлежащих разовой расширенной аналитике, объем указанных тарифов может быть увеличен: кратно 5 категорий для тарифа «J-1» и/или кратно 15 SKU для тарифа «J-2».

## Тарифы категории «К» - Аналитика

**Все Тарифы категории «К» применяются на следующих Маркетплейсах:**

- **Яндекс Маркет** (расположенный по адресу в сети Интернет: <https://market.yandex.ru/>);
- **Ozon.ru** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.ozon.ru/>);
- **Wildberries** (расположенный по адресу в сети Интернет <https://www.wildberries.ru/>);
- **Детский мир** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.detmir.ru/>);
- **СберМегаМаркет** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://sbermegamarket.ru/>);
- **LeroyMerlin** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://leroymerlin.ru/>);
- **Казань Экспресс** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://kazanexpress.ru/>);
- **Hoff** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://hoff.ru/>);
- **Lamoda** (расположенный в сети Интернет по адресу <https://www.lamoda.ru/>).

**Тариф «К-1»** Анализ рынка

**Тариф «К-2»** Анализ категорий

**Тариф «К-3»** Анализ конкурентов

**Тариф «К-4»** Анализ рыночных цен

**Тариф «К-5»** ABC-анализ товарной матрицы

**Тариф «К-6»** Расчет ценообразования

**Тариф «К-7»** Подготовка стратегии развития на маркетплейсе

**Тариф «К-8»** Расчет юнит-экономики

### **1. Перечень программных модулей, которые подлежат дополнительным настройкам:**

1.1.1. Product Information Management (**PIM**) - модуль экспорта, импорта, хранения, обогащения и управления контентом (товаром и товарными группами)

1.1.2. Order Management System (**OMS**) - модуль управления заказами, отслеживания заказов, трансляции статуса заказов, анализа и информирования.

1.1.3. Online Retail Monitoring (**ORM**) – модуль мониторинга и анализа карточек товара, контента, цен и промоакций, а также автоматизации ценообразования в зависимости от цен конкурентов, цен на товар в разных Маркетплейсах, цен на товары-аналоги.

### **2. Описание настроек программных модулей СПК, дополнительные (расширенные) области применения и результат услуг:**

<b>Перечень и основные характеристики дополнительных настроек ПО</b>	<b>Применяемый модуль СПК</b>
Анализ рынка: — анализ сезонности по категории; — потенциал рынка (объем рынка + упущенная выручка).	<b>ORM</b>
Анализ категорий: — общие данные по категории (количество товаров и продавцов, объём продаж, минимальная / средняя / максимальная цены продажи, количество продаж, приходящееся на 1 продавца и т.п.); — анализ ТОП-товаров категории; — сегментарный анализ (анализ продаж по категориям в разрезе ценового диапазона).	<b>ORM и OMS</b>
Анализ конкурентов: — доля рынка по категории конкурентов / брендов; — оборачиваемость по SKU; — анализ географии поставок конкурентов; — мониторинг категорий, по которым показываются конкуренты; — мониторинг поисковых запросов, по которым показываются конкуренты.	<b>OMS</b>
Анализ рыночных цен: — анализ цен по категории; — парсинг цен в разрезе SKU.	<b>PIM</b>
ABC-анализ товарной матрицы: — ABC-анализ (по категориям) товарной матрицы, уже представленной в Магазине Заказчика на Маркетплейсе.	

— ABC-анализ (по SKU) товарной матрицы, уже представленной в Магазине Заказчика на Маркетплейсе.	
Расчет ценообразования.	<b>ORM</b>
Подготовка стратегии развития на маркетплейсе: — прогноз продаж в разрезе SKU на 1 месяц, расчет первой поставки; — прогноз продаж в разрезе категории на 1 месяц, расчет первой поставки; — прогноз продаж в разрезе SKU на 3 месяца, расчет первой поставки; — прогноз продаж в разрезе категории на 3 месяца, расчет первой поставки.	<b>ORM</b>
Расчет юнит-экономики на 3 месяца: маркетинговое продвижение, самовыкупы, логистика и т.д.	

### 3. Период предоставления неисключительных прав на модули СПК и срок оказания дополнительных услуг:

1 (один) Отчетный период, если иное не установлено конкретным тарифом.

### 4. Стоимость Тарифов категории «К»:

4.1. Размер вознаграждения Исполнителя определяется следующим образом:

«К-1»	Анализ рынка	Кол-во/ объем	Стоимость руб.
1/1	— анализ сезонности по категории	5 категорий	5 150 руб.
1/2	— потенциал рынка (объем рынка + упущенная выручка)	5 категорий	2 600 руб.
«К-2»	Анализ категорий	Кол-во/ объем	Стоимость руб.
2/1	— общие данные по категории (количество товаров и продавцов, объём продаж, минимальная / средняя / максимальная цены продажи, количество продаж, приходящееся на 1 продавца и т.п.)	5 категорий	2 600 руб.
2/2	— анализ ТОП-товаров категории	5 категорий	2 600 руб.
2/3	— сегментарный анализ (анализ продаж по категориям в разрезе ценового диапазона)	5 категорий	2 600 руб.
«К-3»	Анализ конкурентов	Кол-во/ объем	Стоимость руб.
3/1	— доля рынка по категории конкурентов/брендов	5 категорий	3 850 руб.
3/2	— оборачиваемость по SKU	15 SKU	7 700 руб.
3/3	— анализ географии поставок конкурентов	15 SKU	7 700 руб.
¾	— мониторинг категорий, по которым показываются конкуренты	15 SKU	7 700 руб.
3/5	— мониторинг поисковых запросов, по которым показываются конкуренты	15 SKU	7 700 руб.
«К-4»	Анализ рыночных цен	Кол-во/ объем	Стоимость руб.
4/1	— анализ цен по категории	5 категорий	2 550 руб.
4/2	— парсинг цен в разрезе SKU	15 SKU	15 500 руб.
K5	ABC-анализ товарной матрицы		
5/1	— ABC-анализ (по категориям) товарной матрицы уже представленного на маркетплейсе селлера	Все категории	1 550 руб.
5/2	— ABC-анализ (по SKU) товарной матрицы уже представленного на маркетплейсе селлера	Все SKU	1 550 руб.
«К-6»	Расчет ценообразования	15 SKU	11 550 руб.
«К-7»	Подготовка стратегии развития на маркетплейсе	Кол-во/ объем	Стоимость руб.
7/1	— прогноз продаж в разрезе SKU на 1 месяц, расчет первой поставки	30 SKU	15 000 руб.
7/2	— прогноз продаж в разрезе категории на 1 месяц, расчет первой поставки	5 категорий	5 000 руб.



7/3	— прогноз продаж в разрезе SKU на 3 месяца, расчет первой поставки	45 SKU	27 000 руб.
7/4	— прогноз продаж в разрезе категории на 3 месяца, расчет первой поставки	5 категорий	7 700 руб.
«К-8»	Расчет юнит-экономики на 3 месяца: маркетинговое продвижение, самовыкупы, логистика и т.д.	15 категорий	10 000 руб.

4.2. Услуга оказывается при условии предварительной оплаты за оказание услуг на каждом Маркетплейсе.

#### **5. Условия применения тарифов категории «К»:**

5.1. Тарифы «К-1» - «К-8» являются отдельными разовыми тарифами и могут быть выбраны Заказчиком отдельно от всех остальных тарифов настоящей Оферты, но при условии, что Заказчик является зарегистрированным пользователем Программного обеспечения «XWAY».

4.2. Любой из перечисленных в Таблице тарифов может быть заказан по отдельности неограниченное количество раз при выполнении условия пункта 5.1. данного Тарифа. При этом в случае необходимости увеличения количества товарных категорий и/или конкретных товаров, подлежащих разовой расширенной аналитике, объем указанных тарифов может быть увеличен: кратно 5 категорий, если предметом тарифа являются категории товара и/или кратно 15 SKU, если по тарифу обработке подлежат конкретные карточки товара.

## Тарифы категории «L» - Таргетированная реклама в Яндекс.Директ

Все Тарифы категории «L» применяются на следующих Маркетплейсах:

- Яндекс Маркет (расположенный по адресу в сети Интернет: <https://market.yandex.ru/>);
- Ozon.ru (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.ozon.ru/>);
- Wildberries (расположенный по адресу в сети Интернет <https://www.wildberries.ru/>);
- Детский мир (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.detmir.ru/>);
- СберМегаМаркет (расположенный в сети Интернет по адресу <https://sbermegamarket.ru/>);
- LeroyMerlin (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://leroymerlin.ru/>);
- КазаньЭкспресс (расположенный в сети Интернет по адресу <https://kazanexpress.ru/>);
- Hoff (расположенный в сети Интернет по адресу <https://hoff.ru/>);
- Lamoda (расположенный в сети Интернет по адресу <https://www.lamoda.ru/>).

### 1. Перечень программных модулей СПК:

1.1.1. Online Retail Monitoring (ORM) – модуль мониторинга и анализа карточек товара, контента, цен и промоакций, а также автоматизации ценообразования в зависимости от цен конкурентов, цен на товар в разных Маркетплейсах, цен на товары-аналоги.

### 2. Область применения программных модулей СПК, описание дополнительных настроек и ИТ-услуг:

Перечень и основные характеристики дополнительных услуг	Применяемый модуль СПК
Определение ключевых признаков целевой аудитории и целевых показателей. Создание и проработка креативных процессов при продвижении рекламной компании*. Запуск и сопровождение тестовой версии рекламной кампании. Корректировка настроек целевой аудитории и креативов. Запуск и сопровождение основной рекламной кампании.	ORM
Формирование аналитической отчетности о ходе рекламной кампании (каждые 3 дня).	

\* в базовый тариф входит создание 3 (трех) креативных элементов рекламной кампании.

### 3. Период предоставления неисключительных прав на модули СПК и срок оказания дополнительных услуг:

1 (один) Отчетный период.

### 4. Стоимость базового Тарифа «L»:

4.1. Размер вознаграждения Исполнителя за базовый тариф категории «L» составляет 35 000 (Тридцать пять тысяч) рублей. При этом Заказчик принимает на себя обязательство понести в рамках рекламной кампании расходы в пользу третьих лиц на сумму не менее 100 000 рублей (за размещение ссылок, баннеров и т.п.). При отказе Заказчика от таких расходов Исполнитель не гарантирует нормальную работу дополнительных настроек ПО и оказание перечисленных в п. 2 услуг, надлежащим образом.

4.2. Услуга оказывается при условии предварительной оплаты.

### 5. Условия применения тарифа категории «L»:

5.1. При выборе любого из тарифов данной категории, до начала создания настроек рекламной кампании Заказчик обязан представить (выгрузить в электронном виде) в адрес Исполнителя полную информацию по ассортименту, области применения товара или услуги, указать основных потребителей и иную информацию о Товаре, сформулировать этапы рекламной кампании.

5.2. При отказе Заказчика от минимальных затрат на рекламную кампанию, указанных в п. 4.1., все ИТ-услуги Исполнителя считаются выполненными и оказанными в полном объеме.

5.3. При необходимости увеличения рамок базового тарифа рекламной кампании, в т. ч. увеличения числа креативных разработок, периодичности отчетов, количества социальных сетей, сроков рекламной кампании и т.д. между Исполнителем и Заказчиком заключается отдельный договор на разработку индивидуальных настроек СПК.