

Приложение № 8

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 «Р». Сопровождение магазинов на Маркетплейсах с расширенными функциями маркетинга.

Все Тарифы категории «Р» применяются на следующих Маркетплейсах:

- **AliExpress** (расположенный в сети Интернет по адресу: <https://www.aliexpress.ru>).
- **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 «Р - 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:

Перечень и основные характеристики дополнительных настроек ПО	Применяемый модуль СПК
Базовая маркетинговая поддержка. Подбор инструментов и расчет рекламного бюджета компании.	
Анализ рынка: — анализ сезонности по товарным категориям; — потенциал рынка по товарным категориям.	ORM
Анализ товарных категорий, групп и конкретных товаров конкурентов: — доля рынка по категориям конкурентов/брендов; — оборачиваемость по SKU; — анализ географии поставок конкурентов по SKU; — мониторинг категорий и поисковых запросов по конкретным SKU конкурентов.	ORM и OMS
Анализ рыночных цен, в т. ч. парсинг цен (до 100 SKU).	OMS

ABC-анализ товарной матрицы, ранее введенной в магазин Заказчика на Маркетплейсе: — ABC-анализ товарной матрицы по SKU; — ABC-анализ по товарным категориям матрицы.	PIM
Подготовка стратегии развития на Маркетплейсе: — аудит магазина и контента; — прогноз продаж в разрезе 10 товарных категорий; — расчет медиаплана продвижения на Маркетплейсе.	ORM
Реализация стратегии развития на Маркетплейсе: — настройка рекламных кампаний и маркетинговых инструментов; — добавление товаров в акции Маркетплейса; — оптимизация рекламных кампаний.	ORM
Формирование ключевых слов для 50 Товаров.	PIM
— Подготовка еженедельной и ежемесячной отчетности по результатам рекламных компаний, а также рекомендаций для Заказчика; — Формирование отчета по оборачиваемости и прогноз потребности по остаткам на складах Маркетплейсов; — Подготовка рекомендация по увеличению контента.	

* Все перечисленные настройки программных модулей и дополнительные услуги применяются при условии наличия соответствующих функциональных возможностей выбранного Заказчиком Маркетплейса.

** В стоимость Тарифа «Р - В ТОП» по желанию Заказчика могут быть включены Тариф «Q» (Базовая «SEO-оптимизация») в количестве 3 штук, Тариф «W-1» (Инфографика) в количестве 5 штук, Тариф «Rich-1» (Rich-контент) в количестве 1 штуки, Тариф «O» (Клиентский сервис Маркетплейсов) сроком на 10 дней с ограниченным лимитом применения дополнительных настроек программных модулей (не более 100 часов).

Применение указанных дополнительных Тарифов осуществляется для Заказчика разово в тестовом режиме в соответствии с п. 1.1.14 Оферты. Повторное предоставление указанных Тарифов возможно только в соответствии с условиями Приложений к настоящей Оферте. При этом неказание услуг по таким дополнительным Тарифам не может являться основанием для отказа в принятии услуг по настоящему Тарифу и подписания Акта предоставления прав и оказания услуг.

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

12 (Двенадцать) Отчетных периодов.

4. Стоимость Тарифа «Р - В ТОП»:

4.1. Размер вознаграждения Исполнителя за предоставление неисключительных прав пользования модулями СПК, а также дополнительных услуг, состоит из фиксированной и переменной части. Итоговое вознаграждение Исполнителя складывается из суммы фиксированной и переменной частей.

4.1.1. Фиксированная часть ежемесячного вознаграждения Исполнителя зависит от количества карточек Товара в Магазине Заказчика на Маркетплейсе, оплаченного периода оказания услуг и определяется на основании следующей тарифной таблицы:

Объем наполнения контента (общий объем карточек товара в Магазине Заказчика)	Размер фиксированной части вознаграждения Исполнителя, руб.			
	Предоплата за 1 месяц (базовая цена)	Предоплата за 3 месяца	Предоплата за 6 месяцев	Предоплата за 12 месяцев
До 100	15 000,00	(Базовая цена минус 5 %) x 3	(Базовая цена минус 10 %) x 6	(Базовая цена минус 15 %) x 12
От 100 до 250	20 000,00			
От 250 до 500	30 000,00			
От 500 до 1000	35 000,00			
От 1000	40 000,00			

4.1.2. Переменная часть вознаграждения Исполнителя зависит от Оборота в Магазине Заказчика на Маркетплейсе и определяется на основании следующей тарифной таблицы:

GMV (сумма Оборота в Магазине Заказчика на Маркетплейсе), руб.	Размер переменной части ежемесячного вознаграждения Исполнителя, % от GMV
До 500 000	4 %
От 500 000 до 1 000 000	3 %
От 1 000 000 до 2 500 000	2,5 %
От 2 500 000 до 5 000 000	2 %
От 5 000 000 до 15 000 000	1,5 %
От 15 000 000 до 50 000 000	1 %

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

- Заказчик ежемесячно оплачивает фиксированную часть вознаграждения на условиях предварительной оплаты не позднее 5 числа текущего месяца, если ранее Заказчиком не была внесена предоплата за предоставление прав и оказание услуг на период, превышающий один отчетный период.

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

4.4. В случае если Заказчику необходимо применение данного Тарифа для нескольких Магазинов Заказчика на Маркетплейсах, вознаграждение за предоставление неисключительных прав пользования модулями СПК, а также дополнительных услуг, предусмотренных настоящим Тарифом, оплачивается Заказчиком отдельно за каждый Магазин.

5. Условия применения Тарифа «Р - В ТОП»:

5.1. Настоящий тариф быть выбран Заказчиком только при условии, что Заказчик является зарегистрированным пользователем Программного обеспечения «XWAY».

5.2. В базовый вариант тарифа «Р» 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.

5.3. 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 «Р-1» - «Р-4».

5.4. 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 «N-КТ».

Дополнительные Тарифы категории «Р»

Дополнительный объем обработки в следующих категориях:

Тарифы Р1 и Р2 «Аналитика товарной матрицы и рекомендации по ее расширению»

Тарифы Р3 и Р4 «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 «Р - В ТОП».

3. Стоимость дополнительного Тарифа «Р»:

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.
«Р-1»	Аналитика товарной матрицы и рекомендации по расширению нишевых товарных категорий	5 категорий	1 050,00
«Р-2»	Аналитика товарной матрицы и рекомендации по расширению товарного ассортимента	15 SKU	1 050,00
«Р-3»	Аудит контента по категории товаров	5 категорий	1 550,00
«Р-4»	Аудит контента по SKU	15 SKU	1 550,00

* Все перечисленные настройки программных модулей и дополнительные услуги применяются при условии наличия соответствующих функциональных возможностей выбранного Заказчиком Маркетплейса.

3.2. Услуги оказываются при условии предварительной оплаты.

4. Условия применения Тарифов «Р-1» - «Р-4»:

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

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 «Р-1» и «Р-3» и кратно 15 SKU для тарифов «Р-2» и «Р-4».

Тарифы категории «Q» - «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 «Q» - 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:

Перечень и основные характеристики дополнительных услуг	Применяемый модуль СПК
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.	PIM и ORM

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

1 (один) Отчетный период.

4. Стоимость Тарифа «Q»:

4.1. Вознаграждение Исполнителя за создание дополнительных настроек СПК и оказание ИТ-услуг по данному тарифу определяется следующим образом:

Код Тарифа	Количество Карточек Товара для SEO-оптимизации, шт.	Общая стоимость вознаграждения Исполнителя, руб.
«Q-1»	1	2 000,00
«Q-2»	10	19 000,00
«Q-3»	20	37 000,00
«Q-4»	30	54 000,00

4.2. Услуги оказываются при условии предварительной оплаты.

Тарифы категории «R» - Анализ контента

Все Тарифы категории «R» 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 «R-1» «Анализ и аудит товарных категорий»

Тариф «R-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.	PIM и ORM
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 «R»:

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.
«R-1»	Анализ и аудит контента по категориям	5 категорий	5 150,00
«R-2»	Анализ и аудит Товарных карточек	15 SKU	11 550,00

3.2. Услуги оказываются при условии предварительной оплаты.

4. Условия применения Тарифов «R-1» - «R-2»:

4.1. Тарифы «R-1» - «R-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 «R-1» и/или кратно 15 SKU для тарифа «R-2».

Тарифы категории «S» - Аналитика

Все Тарифы категории «S» 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 «S-1» Анализ рынка

Тариф «S-2» Анализ категорий

Тариф «S-3» Анализ конкурентов

Тариф «S-4» Анализ рыночных цен

Тариф «S-5» ABC-анализ товарной матрицы

Тариф «S-6» Расчет ценообразования

Тариф «S-7» Подготовка стратегии развития на Маркетплейсе

Тариф «S-8» Расчет юнит-экономики

Тариф «S-9» Рекомендации по продвижению товаров на Маркетплейсе

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:

Перечень и основные характеристики дополнительных настроек ПО	Применяемый модуль СПК
Анализ рынка: — анализ сезонности по категории; — потенциал рынка (объем рынка + упущенная выручка).	ORM
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).	ORM и OMS
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.	OMS
Анализ рыночных цен: — анализ цен по категории; — парсинг цен в разрезе SKU.	PIM
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.	ORM
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.	ORM
Расчет юнит-экономики на 3 месяца: маркетинговое продвижение, самовыкупы, логистика и т.д.	
Рекомендации по продвижению товаров на Маркетплейсе.	ORM

* Все перечисленные настройки программных модулей и дополнительные услуги применяются при условии наличия соответствующих функциональных возможностей выбранного Заказчиком Маркетплейса.

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 «S»:

4.1. Размер вознаграждения Исполнителя определяется следующим образом:

«S-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.
«S-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.
«S-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.
«S-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.
«S-5»	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.
«S-6»	Расчет ценообразования	15 SKU	11 550 руб.

«S-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.
«S-8»	Расчет юнит-экономики на 3 месяца: маркетинговое продвижение, самовыкупы, логистика и т.д.	15 категорий	10 000 руб.
«S-9»*	Рекомендации по продвижению товаров на Маркетплейсе на основе следующих показателей: - Отчета по прогнозу поставок (оборачиваемости); - ABC-анализа; - Динамики позиций по товарам (поисковая выдача); - Динамики остатков по товарам; - Анализа цен конкурентов.	-	5 000 руб.

*Срок действия тарифа «S-9» - 12 (Двенадцать) Отчетных периодов. Ежемесячная оплата вознаграждения Исполнителя по тарифу «S-9» осуществляется Заказчиком на условиях предварительной оплаты не позднее 5 числа текущего месяца.

4.2. Услуги по всем тарифам категории «S» оказываются при условии предварительной оплаты за оказание услуг на каждом Маркетплейсе.

5. Условия применения тарифов категории «S»:

5.1. Тарифы «S-1» - «S-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».

5.2. Тариф «S-9» может быть выбран 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 «Т» - Таргетированная реклама в Яндекс.Директ

Все Тарифы категории «Т» 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 «Т»:

4.1. Размер вознаграждения Исполнителя за базовый тариф категории «Т» 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 «Т»:

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.