Splošni pogoji poslovanja družbe SMART AD d.o.o. z oglaševalci

1. Definicije

Storitve družbe Smart AD d.o.o. obsegajo zlasti zakup digitalnega spletnega oglasnega prostora (op. tako desktop kot mobile), kot tudi vse druge storitve, ki so predstavljene in ponujene na spletni strani www.smart-ad.si.

Ponudnik oz. Izvajalec je: Smart AD d.o.o., Parmova ulica 14, Ljubljana, ID za DDV SI27359425.

Založnik je oseba oziroma poslovni subjekt, ki je lastnik in upravljavec spletnega mesta, ki ima nadzor nad njegovo vsebino in ima pristojnost skleniti dogovor s ponudnikom za vključitev v ta sistem ponudnika.

Oglaševalec oz. Naročnik je oseba oziroma poslovni subjekt, ki prodaja produkte ali storitve in želi povečati število obiskov na svojem spletnem mestu oziroma graditi na prepoznavnosti svoje blagovne znamke, kar poskuša uresničiti tudi s pomočjo nakupa digitalnega medijskega prostora pri ponudniku.

Spletno mesto je skupek vseh spletnih strani in mobilnih spletnih strani na posameznem spletnem naslovu (domeni) ter mobilnih aplikacij.

Spletna stran je posamezna stran (na določenem spletnem naslovu) v okviru spletnega mesta in je predstavljena v enem oknu brskalnika. Navigacija po njej je možna z uporabo drsnika na desni strani ali miške oziroma dotika oziroma druge ustrezne naprave.

Oglas je obvestilo, namenjeno javnosti, katerega objavo naroči pravna ali fizična oseba z namenom, da bi s tem pospeševala promet blaga, storitev, pravic ali obveznosti, pridobivala poslovne partnerje ali si v javnosti ustvarjala ugled in dobro ime. Oglas se objavi za plačilo ali drugo podobno nadomestilo ali z namenom samooglaševanja. Oglas definirajo lokacija objave (pozicija v okviru spletnega mesta ter pozicija v okviru posamezne spletne strani), pogoji poslovanja (na doseg ali na ključne besede), vsebina (grafični ali tekstovni oglas) ter URL naslov.

Oglaševalska akcija je najmanjša enota naročila oglaševanja. Vodi se kot nedeljiva celota, ima svoje ime in svojo statistiko. Sestavlja jo praviloma prikazovanje enega ali več oglasov na enem oglasnem mestu, pri čemer pa so vsi oglasi namenjeni promociji enega spletnega mesta. Kreative posameznih oglasov znotraj ene oglaševalske akcije so lahko različne.

Kreativa pri grafičnem oglasu zajema besedilo in grafično vsebino oglasa, pri tekstovnem oglasu pa samo besedilo oglasa.

Obiskovalec je vsaka oseba, ki obišče katerokoli spletno stran v okviru spletnega mesta. Kot obiskovalec se šteje vsak odjemalec (client), ki ima omogočene piškotke in ki na strežnik upravljalca spletnega mesta pošlje zahtevo za prikaz katerekoli vsebine.

Ključna beseda je beseda ali besedna zveza, ki jo zakupi oglaševalec za kontekstualno ciljano oglaševanje na ključne besede v okviru sistema.

Klik je dejanje interakcije obiskovalca s prikazanim oglasom. Klik je opravljen, kadar obiskovalec postavi kazalko na oglas in nanj klikne oziroma, da se na napravi občutljivi na dotik, dotakne področja oglasa in tako sproži postopek preusmeritve k oglaševalčevi spletni predstavitvi. Za klik je torej dovolj, da je obiskovalec napoten k oglaševalcu in ni potrebno, da na ciljno lokacijo tudi prispe. Klik se kot opravljen zabeleži na oglasnem strežniku ponudnika

oglaševanja, ko le-ta prejme zahtevo obiskovalčevega brskalnika za preusmeritev in nanj pošlje odgovor.

Prikaz je posredovanje vsebine oglasa kot reakcija na zahtevek, da se oglas prikaže v oknu obiskovalčevega brskalnika. Prikaz se zabeleži na oglasnem strežniku ponudnika oglaševanja.

Retargeting je oblika prikazovanja oglasa, pri kateri se posameznemu obiskovalcu spletne strani ponovno prikaže oglas na osnovi njegovih osebnih preferenc.

Koda (tracking code) je del programske kode, ki jo oglaševalec implementira v svoje spletne strani, preko katere se prikazujejo oglasi na določeni in dogovorjeni spletni strani.

CTR (click-through-rate) je razmerje med številom klikov na posamezni oglas in številom prikazov tega oglasa ter pove, kolikšen odstotek obiskovalcev, ki jim je bil oglas prikazan, je na ta oglas tudi kliknil. Predstavlja prikaz učinkovitosti oglasa in je odvisen od številnih faktorjev, kot so cilji oglaševalske akcije, privlačnost vsebine oglasa, usklajenost vsebine oglasa s ciljno publiko, frekvenca prikazovanja ipd.

CPC (cost-per-click) oziroma PPC (pay-per-click) je zaračunavanje na klik, kar pomeni, da ponudnik spletnega mesta oglaševalcu zaračuna opravljeno oglaševanje na podlagi števila potrjenih klikov na prikazan oglas.

CPM (cost-per-mille) je zaračunavanje na 1000 ogledov, kar pomeni, da ponudnik spletnega mesta oglaševalcu zaračuna opravljeno oglaševanje za vsakih 1000 obiskovalcev, ki so si oglas ogledali.

2. Uporaba in veljavnost splošnih pogojev

Ti splošni pogoji so v celoti zavezujoči za vse oglaševalce, ki poslujejo s ponudnikom, in imajo naravo pogodbe oz. pravnega dogovora med ponudnikom in oglaševalcem.

V primeru, da ponudnik in oglaševalec glede posameznega poslovnega sodelovanja skleneta pogodbo v pisni obliki, se šteje, da ti splošni pogoji dopolnjujejo pogodbena določila. V primeru neskladja med splošnimi pogoji in posameznimi pogodbenimi določili neposredno veljajo pogodbena določila in imajo prednost pred splošnimi pogoji.

Ponudnik sme posamezna določila teh splošnih pogojev kadarkoli spremeniti.

Oglaševalec je dolžan mesečno spremljati spletno stran ponudnika glede morebitnih sprememb splošnih pogojev, saj v roku 30 dni od objave na spletni strani ponudnika le-te začnejo neposredno učinkovati in se poslovno razmerje nadaljuje pod spremenjenimi splošnimi pogoji.

Oglaševalec, ki se s spremenjenimi splošnimi pogoji ne strinja, lahko poslovno sodelovanje s ponudnikom, brez odpovednega roka odpove v roku 15 dni od objave spremenjenih splošnih pogojev na spletni stranki ponudnika. Odpoved mora biti podana na elektronski naslov info@smart-ad.si ali pa poslana priporočeno po pošti, sicer odpoved ni veljavna in nima nikakršnih pravnih učinkov.

3. Sklenitev, pogoji in trajanje poslovnega sodelovanja

Pred sklenitvijo poslovnega razmerja je ponudnik dolžan oglaševalcu po navadni ali elektronski pošti poslati ponudbo za oglaševanje (Media Plan), ki vsebuje vse bistvene sestavine pogodbe, zlasti načrt oglaševanja, pogoje ter časovno komponento in ceno oglaševanja, ponudbi za oglaševanje pa priložiti vsakokrat veljavne splošne pogoje.

Ponudnik in oglaševalec stopita v poslovno razmerje v trenutku, ko oglaševalec s strani ponudnika poslano ponudbo za oglaševanje (Media plan) pisno potrdi, s sprejemom ponudbe pa oglaševalec potrjuje, da je v celoti seznanjen z vsebino teh splošnih pogojev ter da jih razume in v celoti sprejema.

Lista medijev (založnikov), ki je dodana Media planu in v katerih se bo predvidoma pojavil oglas, je izključno informativne narave, pri čemer lista medijev ni zaključena, saj je odvisna od dnevnih nihanj povpraševanja in ponudbe s strani medijev. Ponudnik ne more jamčiti za listo medijev, ker nima vpliva na delovanje posameznega založnika in na dnevna nihanja povpraševanja ter ponudbe na strani medijev. Pri tem se upošteva, da je zakup prostora pri posameznem mediju možen tudi preko drugih storitev, na kar ponudnik ne more vplivati. Če v vmesnem obdobju posamezni medij spremeni možnost zakupljenega prostora, za to spremembo ne odgovarjamo.

V primeru, da ponudnik oceni, da s strani oglaševalca vloženih sredstev v predvidenem roku iz potrjene ponudbe za oglaševanje (Media Plan) ne bo mogoče porabiti, je ponudnik upravičen preostanek sredstev prerazporediti na druge ustrezne in primerljive medije, kot tudi na partnerske mreže.

Ponudnik lahko v primeru, če sta z naročnikom dogovorjena za t.i. Hand pick izbiro medijev, na osnovi strokovne presoje izbere drug primerljiv medij, v kolikor posameznega medija ni več na voljo.

Poslovno razmerje se ob odsotnosti drugačnega pisnega dogovora sklepa za trajanje poslovnega razmerja v okviru oglaševalske akcije, kot je določeno v vsaki posamezni ponudbi za oglaševanje (Media Plan).

Ponudnik v nobenem primeru ne odgovarja za prodajni uspeh ali druge cilje, ki jih oglaševalec zasleduje in želi doseči z oglaševanjem pri ponudniku.

4. Pogoji glede prikaza oglasov

Oglasi morajo biti podani izključno v eni izmed dimenzij oglasov v skladu z IAB standardi, zlasti:

a) navadni mobile oglasi za pametne telefone: 300x250 px, 320x50 px, Full-screen video, In-page video (any size), 102x768 px, 102x1024 px, 768x1024 px, 768x90 px, 728x90 px, drugo

b) oglasi za tablične računalnike: 300x250 px, 728x90 px, Full-screen video, In-page video (any size), 1024x1024 px, 768x90 px, 320x50 px, 1024x768 px, 768x1024 px, drugo

c) oglasi za desktope: 300x250 px, 336x200 px, 728x90 px, 160x600 px, 640x360 px, 970x250 px, 300x600 px, 970x90 px, 300x1050 px, 550x480 px, drugo

d) video mobile oglaševanje (za tablične računalnike in pametne telefone)

e) video oglasi za desktope.

Več informacij o dimenzijah video mobile oglasov ter video desktop oglasov je dostopnih na:

http://www.iab.net/guidelines/508676/508767/displayguidelines

Oglaševalec in ponudnik se lahko pisno v komunikaciji preko e-pošte dogovorita individualno tudi za drugačen format oglasov.

5. Prikazovanje kontekstualnih oglasov

Kontekstualni oglas se prikaže na spletni strani, ki je vključena v sistem ponudnika, pri kateri vsebina posredno ali neposredno ustreza opisu, ki ga definira oglaševalec.

Ponudnik si pridržuje pravico, da presodi ustreznost vsebine spletne strani z vidika celotnega oglasa in uporabniške izkušnje. Temeljni kriterij za presojanje je pravilo, da prikazani oglas kot celota izboljša kakovost uporabniške izkušnje oz. jo ohrani vsaj na nekem nivoju. Ponudnik si pri izbiri spletne strani za prikaz kontekstualnih oglasov pridržuje pravico, da izbere točno določene spletne strani za kontekstualno oglaševanje, če meni, da je to potrebno zaradi spoštovanja teh splošnih pogojev poslovanja oz. upoštevanja veljavne zakonodaje.

6. Prepovedana ravnanja

Oglaševalec lahko preko ponudnika oglašuje le tiste vsebine, za katera ima pridobljena vsa ustrezna in potrebna dovoljenja in soglasja.

Oglasi ne smejo vsebovati vsebin, ki so na kakršenkoli način v nasprotju z določbami Ustave Republike Slovenije, v nasprotju z veljavnimi predpisi na področju Republike Slovenije in ki so na kakršenkoli način v nasprotju z moralo oz. splošno sprejetimi in znanimi etičnimi načeli.

Založnikova spletna mesta primeroma ne smejo prikazovati kakršnegakoli nasilja, nestrpnosti, diskriminacije, groženj, žalitev, pornografije, mamil, drog, alkohola, tobaka, orožja, terorizma, skratka ničesar, kar bi bilo v nasprotju z zgornjo določbo in kar bi na kakršenkoli način nasprotovalo veljavnim predpisom, javnemu redu in moralnim načelom, poleg tega pa ne smejo vsebovati osebnih podatkov posameznikov brez njihovega soglasja, ne smejo vsebovati virusov oz. škodljivih programov in ne smejo prikazovati vsebin, glede katerih založnik ne razpolaga z avtorskimi pravicami.

Založnik se zavezuje, da so vsebine na spletnih straneh, ki jih ponuja in kjer je nameščena koda, družini prijazne (family-safe).

Založnik v nobenem primeru ne sme niti neposredno niti posredno:

- Ustvarjati prometa na katerikoli oglas preko kakršnihkoli avtomatičnih, prikritih, sleparskih ali drugih nepravilnih sredstev, kar brez izjeme vključuje ponavljajoče osebne klike, uporabo robotov ali druge programske opreme, ki avtomatizira promet;

- Popravljati, filtrirati ali spreminjati vrstnega reda informacij, ki so prikazane v kateremkoli oglasu ali izbrisati, zakriti, popačiti katerikoli oglas v kakršnemkoli smislu;

- Uokviriti, minimizirati, odstraniti ali drugače preprečiti celoten in popoln prikaz katerekoli oglaševane strani, ki je dostopna končnemu obiskovalcu preko klika na katerikoli del oglasa;

- Preusmeriti končnega obiskovalca stran od katerekoli oglaševane strani ali ga preusmeriti preko neke druge strani na oglaševano stran; vsi kliki, opravljeni na oglas, morajo končnega obiskovalca neposredno, brez kakršnihkoli vmesnih postankov, pripeljati na oglaševano stran.

- Prikazovati kakršnihkoli oglasov na straneh z napako, kar brez izjeme vključuje ˝404 Document not found˝. Prav tako ni dovoljeno prikazovanje oglasov na kakršnikoli strani z registracijo ali na strani, kjer se zahvaljujete obiskovalcu za registracijo, v katerikoli elektronski pošti, pogovorni strani ali na strani, ki vsebuje pornografske, rasno nestrpne, nasilne, žaljive ali nelegalne vsebine;

- Dostopati, zaganjati, in/ali aktivirati oglasov, ali kako drugače vključevati oglase v kakršnokoli aplikacijo ali spletno stran, ki ni v lasti založnika, razen v obsegu, ki je dovoljen s tem dogovorom;

- V kakršnikoli obliki pridobivati ali shranjevati informacije, pridobljene s katerimkoli oglasom;

- Delovati na kakršenkoli način, ki ni v skladu s poslovnimi običaji ali sodelovati v katerikoli akciji ali praksi, ki bi metala slabo luč na ponudnika, oglaševalca, lastnika ali upravljavca sistema ali ki bi kakorkoli omalovaževala, razvrednotila ali škodovala ponudnikovemu, oglaševalčevemu, lastnikovemu ali upravljavčevem ugledu.

7. Kršitev splošnih pogojev poslovanja

Oglaševalec se popolnoma zaveda, da kakršnokoli kršenje teh pravil vodi do pravnega pregona proti njemu, vključujoč tudi takojšnjo izključitev iz sistema ponudnika.

V primeru kršitev navedenih določb Splošnih pogojev poslovanja je Oglaševalec dolžan prevzeti nase vse škodljive posledice svojega ravnanja in je dolžan ponudniku povrniti vso premoženjsko in nepremoženjsko škodo, ki bi mu v zvezi s tem nastala.

V primeru, da bi zaradi kršitve določb Splošnih pogojev tretje oškodovane osebe na ponudnika naslovile odškodninske zahtevke, jih je oglaševalec v celoti dolžan prevzeti nase in se v primeru sodnega spora spustiti v spor namesto ponudnika.

8. Merjenje oglaševanja, vodenje statistike in plačilni pogoji

Ponudnik je glede lansiranih oglasov upravičen spremljati in meriti količino oglaševanja oz. meriti zahteve za prikaz oglasa oz. klikov na oglas s strani uporabnika.

V okviru zgornje določbe se shranjujejo naslednji podatki:

- Klik na oglas,

- Čas obiska / čas klika,

- URL,

- Podatki o piškotku,

- IP naslov,

- Podatki o programski opremi obiskovalca.

Po izteku oglaševalske kampanje oz. po izteku roka iz potrjene ponudbe za oglaševanje (Media Plan) je dolžan ponudnik oglaševalcu poslati poročilo o izvedenih aktivnostih, ki dokazuje namensko porabo s strani oglaševalca vloženih sredstev. Poročilo mora vsebovati tudi statistiko, ki vsebuje podatke o številu klikov, številu iskanj in CTR.

Skupaj s poročilom je ponudnik upravičen poslati tudi račun za opravljene storitve v skladu s potrjeno ponudbo za oglaševanje (Media Plan).

V primeru nestrinjanja z višino računa in zapadlostjo je dolžan oglaševalec račun zavrniti v roku 8 dni od izstavitve računa, saj se v nasprotnem primeru šteje, da je račun v celoti potrjen in se kasnejših reklamacij ne sprejema, pravočasna zavrnitev računa pa ne zadrži plačila nespornega dela računa.

Ponudnik je dolžan statistiko oglaševanja voditi pošteno in poslati poročilo, ki v celoti ustreza dejanskemu stanju, katerega je ugotovil na podlagi analitičnih tehnologij in orodij, ki jih uporablja za merjenje oglaševalske kampanije.

V primeru, da tudi oglaševalec uporablja svoje tehnologije za spremljanje rezultatov oglaševanja in se posamezne meritve med ponudnikom in oglaševalcem medsebojno ne ujemajo, sta dolžna ponudnik in oglaševalec nastalo situacijo s posebnim pisnim dogovorom urediti v roku 15 dni od prejema obvestila oglaševalca o razhajanjih, pri čemer je dokazno breme na strani oglaševalca.

Ponudnik za določene interaktivne ad formate oz. oglase, ki jih izdela za oglaševalca in jih tudi zavrti preko svojih oglasnih strežnikov, lahko omogoči t.i napredne statistike, ki omogočajo spremljanje engagementa uporabnikov znotraj oglasov. Ponudnik oglaševalcu izrecno poda informacije, pri katerih interaktivnih oglasih lahko omogoči uporabo t.i. naprednih statistik. V kolikor ponudnik prejme s strani oglaševalca že pripravljene oglase, v tem primeru ni možno izvajanje sledenja za t.i. napredne satatistike.Oglas mora vsebovati elemente, s katerimi lahko uporabnik izvaja interakcije. Oglas mora imeti omogočeno vstavljanje in izvajanje lastne JavaScript kode na teh interaktivnih elementih.

9. Intelektualna lastnina in poslovna skrivnost

Vse vsebine sistema ponudnika so avtorsko pravno zaščitene kot individualne avtorske stvaritve oziroma kot podatkovne zbirke. Varstvo zajema zlasti podatke, besedila, multimedijske vsebine, programsko opremo in izvorno kodo. Avtorsko pravno zaščitene vsebine je dovoljeno uporabljati zgolj na način in namen, določen s temi splošnimi pogoji poslovanja in veljavno zakonodajo.

Oglaševalec se zavezuje, da bo poslovno sodelovanje s ponudnikom obravnaval kot poslovno skrivnost in v nobenem primeru neposredno ali posredno informacije, da sodeluje s ponudnikom ne bo izdal tretjim osebam. Kršitev omenjene določbe predstavlja razlog za takojšnjo odpoved pogodbe ter ukrepi v smislu 7. točke teh splošnih pogojev.

Za poslovno skrivnost se štejejo vsi podatki, ki so kot takšni določeni z zakonom ali aktom Izvajalca, pa tudi podatki, za katere je očitno, da bi Izvajalcu nastala občutna škoda, če bi zanje izvedela nepooblaščena oseba. Med take podatke spadajo predvsem podatki o Naročniku, njegovih strankah in pogodbenih partnerjih ter zaposlenih in sodelavcih, kakor tudi drugi podatki, do katerih ima dostop pri Izvajalcu in so za Izvajalca ali njegove stranke osebnega ali poslovnega značaja. Naročnik je odgovoren za kršitev, če je vedel ali bi moral vedeti za tak značaj podatkov. Dolžnost varovanja poslovne skrivnosti veže Naročnika tudi po prenehanju sodelovanja z Izvajalcem in njegovimi podizvajalci.

Oglaševalec je dolžan dostaviti oglase in ostale materiale, ki so potrebni za izvedbo mediaplana brez morebitnih pravnih ali stvarnih napak ter z jasno določenimi avtorskimi pravicami na poslanih oglasih in ostalem oglaševalskem materialu, ki je potreben za izvedbo naročenih oglaševalskih akcij.

10. Varstvo osebnih podatkov

Oglaševalec je dolžan, v kolikor pri oglaševalski akciji zbira in obdeluje osebne podatke fizičnih oseb, pridobiti njihovo osebno privolitev za obdelavo osebnih podatkov, vse v skladu z zahtevami zakonodaje s področja varstva osebnih podatkov.

Oglaševalec izrecno dovoli, da ponudnik, v okviru medsebojnega sodelovanja in za namene svojega poslovanja, zbira in obdeluje anonimizirane podatke ter osebne podatke, ki so za ta namen potrebni.

Ponudnik v nobenem primeru ne more in ne prevzema odgovornosti v primeru nezakonite obdelave osebnih podatkov založnikovih obiskovalcev, fizičnih oseb.

Ponudnik ob zakupu digitalnega spletnega oglasnega prostora uporablja oglasne strežnike Smart ad server in Google ad manager. Splošni pogoji uporabe oziroma politika varstva zasebnosti oglasnih strežnikov so dostopni na: https://smartadserver.com/end-user-privacy-policy/ (za Smart ad server) ter na https://policies.google.com/privacy (za Google ad manager).

Oglaševalec, ki naroči oglaševanje pri ponudniku za namene spremljanje statistik in izvajanje nadzora nad izvedbo naročil preko ponudnikovih oglasnih strežnikov, svojim naročilom praviloma doda še t.i. 3rd party tracking skripto, s katero beleži enake podatke, kot jih beležijo ponudnikovi oglasni strežniki. Oglaševalci ponudnika praviloma uporabljajo naslednje informacijske rešitve za zbiranje podatkov, npr. Gemius, AD Ocean, Sizmek, Doubleclick, Integral Ad Science (IAS) ipd. ali pa imajo razvite lastne rešitve.

Oglaševalec je dolžan te pridobljene podatke obdelovati in varovati na zakonit način. Ponudnik za te podatke v nobenem primeru ne odgovarja.

Oglaševalec se strinja, da se izvajanje remarketing oz. retargeting oglaševanja s strani založnika ali ponudnika izvaja izključno na oglaševalčevo lastno odgovornost in prevzema vso odgovornost in posledice vklopa remarketing oz. retargeting oglaševanja. V primeru ugotovljenih kršitev se oglaševalec strinja, da popolnoma prevzema stroške in obvezo plačila morebitnih glob iz naslova remarketing oz. retargeting oglaševanja tudi za ponudnika oziroma založnika remarketing oz. retargeting oglaševanja.

Izvajalec izrecno izjavlja, da je seznanjen z vsebino določb Uredbe (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. aprila 2016 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov ali GDPR), z vsebino določb vsakokrat veljavnega Zakona o varstvu osebnih podatkov.

Izvajalec se bo pri opravljanju storitev za Naročnika, seznanil z osebnimi in zaupnimi podatki pri Naročniku, praviloma v omejenem obsegu. Zaradi narave dejavnosti Izvajalca je jasno, da se bo Izvajalec pri opravljanju storitev seznanil z osebnimi podatki, kot so imena in priimki, naslov, telefonske številke, e-pošta, ki se nanašajo na zaposlene pri Naročniku. Izvajalec se bo prav tako seznanil s podatki naštetimi v 8. točki teh splošnih pogojev ali s kakšnimi drugimi osebnimi podatki, s katerimi bi se Izvajalec lahko seznanil po naključju. Naročnik s sprejemom *Splošnih pogojev poslovanja družbe SMART AD d.o.o. z oglaševalci*, soglaša z le-temi, ter pooblašča Izvajalca, da za namen izvajanja svojih storitev obdeluje Naročnikove osebne podatke, Izvajalec pa to pooblastilo sprejema in se zaveže zagotoviti ustrezne postopke in ukrepe iz vsakokrat veljavnega Zakona o varstvu osebnih podatkov in GDPR. Osebni podatki iz evidenc in zbirk Naročnika se varujejo v skladu z veljavno zakonodajo. Izvajalec bo podatke obdeloval za čas pogodbenega sodelovanja z Naročnikom.

11. Reševanje sporov

Ponudnik je izključno pristojen za reševanje vseh reklamacij, pritožb in pripomb glede delovanja in vsebine sistema, vključno glede prikazovanja in vsebine oglasov. V primeru

vprašanj in reklamacij glede oglaševanja se lahko oglaševalec obrne na Center za podporo uporabnikom sistema Smart AD sistem, kontaktni naslov info@smart-ad.si.

Neposredno kontaktiranje založnika ali katerekoli tretje osebe s strani oglaševalca glede pripomb na delovanje sistema ni dovoljeno.

Morebitne reklamacije glede opravljenega oglaševanja v sistemu je oglaševalec dolžan pisno posredovati Centru za podporo uporabnikom sistema Smart Ad najkasneje v 8 dneh od prejema računa za opravljeno oglaševanje. Po tem roku se reklamacije glede opravljanja oglaševanja ne upoštevajo in s pretekom tega roka se oglaševalec izrecno odpoveduje vsem terjatvam iz tega naslova.

Ponudnik in oglaševalec se zavezujeta morebitne spore reševati po mirni poti, v kolikor to ne bo mogoče, pa bo o sporih odločalo stvarno pristojno sodišče v Ljubljani.

Razmerje med ponudnikom in oglaševalcem se presoja po slovenskem pravu, brez uporabe pravil o mednarodnem zasebnem pravu in postopku.

Ljubljana: 31. 10. 2025

Smart ad d.o.o.

Cenik za oglaševanje preko Smart ad mreže in Smart premium programmatic mreže (prikazno omrežje) za področje Republike Slovenije:

MOBILE

KLASIK MEDIA

Premium programmatic Smart mobilna oglasna mreža in mobilna RON mreža (Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM (mobilno) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 25 EUR / 1.000 prikazov

KLASIK RETARGETING MEDIA

Premium programmatic Smart mobilna oglasna mreža in mobilna RON mreža (Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM (mobilno) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 25 EUR / 1.000 prikazov

RICH MEDIA

Premium programmatic Smart mobilna oglasna mreža in mobilna RON mreža (Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM (mobilno) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 35 EUR / 1.000 prikazov

KLASIK VIDEO

Premium programmatic Smart mobilna video oglasna mreža in mobilna video RON mreža
(Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM VIDEO (mobilno) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 25 EUR / 1.000 prikazov

RICH VIDEO

Premium programmatic Smart mobilna video oglasna mreža in mobilna video RON mreža
(Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM VIDEO (mobilno) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 35 EUR / 1.000 prikazov

KLASIK MEDIA CPC

Premium programmatic Smart mobilna CPC oglasna mreža
(Premium, Secondary Premium, Longtail, Programmatic, Blind Network)

Podprti formati:

- 300 × 50 px
- 320 × 50 px

CPC (mobilno) – cena na klik

Redna cena: 0,90 EUR / klik

DESKTOP

KLASIK MEDIA

Premium programmatic Smart spletna oglasna mreža in spletna RON mreža
(Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM (desktop) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 25 EUR / 1.000 prikazov

KLASIK RETARGETING MEDIA

Premium programmatic Smart spletna oglasna mreža in spletna RON mreža
(Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM (desktop) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 25 EUR / 1.000 prikazov

RICH MEDIA

Premium programmatic Smart spletna oglasna mreža in spletna RON mreža (Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM (desktop) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 35 EUR / 1.000 prikazov

KLASIK VIDEO

Premium programmatic Smart video oglasna mreža za namizne naprave in spletna RON video mreža (Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM VIDEO (desktop) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 35 EUR / 1.000 prikazov

RICH VIDEO

Premium programmatic Smart video oglasna mreža za namizne naprave in spletna RON video mreža (Premium, Secondary Premium, Longtail)

CPM VIDEO (desktop) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 45 EUR / 1.000 prikazov

OZADJA – VIDEO

Premium programmatic zakup posebnih video formatov (Rich Media, posebna ozadja in drugi posebni zakupi)

CPM (desktop) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 45 EUR / 1.000 prikazov

OZADJA – DISPLAY

Premium programmatic zakup spletnih ozadij (Background Ad Formats)

CPM (desktop) – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 45 EUR / 1.000 prikazov

KLASIK MEDIA CPC

Premium programmatic Smart spletna CPC mreža

(Podprti formati:
300×250px,
160×600px,
728 × 90 px)

CPC (desktop) – cena na klik

Redna cena: 0,90 EUR / klik

NATIVE OGLAŠEVANJE

Smart Ad Native Mobile

Format:

- 300 × 250 px (In-Article)

CPC (mobilno) – cena na klik

Redna cena: 1,00 EUR / klik

Smart Ad Native PR

CPM – cena za 1.000 prikazov

Redna cena: 25 EUR / 1.000 prikazov

Cenik za storitve podjetja Smart AD d.o.o.

1. Oblikovalec: urna postavka 80 EUR
2. Strokovnjak za izvedbo oglaševalske kampanje: urna postavka 70 EUR
3. Strateg oglaševalskih kampanj: urna postavka 100 EUR
4. Tekstopisje: urna postavka 40 EUR
5. Programer: urna postavka 90 EUR
6. AI izvajalec: urna postavka 80 EUR

*Navedeni cenik velja do preklica.

**Vse cene so brez DDV-ja.