

Allegro Ads Szabályzat

Tartalomjegyzék

1. rész – Allegro Ads Szabályzat az Allegro.pl esetében

- 1. szakasz FOGALOMMEGHATÁROZÁSOK
- 2. szakasz RÉSZVÉTEL FELTÉTELEI
- 3. szakasz REKLÁMÜZENET MEGJELENÍTÉSÉNEK FELTÉTELEI
- **3A SZAKASZ ELSŐBBSÉGI REKLÁMÜZENETEK MEGJELENÍTÉSÉNEK FELTÉTELEI**
- 4. szakasz REKLÁMÜZENET MEGJELENÍTÉSE
- 5. szakasz DÍJAK
- 6. szakasz ZÁRÓ RENDELKEZÉSEK

(...)

A változat 2025. ~~szeptember 17-től~~ **október 20-tól** érvényes.

(...)

1. rész

Allegro Ads Szabályzat az Allegro.pl esetében

(...)

1. szakasz FOGALOMMEGHATÁROZÁSOK

A jelen Szabályzatban ~~Általános Szerződési Feltételekben~~ használt alábbi **szavak és** kifejezések a következő jelentéssel bírnak:

(...)

30. **Mutatószám:** ~~az egy Kattintásra vagy 1000 (ezer) Megjelenítésre jutó maximális ár, és a Reklámüzenet megjelenítésekor a Kattintások számának és a Megjelenítések számának aránya, módosítva azzal a paraméterrel, hogy az adott Reklámüzenet tárgyat képező Termék megfelel azon weboldal tárgyának, amelyen az Allegro Kiállítótere található.~~ az alkalmazandó, kattintásonként vagy 1000 (ezer) megjelenítésenként meghatározott Költségegységre vonatkozó ár, szorozva a Reklámüzenet megjelenítése során mért kattintások és megjelenítések arányával, módosítva azzal a paraméterrel, amely megadja, hogy az adott Reklámüzenet tárgyat képező Áru mennyire felel meg azon oldal tárgyának, amelyen az Allegro Kiállítóter található.

(...)

33. **Költségegység:** a Reklámüzenet megjelenítésének díja, amelynek kiszámítása figyelemmel az 5.4. bekezdésben foglaltakra, a következő értékesítési modell alapján történik:

a. **Max. CPC:** a Szponzorált ajánlatok elszámolására használt egység, amelynek kiszámítása a Reklámüzenetre történő Kattintások száma alapján történik. A Hirdető határozza meg a bruttó ár maximumát, azaz, hogy egy Kattintásért mennyit hajlandó fizetni, a Napi költségkeret erejéig, tekintettel a Teljes költségkeretre; a maximális bruttó ár meghatározásának a lehetősége azonban nem vonatkozik a Reklámhálózat kiállítóterére. Ebben az esetben egy Kattintás díját az adott Reklámhálózat kiadója által meghatározott szabályok szerint állapítják meg a Napi költségkeret erejéig, tekintettel a Teljes költségkeretre.

b. **Max. CPM:** a Display-hirdetések elszámolására használt egység, amelynek kiszámítása a Reklámüzenet megjelenítéseinek száma alapján történik. 1 CPM minden megkezdett 1000 Megjelenítés költsége. A Hirdető határozza meg a maximális bruttó árat, azaz, hogy mennyit hajlandó fizetni minden megkezdett 1000 Megjelenítés után.

c. **Dinamikus CPC:** a Szponzorált ajánlatok elszámolására használt egység, amelynek alapja a Reklámüzenetre történő Kattintások száma. A Hirdető határozza meg azt a bruttó átlagárat, amelyet egy Kattintásért hajlandó fizetni a Napi költségkeret erejéig, beleértve a Teljes költségkeretet is. Dinamikus CPC esetén:

i. A fent említett bruttó átlagár a Reklámüzenet megjelenítésének teljes becsült időtartamára vonatkozóan kerül kiszámításra, azonban ez minden alkalommal újraszámítódik, amikor a Hirdető módosítja a becsült bruttó átlagárat.

ii. A piaci feltételek változása, valamint a Reklámüzenet várható reklámértéke miatt (amely a Cég gépi tanulási modelljeinek és algoritmusainak előrejelzése alapján kerül kiszámításra, figyelembe véve különösen a Reklámüzenet közzétételére vonatkozó változó piaci körülményeket) a Reklámüzenetre történő Kattintás után fizetendő bruttó ár ingadozik, és eltérhet a becsült bruttó átlagártól. Ugyanakkor ez az ár nem lehet alacsonyabb az adott Költségegységre vonatkozó minimális árnál, és nem haladhatja meg a Hirdető által megadott bruttó átlagár 200%-át.

iii. A Dinamikus CPC modellel a Cég a Hirdető által megadott bruttó átlagárat igyekszik elérni a fent említett feltételek szerint, azonban nincs garancia arra, hogy ez ténylegesen megvalósul.

iv. A bruttó átlagár meghatározásának lehetősége nem vonatkozik a Reklámhálózat Kiállítóterére – ebben az esetben egy Kattintás díját az adott Reklámhálózati közzetevő által meghatározott szabályok szerint állapítják meg a Napi költségkeret erejéig, tekintettel a Teljes költségkeretre is.

v. A Hirdető az egyes Reklámüzenetek Költségegységét a Reklámszolgáltatás irányítópultján keresztül választhatja ki.

34. Napi költségkeret: az egy napra jutó bruttó költségkeret maximuma, amelyet a Hirdető a Reklámüzenetnek a Kiállítóterben történő megjelenítésére hajlandó fordítani.

35. Teljes költségkeret: a maximális bruttó költségkeret, amelyet a Hirdető a Reklámüzenetnek a Kiállítóterben történő megjelenítésére hajlandó fordítani.

36. Költségkeret-felhasználást optimalizáló mechanizmus – automatizált rendszer a Reklámszolgáltatásokon belül; célja a Napi költségkeret optimális felhasználása úgy, hogy a Szponzorált ajánlatok a teljes időszakban elosztva, és különösen az Allegro felületén a legnagyobb felhasználói forgalmat mutató időszakokban jelenjenek meg.

37. ~~36.~~ Reklámszolgáltatások irányítópultja: önálló funkció a Hirdetők számára a Reklámszolgáltatásokon belül a salescenter.allegro.com domainen vagy a Technikai partnerek által rendelkezésre bocsátott felületeken, amely lehetővé teszi Hirdetők számára a Reklámszolgáltatások irányítópultján elérhető szolgáltatások igénybevételét.

38. ~~37.~~ Reklámszolgáltatás: a Cég által biztosított szolgáltatás a Szabályzatban meghatározott feltételek szerint

39. ~~38.~~ Ads Express szolgáltatás: a Reklámszolgáltatás korlátozott funkcionalitású igénybevételének módja, amelynek részletes feltételeit a Szabályzat 3.10. bekezdése határozza meg, és amely lehetővé teszi a Hirdető számára Reklámüzenetek gyors közzétételét közvetlenül az Allegrón lévő Céges fiókon keresztül.

40. ~~39.~~ Reklám a közzétételi űrlapról szolgáltatás: a Reklámszolgáltatás korlátozott funkcionalitású igénybevételének módja, amelynek részletes feltételeit a Szabályzat 3.11. bekezdése határozza meg, és amely lehetővé teszi a Hirdető számára Reklámüzenetek gyors közzétételét közvetlenül az Allegro közzétételi űrlapjáról.

41. ~~40.~~ Hirdetés: az Allegro Szabályzat 3.3. bekezdésének értelmezése szerinti hirdetéstípusú Ajánlat.

42. ~~41.~~ Ads4Brands funkció: olyan funkció, amely lehetővé teszi a Hirdető (az Allegro Ads Partnerprogram Szabályzata értelmében meghatározott Partner, illetve gyártó vagy Márkatulajdonos) számára, hogy több Eladótól származó Ajánlatokat reklámozzon, amelyek a Márkapartner által

kiválasztott márkájú Termékekből állnak. A funkció csak az Allegro Ads Partnerprogramban az Allegro Ads Partner Szabályzata értelmében részt vevő Márkák és Partnerek fiókjában érhető el.

43. Elsőbbségi hirdető: az a Hirdető, aki az Általános Szerződési Feltételek 2.2. bekezdésével összhangban a Reklámszolgáltatás irányítópultján az Elsőbbségi reklámszolgáltatásokhoz hozzáférést biztosító, különleges jogosultságokat kapott a Cégtől.

44. Elsőbbségi reklámszolgáltatások: a Cég által az Elsőbbségi hirdetők számára nyújtott szolgáltatás, amely lehetővé teszi az Elsőbbségi reklámüzenetek elsőbbségi alapon történő megjelenítését, fix CPM modellben elszámolva.

45. Elsőbbségi reklámüzenet: az Elsőbbségi reklámszolgáltatások részeként megjelenő Reklámüzenet.

46. Elsőbbségi eredményrangsor: az Elsőbbségi reklámüzenet egy adott formájához tartozó összes Elsőbbségi reklámüzenet sorrendje az Allegrón, amelyet eseti alapon számítanak ki.

(...)

3. szakasz REKLÁMÜZENET MEGJELENÍTÉSÉNEK FELTÉTELEI

(...)

3.2.

Ahhoz, hogy egy reklámüzenet megjelenhessen, a Hirdetőnek az alábbi műveleteket kell a Reklámszolgáltatás-irányítópulton elvégeznie:

a. fel kell tüntetnie azt a Piacteret, ahol a Reklámüzenetet ~~közzéteszi~~;

b. meg kell adnia azokat az Allegrón lévő ajánlatokat és Hirdetéseket, amelyeket a Reklámüzenetben akar reklámozni;

c. meg kell határoznia a vonatkozó Költségegység értékét, amelyet a Reklámüzenet kiválasztott formájától függően hajlandó megfizetni, figyelemmel a ~~31. bekezdés a. pontjára~~ a 32. bekezdésre is;

(...)

3A. szakasz ELSŐBBSÉGI REKLÁMÜZENETEK MEGJELENÍTÉSÉNEK FELTÉTELEI

3A.1.

Ahhoz, hogy egy Elsőbbségi reklámüzenet megjelenhessen a Reklámfelületen, a Hirdetőnek Elsőbbségi hirdetői státusszal kell rendelkeznie.

3A.2.

Ahhoz, hogy egy Elsőbbségi reklámüzenet megjelenhessen, az Elsőbbségi hirdetőnek az alábbi műveleteket kell a Reklámszolgáltatás irányítópultján elvégeznie:

- a. ki kell választania az Elsőbbségi reklámüzenet opciót;
- b. meg kell jelölnie azt a Piacteret, ahol az Elsőbbségi reklámüzenetet közzé kívánja tenni;
- c. meg kell jelölnie azokat az Allegrón lévő Ajánlatokat és Hirdetéseket, amelyeket reklámozni kíván az Elsőbbségi reklámüzenettel, figyelemmel a 33. bekezdésre is;
- d. meg kell határoznia a kiválasztott Reklámüzenet megjelenítésének kezdő dátumát;
- e. meg kell határoznia a kiválasztott Reklámüzenet Napi költségkeretét, valamint az Elsőbbségi reklámüzenet közzétételének fix CPM-díját;
- f. meg kell határoznia azt a Kiállítóteret, ahol a Reklámüzeneteket meg kívánja jeleníteni.

3A.3.

Ha egy adott időpontban ugyanazon Reklámfelületen egyidejűleg érkezik kérés legalább egy Reklámüzenet és legalább egy Elsőbbségi reklámüzenet megjelenítésére, az Elsőbbségi reklámüzenet előnyt élvez a Reklámfelületen történő megjelenítés során.

3A.4.

A jelen Általános Szerződési Feltételekben a Reklámüzenetekre, a Hirdetőkre, valamint a Reklámszolgáltatásokra vonatkozó rendelkezések értelemszerűen alkalmazandók az Elsőbbségi reklámüzenetekre, az Elsőbbségi hirdetőkre, valamint az Elsőbbségi reklámszolgáltatásokra, kivéve, ha egy adott rendelkezés másként nem rendelkezik.

(...)

4. szakasz REKLÁMÜZENET MEGJELENÍTÉSE

(...)

4.2.

Az Általános Szerződési Feltételek 4.13. bekezdésének figyelembevételével, A- a Reklámüzenetet akkor kell megjeleníteni a Kiállítótérben, amikor:

a. A Hirdető Reklámüzenete a Termékrangsorban nem kerül alacsonyabb helyre, mint a Reklámok maximális száma;

b. a Reklámüzenetben reklámozott Ajánlat aktív.

c. Az adott Kiállítótérben egyidejűleg nem kerül megjelenítésre Elsőbbségi reklámüzenet.

4.2A

Az Elsőbbségi reklámüzenet akkor jelenik meg a Kiállítótérben, ha:

a. Az Elsőbbségi reklámüzenet az Elsőbbségi eredményrangsorban nem kerül alacsonyabb helyre, mint a Reklámok maximális száma;

b. Az Elsőbbségi reklámüzenettel reklámozott Ajánlat aktív.

(...)

4.8.

~~A Felhasználó által a Reklámüzenetre történő minden Kattintás vagy a Reklámüzenet minden Megjelenítése csökkenti a Napi költségkeretet és a Teljes költségkeretet a Költségegységre vetített legkisebb összeggel, ha ez meghatározásra került, amely lehetővé teszi a Reklámüzenet megjelenítését az aktuális pozícióban a Max. CPC vagy Max. CPM modellben (nem nagyobb, mint a Felhasználó által megadott maximális összeg, és nem kisebb, mint a Költségegység minimuma) – figyelemmel a 31. bekezdés a. pontjában~~ A Felhasználó minden Reklámüzenetre irányuló Kattintása vagy Megjelenítése csökkenti a Napi költségkeretet és a Teljes költségkeretet, amennyiben ezeket meghatározták, azzal a Költségegységre vetített legkisebb összeggel, amely lehetővé teszi a Reklámüzenet megjelenítését az aktuális pozícióban az adott Költségegységre alapuló modellben, azaz a Max. CPC vagy Max. CPM modellben (nem több, mint a Felhasználó által megadott maximális összeg, és nem kevesebb, mint a Költségegységenkénti minimális ár – figyelemmel a 33. bekezdés a. és b. pontjában foglaltakra), valamint a Dinamikus CPC modellben (a Hirdető által megadott bruttó átlagár maximum 200%-a, de nem kevesebb, mint a Költségegységenkénti minimális ár – figyelemmel a 33. bekezdés c. pontjában foglaltakra), foglalt meghatározásra, ez az összeg azonban a piacgazdasági tényezők, például az ajánlat népszerűsége, a reklámozás iránti kereslet és a reklámhatékonyság függvényében dinamikusan változik. Ha a Felhasználó által létrehozott Reklámüzenetek csoportja különböző kategóriákra vonatkozó Reklámüzeneteket tartalmaz, a Költségegységenkénti minimumár az ebben a kategóriákban megadott Költségegységre jutó minimumárak közül a legmagasabb lesz.

(...)

4.11

A Reklámüzenetek lehető legjobb hatékonysága érdekében a Reklámszolgáltatások részeként alkalmazható a Költségkeret-felhasználást optimalizáló mechanizmus, egy automatikusan működő rendszer, amelynek célja, hogy a Szponzorált ajánlatok 24 órás periódusonkénti megjelenítési gyakoriságát szabályozva megakadályozza, hogy a Napi költségkeret túl korán elfogyjon, elősegítve a különböző napszakokban vásárló felhasználók elérését.

4.12

A Költségkeret-felhasználást optimalizáló mechanizmus a Reklámszolgáltatások szerves része, és automatikusan aktiválódik a Szponzorált ajánlatok esetében, ha a Társaság algoritmusának számításai szerint a mechanizmus alkalmazása előnyös és műszakilag lehetséges. A mechanizmust a Hirdetők nem tilthatják le.

4.13

A Társaság fenntartja a jogot, hogy a Szponzorált ajánlat Kiállítótérben történő megjelenési idejének meghosszabbítása érdekében, a Költségkeret-felhasználást optimalizáló mechanizmus működésének eredményeként a 4.2. bekezdés a) és b) pontjaiban meghatározott feltételek teljesülése ellenére se jelenítse meg a Reklámüzenetet. Következésképpen a Reklámszolgáltatások irányítópultján látható Szponzorált ajánlatok csoportjának aktív státusza nem garantálja, hogy a Szponzorált ajánlatok folyamatosan maximális gyakorisággal jelennek meg. Amennyiben a Napi költségkeret aktuális felhasználtsága a vártnál magasabb, a Költségkeret-felhasználást optimalizáló mechanizmus ideiglenesen korlátozhatja a megjelenítést, hogy a nap hátralévő részére is jusson a Napi költségkeretből.

4.14

A Társaság nem vállal felelősséget harmadik fél Reklámüzeneteket kezelő eszközeinek vagy szoftvereinek működéséért, ide értve a Reklámüzenetek megjelenítését ütemező eszközöket, mivel ezek előreláthatatlan fennakadásokat okozhatnak a Társaság által alkalmazott eszközök és megoldások működésében, és ronthatják a Reklámüzenetek hatékonyságát.

4.15. ~~4.11.~~

A Cég blokkolhatja a Reklámüzenet megjelenítését, vagy felfüggesztheti a Reklámszolgáltatást, az Ads Express szolgáltatást vagy a Reklám a közzétételi úrlapról szolgáltatást, ha az Ajánlattal, a Reklámüzenettel vagy a Hirdető weboldalával kapcsolatos tevékenységek vagy tartalom sérti a Szabályzatot, az Allegro Általános Szerződési Feltételeit vagy a Reklámhálózat kiadójának Szabályzatát, illetve a vonatkozó jogszabályokat, vagy káros hatással van a Cég hírnevére. A Cég akkor is jogosult a fent említett intézkedésekre, ha a Felhasználó Reklámszolgáltatás keretében végzett egyéb tevékenységei nem felelnek meg a Szabályzatnak vagy az Allegro Általános Szerződési Feltételeinek,

valamint ha a Felhasználóra szankciókat róttak ki az Allegro Általános Szerződési Feltételek 8.4. bekezdésében meghatározott illegális termékek értékesítésére vonatkozó szabályok megsértése miatt.

4.16. ~~4.12.~~

A Cég nem vállal felelősséget a Reklámszolgáltatásból eredő kötelezettségek nem vagy nem megfelelő teljesítéséért, ha az a Cég hatáskörén kívül eső események következménye, ideértve különösen a következőket: háború kitörése, háborús veszély, közigazgatási intézmények jogi aktusa, döntése vagy intézkedése, az alkalmazandó jogszabályok változása, sztrájk, kizárás és egyéb tiltakozó akciók, árvíz, tűzvész, robbanás, az internethálózat meghibásodása, áramkimaradás, digitális figyelő- és elosztórendszerek meghibásodása és egyéb vis maior esetek.

4.17. ~~4.13.~~

Ha harmadik felek a Céggel szemben kárigénnyel lépnek fel a Reklámszolgáltatás részeként közzétett bármely Reklámüzenet miatt, amely a Cég Szabályzatával összhangban jelent meg, beleértve különösen a Szabályzat 3.7. bekezdésében említett, a Hirdető hamis vagy téves garanciáját, a Hirdető mentesíti a Céget a felelősség alól, és megad minden, a követelésekkel szembeni védekezéshez szükséges információt, és csatlakozik a Céggel szemben folyamatban lévő minden eljáráshoz és minden tárgyaláshoz. A Hirdető vállalja, hogy megtéríti a Cég minden költségét (beleértve a kártérítést, a kártalanítást és a jogi segítségnyújtás tényleges költségét), amelyet a Cég a fent említett követelésekkel kapcsolatban harmadik félnek fizet vagy köteles fizetni.

4.14.

Az Allegro Általános Szerződési Feltételek 5.1. bekezdésével összhangban a Hirdető kijelenti, hogy joga van az Ajánlat leírásához információt és adatot hozzáadni, és azoknak a Reklámszolgáltatás keretében történő használata az Allegrón nem sérti harmadik fél jogait. A Hirdető kártérítési felelősséggel tartozik az előző mondatban említett nyilatkozat valóságtartalmáért.

4.15.

A Cég nem vállal felelősséget a Partnerek vagy Technikai partnerek és más Hirdetők között létrejött szerződések nem vagy nem megfelelő teljesítéséért.

4.16.

A Cég fenntartja a jogot, hogy a Szponzorált ajánlat Kiállítótérben való megjelenítése vagy láthatóságának fokozása érdekében az Ajánlat elemeit többek között mesterséges intelligenciát alkalmazó megoldásokkal módosítsa, és a Szponzorált ajánlatban az Ajánlat így módosított elemeit használja. Az Ajánlat elemeinek a jelen 4.16. bekezdésben hivatkozott módosítása az Ajánlat Allegrón látható tartalmát nem érinti.

(...)

