



109004, Москва
ул. Александра Солженицына
д. 9, стр. 6
www.rapporto.ru

ПРАЙС-ЛИСТ МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА ОТ МТС

Цены действительны на размещение при помощи Каналов коммуникации «SMS/MMS» и «SMS –ответ на запрос баланса», «SMS о приёме платежа», «Вам звонили», «Перезвони мне», «Пополни мой счёт».

с 13.07.2016 по 31.12.2016 г.

Кол-во показов, отправленных в отчётном периоде		Стоимость показа в пакете***, руб. с НДС					
		SMS/MMS*			«SMS – ответ на запрос баланса», «SMS о приёме платежа», «Вам звонили», «Перезвони мне», «Пополни мой счёт»**		
от	до	Пакет 1	Пакет 2	Пакет 3	Пакет 1	Пакет 2	Пакет 3
-	50 000	3,40	4,20	4,90	2,64	3,44	4,14
50 001	100 000	3,28	4,08	4,78	2,64	3,44	4,14
100 001	200 000	3,10	3,90	4,60	2,49	3,29	3,99
200 001	300 000	2,85	3,65	4,35	2,34	3,14	3,84
300 001	500 000	2,75	3,55	4,25	2,24	3,04	3,74
500 001	700 000	2,67	3,47	4,17	2,17	2,97	3,67
700 001	1 000 000	2,64	3,44	4,14	2,13	2,93	3,63
1 000 001	1 500 000	2,61	3,41	4,11	2,11	2,91	3,61
1 500 001	2 500 000	2,50	3,30	4,00	2,09	2,89	3,59
2 500 001	3 500 000	2,38	3,18	3,88	1,98	2,78	3,48
3 500 001	5 000 000	2,33	3,13	3,83	1,93	2,73	3,43
5 000 001	7 000 000	2,29	3,09	3,79	1,89	2,69	3,39
7 000 001	и более	2,26	3,06	3,76	1,86	2,66	3,36



109004, Москва
ул. Александра Солженицына
д. 9, стр. 6
www.rapporto.ru

Фактическая стоимость рекламной кампании (Сф) – это стоимость размещения РИМ, рассчитанная на основании фактического числа осуществлённых Показов. Расчёт Фактической стоимости рекламной кампании производится по формуле:

$C_f = C_b * \Phi$, где

Сб – стоимость показа в пакете, определяемая по прайс-листу.

Ф – фактический объем Услуг за Отчетный период.

Минимальный объем заказа Услуг с таргетингом - 50 тыс. руб. Цены указаны в руб. с НДС.

* Стоимость указана за одно рекламное сообщение. Длина сообщения не может превышать 210 символов, т.е. 3 SMS сегмента.

**Длина рекламного сообщения на каналах «SMS –ответ на запрос баланса», «SMS о приёме платежа», «Вам звонили», «Перезвони мне», «Пополни мой счёт» не может превышать 140 символов, т.е. 2 SMS сегмента.

***Выбор пакета услуг определяется в зависимости от сложности таргетирования рекламы.

ВОЗМОЖНОСТИ «ТАРГЕТИРОВАНИЯ»

Пакет 1. Таргетинг по региону, полу, возрасту, АРПУ, начислениям за SMS, MMS, наличию роуминга, интернета;

Пакет 2 Плюс таргетинг по OS телефона, моделям телефонов, пользованию контентными сервисами, звонкам на определенные номера, блокировкам, роумингу по направлению и другое;

Пакет 3. Плюс таргетинг по городу и гео-таргетинг