

# Стоимость размещения баннерной рекламы на Терминалах QIWI<sup>1</sup>

## 1. Базовая стоимость

Страница терминала	Размер баннера, px	Стоимость, 1 неделя, 1 терминал, рублей	
		без НДС (18%)	с НДС (18%)
1 Главная страница <b>Нижний</b> 2 баннера в ротации	1000x170	<b>23,30</b>	<b>27,50</b>
2 Главная страница <b>Верхний левый</b>	230x350	<b>42,37</b>	<b>50,00</b>
3 Главная страница <b>Верхний правый</b>	230x350	<b>42,37</b>	<b>50,00</b>
4 Страница выбора категории провайдеров	1180x110 (380x110)	<b>10,59</b>	<b>12,50</b>
5 Страница ввода денег	1280x250	<b>21,18</b>	<b>25,00</b>
6 Страница завершения платежа	1280x250 (1280x150)	<b>10,59</b>	<b>12,50</b>

## 2. Интеграция рекламных материалов

Стоимость интеграции рекламного баннера и рекламных страниц в программное обеспечение терминалов в рублях без НДС (18%) / с НДС (18%)

**63 559,32 / 75 000,00 руб.**

<sup>1</sup> Услуга предоставляется в соответствие с геотаргетингом. Минимальный объем размещения: город с населением не менее 50 000 человек, в Москве – административный округ. Стоимость включает в себя допустимый объем «не размещения» рекламных материалов 10%.

## 3. Скидки<sup>2</sup> и дополнительные условия

### 3.1. Географические

Размещение в городах с населением	Размер скидки
Более <b>1 000 000</b> человек <sup>3</sup> (за исключением Москвы)	20%
Менее <b>1 000 000</b> человек	40%

### 3.2. Объемные скидки

Объем рекламной кампании, руб. с НДС (18%)	Размер скидки
1 000 000 — 2 000 000	<b>3%</b>
2 000 001 — 5 000 000	<b>5%</b>
5 000 001 - 10 000 000	<b>10%</b>
10 000 001 — 15 000 000	<b>15%</b>
15 000 001 — 20 000 000	<b>20%</b>
20 000 001 — 30 000 000	<b>25%</b>
30 000 001 - 40 000 000	<b>30%</b>
40 000 000 — 50 000 000	<b>35%</b>
Более 50 000 001	<b>40%</b>

### 3.3. Дополнительные условия

**Минимальный объем** единичной рекламной кампании с учетом всех скидок и стоимости интеграции рекламных материалов в рублях без НДС (18%) / с НДС (18%)<sup>4</sup>

**169 491,53 / 200 000,0** руб.

<sup>2</sup> Скидки применяются последовательно. Порядок применения скидок: сначала географические, затем объемные. При расчете объемной скидки не учитывается размер предыдущих и последующих размещений.

<sup>3</sup> Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Казань, Самара, Омск, Челябинск, Ростов-на-Дону, Уфа, Волгоград, Красноярск, Пермь, Воронеж

<sup>4</sup> При расчете минимального объема не учитываются бюджеты предыдущих рекламных кампаний.

## 4. Схема расположения рекламных площадок

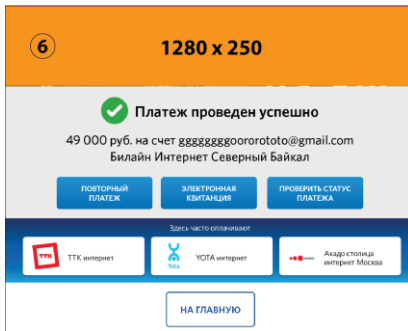
Главная страница



Страница выбора категории провайдера



Страница внесения денег



Страница завершения платежа

