

SETTLEMENT MODELS LIST:

1. **“Settlement Models”** - models described below in which Services can be billed. The Settlement Model applicable for particular Services will be specified in the Campaign Order.
 - a) **CPC “cost per click”** - calculated as a product of the number of clicks made by the Users and the rate for a click specified in Campaign Order;
 - b) **CPM “cost per mile”**- calculated by multiplying the CPM rate by the number of CPM units (one thousand impressions);
 - c) **CPV “cost per view”**- calculated by multiplying the CPV rate by the number of completed impressions defined as an impression where a video creation was played in at either 25%, 50%, 75% or 100% of its total duration, as agreed for a specific Service in the Campaign Order;
 - d) **CPS “cost per sale”**- calculated as commission for the value of sales transactions delivered in a particular month;
 - e) **CPA “cost per action”** - calculated as commission for events described in the Campaign Order that occurred in a particular month;
 - f) **Dynamic CPC “dynamic cost per click”** - calculated as a product of number of clicks and variable rate controlled by RTB House;
 - g) **CPO “cost per order”** - calculated as commission for orders submitted in a particular month;
 - h) **CPCV “cost per completed impression”** - calculated by multiplying the CPCV rate by the number of completed impressions defined as an impression where a video creation was played in at either

ПЕРЕЧЕНЬ МОДЕЛЕЙ РАСЧЕТА

1. **«Модели Расчетов»** — описанные ниже модели, которые могут быть использованы для выставления счетов за Услуги. Модель расчетов, применимая к конкретным Услугам, будет указана в Заказе на проведение Кампании.
 - a) **CPC «цена за клик»** - рассчитывается как произведение количества кликов, сделанных Пользователями, и ставки за клик, указанной в Заказе на проведение Кампании;
 - b) **CPM «цена за милю»** – рассчитывается путем умножения ставки CPM на количество единиц CPM (одна единица - одна тысяча показов);
 - c) **CPV «цена за просмотр»** — рассчитывается путем умножения ставки CPV на количество завершенных показов, определяемых как показ, в котором видеоролик был воспроизведен в течение 25 %, 50 %, 75 % или 100 % от его общей продолжительности, как определено для конкретной Услуги в Заказе на проведение Кампании;
 - d) **CPS «цена за продажу»** – рассчитывается как вознаграждение от стоимости сделок по продаже, совершенных в конкретном месяце;
 - e) **CPA «цена за действие»** – рассчитывается как вознаграждение за события, определенные в Заказе на проведение Кампании, произошедшие в конкретном месяце;
 - f) **Dynamic CPC «динамическая цена за клик»** — рассчитывается как произведение количества кликов и переменной ставки, контролируемой RTB House;
 - g) **CPO «стоимость за заказ»** - рассчитывается как вознаграждение за заказы, сделанные в конкретном месяце;
 - h) **CPCV «цена за завершённый просмотр»** — рассчитывается путем умножения ставки CPCV на количество завершённых показов, определяемое как показ, в котором

25%, 50%, 75% or 100% of its total duration, as agreed for a specific Service in the Campaign Order;

видеоролик был воспроизведен в течение 25 %, 50 %, 75 % или 100 % от его общей продолжительности, как определено для конкретной Услуги в Заказе на проведение Кампании;

i) **vCPM “cost per 1.000 in-view impressions”** – calculated for:

i) **vCPM «цена за 1000 показов in-view»** — рассчитывается для:

- a. Streaming Video - by multiplying the vCPM rate by the number of vCPM units (one thousand in-view impressions whereas in-view impression is defined as an impression where at least 50% of the player is visible on-screen and the page in focus for at least two continuous seconds);
- b. Display - by multiplying the vCPM rate by the number of vCPM units (one thousand in-view impressions whereas in-view impression is defined as an impression where at least 50% of the banner creation – or 30% if the banner creation is as large or larger in area than 970x250 - is visible to users for at least one continuous second.

- a. Потокowego видео — путем умножения ставки vCPM на количество единиц vCPM (одна тысяча показов in-view, тогда как показ in-view определяется как показ, при котором не менее 50 % проигрывателя видно на экране, а страница находится в фокусе в течение не менее двух непрерывных секунд);
- b. Медийная реклама — путем умножения ставки vCPM на количество единиц vCPM (одна тысяча показов in-view, тогда как показ in-view определяется как показ, в котором не менее 50 % рекламного баннера (или 30 %, если размер рекламного баннера равен или превышает 970x250) — виден пользователям не менее одной непрерывной секунды.