

DECATHLON

Polityka konsekwencji

1. Wstęp.

W związku z rosnącą liczbą działań niezgodnych z regulaminem kampanii Decathlon, podjęliśmy decyzję o wdrożeniu kilku narzędzi zewnętrznych do monitorowania ruchu, ponadto stworzona została Polityka konsekwencji Decathlon z którą prosimy się zapoznać. Będzie ona stosowana od teraz w sytuacjach, gdy naruszane są zasady regulaminu - znajdują się w niej informacje dotyczące ogólnych zasad oraz konsekwencje za działania niezgodne z regulaminem.

2. Zgodnie z regulaminem kampanii dopuszczalne typy ruchu.

E-mail marketing
Social Media
Aplikacje i narzędzia
Agregatory i porównywarki (z wykluczeniem CSS)
Agencje i grupy mediowe
Sub-sieci afiliacyjne
Witryny tematyczne

Przy wykorzystaniu kanałów/narzędzi:

Mailing
Reklamy display
Produkt FEED / XML
Witryny/blogi tematyczne i contentowe
Linki tekstowe

3. Działania niedopuszczalne.

SEM (w tym: wykorzystanie słów brandowych)
Ruch motywowany
Ruch z automatycznych przekierowań / pop-up
Retargeting display
Email Retargeting
Przywracanie koszyków zakupowych
CSS

Główny nacisk, kładziemy na zaprzestanie wykorzystywania Google Ads na frazy brandowe.

4. Opcjonalnie dopuszczone kanały.

Witryny cashback - po wcześniejszym zaakceptowaniu, ze strony Decathlon.

Witryny kuponowe / vouchery - dopuszczane promowanie bez użycia kodów rabatowych

Dodatkowym warunkiem rozliczenia konwersji cashback i wydawców kuponowych jest to, aby konwersje były generowane jako First Click oraz First + Last Click. Konwersje zarejestrowane jako czysty Last Click automatycznie będą odrzucane.

5. Stawki wydawcy w kampanii Decathlon.

Sprzedaż	4.50% (CPS)
Last Click Sprzedaż	2.25% (CPS)
First Click Sprzedaż	2.25% (CPS)

Inne stawki prowizyjne - po wcześniejszym ustaleniu z Decathlon (przesunięcie do stawki prowizyjnej 6%/3%/3% - dla aktywnych wydawców, oraz privet deal'e na specjalne działania).

6. Walidacja konwersji w momencie pierwszego naruszenia regulaminu przez wydawcę.

Złamanie zasad kampanii Decathlon przez wydawcę, będzie skutkowało odrzuceniem wszystkich nierozliczonych transakcji danego wydawcy oraz otrzymaniem tzw. żółtej kartki (z zastrzeżeniem usunięcia wydawcy od razu, w przypadku rażącego naruszenia regulaminu)

7. Usunięcie wydawcy z kampanii Decathlon.

Powtórne naruszenie regulaminu przez tego samego wydawcę, jest równoznaczne z usunięciem go z kampanii Decathlon oraz odrzuceniem wszystkich nierozliczonych konwersji.

8. Dodatkowa informacja dla sieci afiliacyjnych.

Zgodnie z przyjętymi zasadami współpracy z sieciami afiliacyjnymi, przypominamy o równym traktowaniu wszystkich wydawców pod względem stawek prowizyjnych. Każdy wydawca ma taką samą stawkę w każdej sieci. Jeśli mają być wykorzystywane dodatkowe budżety, to tylko po wcześniejszym akceptacji ze strony Decathlon.

