

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	8
Соглашение о терминах	8
Помощь при работе с конфигурацией	8
Глава 1. Установка конфигурации.....	10
Требования к конфигурации рабочих станций.....	10
Требования к аппаратному обеспечению	10
Требования к программному обеспечению	10
Установка конфигурации	10
Установка ключа аппаратной защиты	10
Правила эксплуатации аппаратного ключа защиты.....	12
Проверка работоспособности ключей защиты.....	13
Глава 2. Начало работы с конфигурацией	14
Настройка параметров учета	14
Учетная политика	16
Ответственные лица	17
Установка значений по умолчанию	17
Номера документов	17
Глава 3. Заполнение справочников	18
Интерфейс справочников	18
Хранение истории изменения реквизитов справочников.....	18
Подчиненные справочники	19
Поиск информации в справочниках.....	19
Последовательность заполнения справочников	20
Организации	20
Банковские счета организаций и контрагентов	21
Физические лица.....	22
Склады (места хранения)	23
Кассы.....	24
Пользователи	24
Права и интерфейс пользователей.....	25
Механизм установки доступа к конкретным объектам.....	26
Указание конкретных объектов в справочнике «Пользователи»	26
Указание списка пользователей в конкретных объектах	27
Дополнительные права пользователя	28
Установки по умолчанию.....	29
Контрагенты	31
Закладка «Общие».....	32
Закладка «Контакты»	33
Закладка «Счета и договоры»	33
Закладки «Рекламные материалы и заказы».....	33
Закладка «События».....	33
Закладки «Свойства и категории»	33
Закладка «Доступ»	33
Оформление договоров для контрагента.....	34
Ведение взаиморасчетов	34
Скидки по договору.....	35

Ввод информации о расчетных счетах контрагента.....	36
Ввод контактной информации по контрагентам и контактными лицам контрагента.....	36
Информация о свойствах и категориях контрагентов.....	38
Номенклатура	38
Единицы измерения	39
Закладка «По умолчанию».....	40
Свойства и категории номенклатуры	40
Заполнение планов видов характеристик	41
Валюты	41
Ввод новой валюты в справочник валют.....	42
Установка текущего курса и изменение истории курса валюты	42
Подразделения	43
Варианты реализации	43
Типы цен	44
Типы скидок и наценок	45
Условия действия скидок и наценок.....	45
Типы каналов.....	46
Каналы	46
Медиапродукты	51
Категории рекламных блоков	53
Типы рекламных блоков	53
Рекламные блоки	54
Размеры рекламных блоков	55
Пакеты размещений	55
Бренды	57
Типы рекламных материалов	57
Рекламные материалы	57
Музыкальные произведения	59
Целевые группы.....	59
Джинглы	60
Отношения с контрагентами	60
Контактные лица	60
Виды контактной информации	61
Источники информации при обращении покупателей	61
Классификаторы.....	62
Банки.....	62
Классификатор единиц измерения	62
Классификатор стран мира	62
Адресный классификатор	63
Адресные сокращения.....	64
Документы, удостоверяющие личность	64
Номера ГТД.....	64
Должности организаций.....	64
Проекты	65
Виды взаиморасчетов	65
Статьи затрат	65
Статьи движения денежных средств	65
Глава 4. Документы	66
Основные реквизиты и интерфейс документов.....	66


Документы в журнале и в списках документов.....	66
Диалог документа.....	67
Заполнение табличной части документа	74
Действия с документами	78
Ввод нового документа	78
Копирование документа.....	79
Ввод одних документов на основании других	79
Проведение документов	80
Печать документов	80
Ценообразование	80
Установка коэффициентов расчета цен.....	80
Установка цен медиапродуктов и блоков.....	81
Установка цен пакетов	83
Установка скидок и наценок	83
Установка порядка действия скидок.....	85
Установка цен номенклатуры	85
Продажи.....	87
Медиаплан	87
Заказ покупателя	87
Счет на оплату покупателю	90
Реализация товаров и услуг	90
Возврат товаров от покупателя.....	91
Корректировка долга.....	92
Закупки	92
Заказ поставщику	92
Поступление товаров и услуг.....	93
Возврат товаров поставщику	93
Авансовый отчет	93
Запасы на складах.....	94
Внутренний заказ	94
Перемещение товаров	94
Требование-накладная.....	95
Инвентаризация товаров на складе.....	95
Оприходование товаров	96
Списание товаров	96
Денежные средства.....	97
Банк.....	99
Касса	106
Заявки на расходование средств	111
Закрытие заявок на расходование средств	113
Планируемые поступления денежных средств	113
Закрытие планируемых поступлений денежных средств	115
Управление отношениями с клиентами.....	115
Календарь пользователя.....	115
Документы контрагентов	117
АВС-классификация покупателей	117
Классификация покупателей по стадиям взаимоотношений	117
События	118
Глава 5. Сетка выходов рекламных блоков	120
Общие сведения и интерфейс	120
Элементы таблицы «Сетка выходов рекламных блоков».....	122
Параметры сетки выходов.....	123
Карточка выхода рекламного блока	125
Создание выходов рекламных блоков	126

Добавление выходов	126
Добавление выходов по шаблону	128
Добавление выходов копированием	128
Добавление выходов копированием выделенных выходов	128
Удаление выходов рекламных блоков	129
Удаление выходов из временного интервала	129
Удаление выделенных выходов	129
Удаление выходов, в которых имеются размещения рекламы	130
Ценообразование	130
Создание пакетов	131
Копирование пакетов	132
Снятие выходов пакета	132
Установка джинглов	132
Сетка шаблонов	133
Добавление выходов в шаблон	134
Редактирование и удаление выходов шаблона	134
Глава 6. План размещений	136
Общие сведения и интерфейс	136
Прямые размещения	142
Режим уточненного ввода	142
Режим автоматического ввода	144
Прямые размещения в выделенных выходах	144
Пакетные размещения	145
Копирование размещений	146
Размещение рекламы	147
Перенос продаж	148
Позиционирование роликов	149
Глава 7. Обработки	150
Обработка размещений	150
Отбор данных	150
Действия, проводимые «Обработкой размещений»	151
Завершение работы пользователей	153
Глава 8. Отчеты	154
Порядок работы с отчетами	154
Настройка отчетов	155
Выбор периода формирования отчета и показателей отчета	155
Установка группировок	156
Отбор данных в отчетах	157
Настройка диаграммы	158
Размещение рекламы	160
Продажи рекламы	160
Продажи рекламы (диаграмма)	160
ABC – анализ продаж рекламы	161
Монтажный лист	161
Эфирная справка	165
Рекламные возможности	166
Анализ использования рекламных возможностей	167
Анализ позиционирования	168
Использование музыкальных произведений в рекламе	168

Заказы	169
Заказы покупателей	169
Ведомость по заказам покупателей	169
Прибыль по заказам	169
Закупки и затраты.....	170
Затраты	170
Закупки товаров.....	171
Ведомость по заказам поставщикам.....	171
Ведомость по взаиморасчетам с подотчетными лицами.....	171
Денежные средства.....	172
Ведомость по денежным средствам.....	172
Платежный календарь	172
Движения денежных средств	172
Заявки на расходование средств	173
Планируемые поступления денежных средств	173
Ведомость по денежным средствам.....	173
Остатки денежных средств	173
Анализ остатков денежных средств по дням.....	174
Неоплаченные входящие и исходящие платежи	174
Взаиморасчеты с контрагентами.....	174
Ведомость по взаиморасчетам с контрагентами	174
Задолженность по контрагентам.....	174
Запасы на складах.....	175
Ведомость по товарам на складах.....	175
Ведомость по партиям товаров на складах.....	175
Финансовые результаты	175
Продажи компании.....	175
Валовая прибыль	176
Прибыли и убытки	176
Прибыль по заказам	177
Управление отношениями с клиентами.....	177
Отчет по событиям	177
Отчет о контактной информации.....	177
Анализ событий и источников информации покупателей	177
Анализ стадий взаимоотношений с покупателями	178

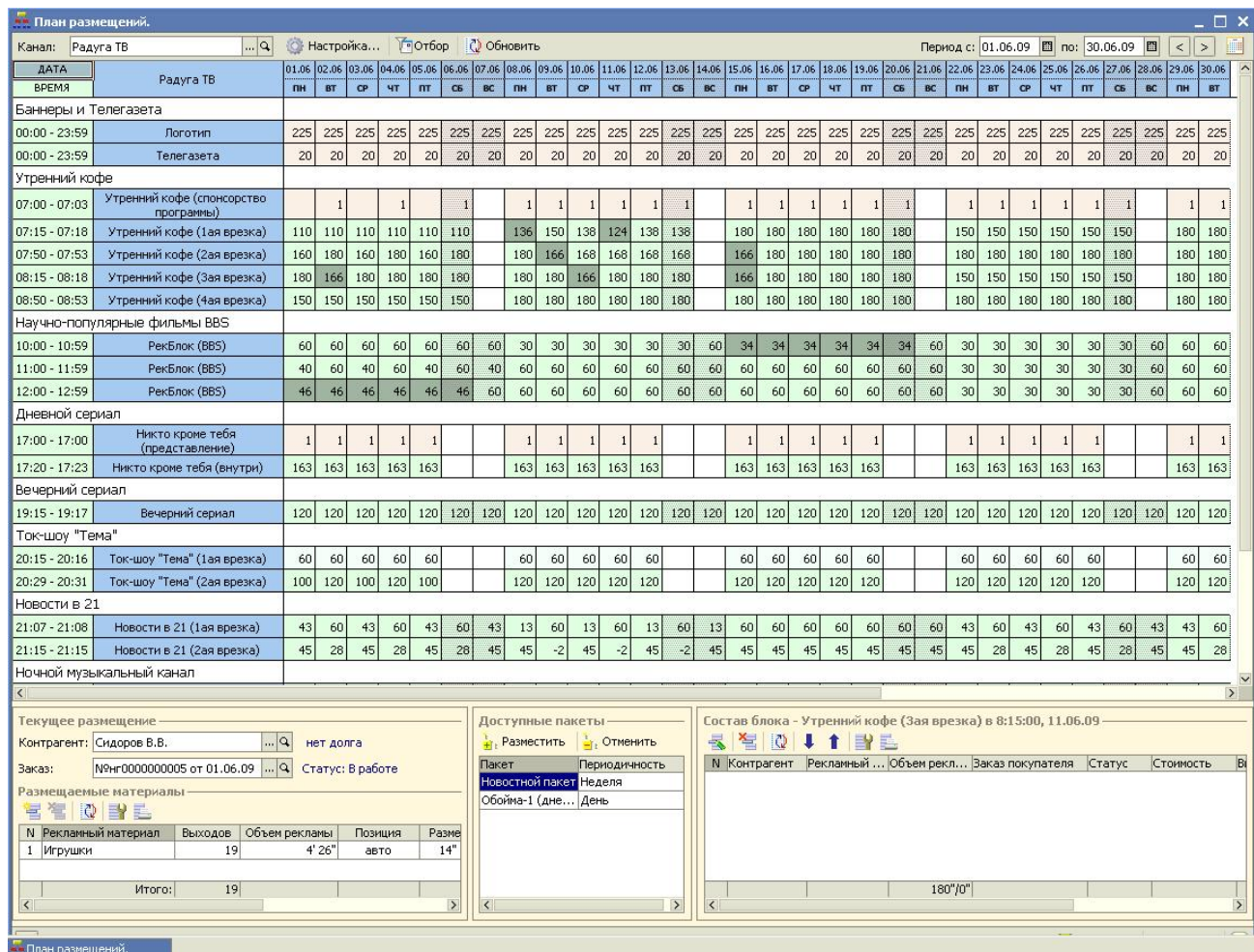
Глава 6. План размещений

Общие сведения и интерфейс

Форма «План размещений» предназначена для размещения и редактирования рекламы в эфирной сетке медиаканала. Открыть «План размещений» можно из основного меню программы, выбрав «Документы» / «Продажи» / «План размещений» или щелкнув кнопку  на основной панели инструментов программы.

Основные функциональные возможности «Плана размещений» представлены ниже:

- Создание прямых продаж рекламных материалов в выходах рекламных блоков
- Создание прямых продаж на выделенных областях сетки
- Проведение пакетных продаж
- Снятие продаж с выделенных областей сетки
- Редактирование параметров продаж
- Позиционирование рекламных материалов внутри рекламного блока
- Копирование продаж
- Утверждение продаж к выходу в эфир



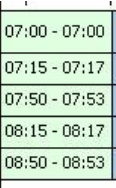
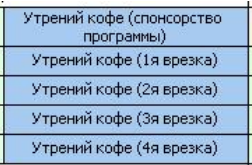
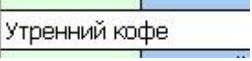

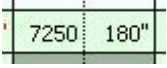


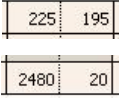
Скриншот интерфейса «План размещений» в программе 1С:Предприятие 8. В верхней части окна отображены параметры канала (Радуга ТВ) и период (с 01.06.09 по 30.06.09). Основную часть занимает таблица с календарной сеткой, где строки соответствуют рекламным блокам, а столбцы — датам с указанием дня недели. В таблице используются различные цвета для обозначения статусов и типов размещения.

В нижней части экрана расположены три панели:

- Текущее размещение:** Показывает детали текущего размещения, включая контрагента (Сидоров В.В.), заказ (№гг0000000005 от 01.06.09) и статус (В работе). Содержит таблицу размещаемых материалов.
- Доступные пакеты:** Предоставляет список доступных пакетов для размещения, таких как «Новостной пакет» (Неделя) и «Обойма-1 (дне...» (День).
- Состав блока:** Детализирует состав выбранного блока размещения, включая контрагента, рекламный материал, объем, позицию и стоимость.

Форма «План размещений» представляет собой таблицу, в строках которой указываются рекламные блоки в разрезе времени выхода (один и тот же рекламный блок, выходящий в разное время, будет отображаться двумя линейками), а в столбцах - календарные даты с указанием дней недели. Каждая

ячейка таблицы разделена на две половины пунктирной линией. В первой половине ячейки указывается хронометраж выхода. Во второй половине указывается остаток рекламного времени в этом блоке. Цвет фона ячеек, цвет и начертание шрифта в ячейках может отличаться в зависимости от типа рекламного блока и проведенных продаж в этом рекламном блоке. Ниже описываются возможные виды ячеек.

	<p>В крайнем левом столбце сетки показывается время выхода блока.</p>
	<p>Второй столбец слева отображает название рекламного блока. Один и тот же рекламный блок может отображаться двумя и более строками, если он имеет выходы с разным временем начала.</p>
	<p>В строках, разделяющих «План размещений» на несколько логических частей, отображается наименование медиапродукта, категории или часа вещания (в зависимости от выбранного варианта сортировки сетки). Ниже строки с наименованием медиапродукта или категории идут блоки, которые относятся к данной группировке. Вариант сортировки выбирается в форме, которая открывается после нажатия кнопки  на панели параметров.</p>
 	<p>Основной тип ячеек таблицы. Светло-зеленый цвет фона ячейки символизирует выход рекламного блока с типом учета «по времени» в разрезе определенной даты и времени начала выхода.</p> <p>Ячейки могут быть разделены на две части. В первой половине ячейки отображается цена размещения в этом выходе. Во второй половине – количество непроданных секунд.</p> <p>Цена отображается в соответствии с типом цен, установленным для основного договора контрагента, если не выбран заказ, или в соответствии с типом цен для договора по текущему заказу, если заказ уже указан на панели параметров.</p> <p>Если ячейка не разделена на две части, то в ней отображается только свободный остаток рекламного ресурса.</p>
	<p>На светло-голубом фоне отображаются выходы рекламных блоков с типом учета «по времени», предназначенные только для пакетных продаж. Прямые продажи рекламы в такие блоки невозможны.</p> <p>Содержание левой и правой части ячеек аналогично описанному выше.</p>
	<p>На бежевом фоне выводятся ячейки с выходами блоков количественного типа учета. В таких блоках могут продаваться рекламные материалы только с количественным типом учета.</p> <p>В левой части ячейки отображается общее количество рекламной возможности или цена размещения. В правой – оставшееся количество рекламных возможностей в этом выходе.</p> <p>Цена в правой части ячейки указывается за одну единицу рекламной возможности. Цена отображается в соответствии с типом цен, установленным для основного договора контрагента, если не выбран заказ, или в соответствии с типом цен для договора по текущему заказу, если заказ уже указан на панели</p>

	параметров.
	В режиме размещения желтым цветом подсвечиваются блоки, в которые планируется произвести размещение, но запись (фиксация) размещения еще не произошла. В подобных клетках уменьшение остатков рекламного времени или количества не происходит, так как пользователь может и не проводить запись этих размещений. После нажатия кнопки «Записать» на панели управления подсветка меняется на темно-зеленый или серый (в зависимости от типа учета рекламы в блоке), и происходит изменение остатков рекламного времени или количества рекламы в этом блоке (кроме размещений на основании заказов в статусе «Новый»).
	Темно-зелеными без подчеркивания отображаются выходы рекламных блоков с типом учета «по времени», в которых имеются записанные и не утвержденные размещения текущего клиента. Такие размещения не попадут в монтажный лист. Для утверждения всех видимых записанных размещений следует нажать кнопку «Утвердить».
	На сером фоне отражаются выходы рекламных блоков с типом учета «по количеству» с записанными и не утвержденными размещениями текущего клиента.
	Начертание шрифта с подчеркиванием имеют выходы, в которых находятся записанные и утвержденные размещения текущего клиента. Снять утверждение можно, нажав кнопку «Снять».
	Красный цвет шрифта символизирует о том, что все время в этом блоке уже продано. Число показывает, на сколько секунд продано больше, чем было задано при определении выхода в «Сетке выходов рекламных блоков».
	Восклицательный знак в ячейке символизирует занятость услуги «Первый в блоке» в этом рекламном выходе.
	Оранжевым выделяются ячейки со снятыми выходами рекламных блоков, в которых имеются продажи рекламы. Снятие выхода проводится в «Сетке выходов рекламных блоков». Продажи из снятых выходов рекомендуется перенести в другие блоки. После переноса или удаления всех продаж из выхода ячейка очищается.

Основной блок настроек «Плана размещения»


Под заголовком формы находятся основные кнопки управления «Плана размещения».



Канал – канал размещения рекламы, чью сетку рекламных выходов отображает форма «План размещения». Если канал не выбран, сетка остается незаполненной. Данный параметр по умолчанию устанавливается в соответствии с настройкой текущего пользователя (см. на стр. 28).

Период просмотра – период, на который отображается «План размещения». При открытии формы длительность периода устанавливается в соответствии с настройками пользователя. Для каждого пользователя можно определить свой период просмотра по умолчанию в одну неделю,

две недели или месяц. Кнопки со стрелками «<» и «>» переводят период просмотра сетки относительно текущего с шагом, указанным в настройках пользователя. Эти кнопки переводят период просмотра на одну неделю, на две недели или на месяц вперед или назад по оси времени. При использовании кнопок со стрелками сетка будет обновляться автоматически. Если пользователь задает период просмотра вручную, требуется нажать кнопку «Обновить» для перерисовки «Плана размещений». Следует обратить внимание на то, что после определения вручную даты начала или конца просмотра необходимо нажать клавишу **Enter** или перевести курсор в другое поле, чтобы процедура обновления «Плана размещений» смогла воспользоваться введенными данными.

Кнопка «Выбор периода»  - открывает формы выбора периода, на который будет отображаться план. После выбора периода дата начала и конца периода устанавливается в «Периоде просмотра», и сетка автоматически обновляется.

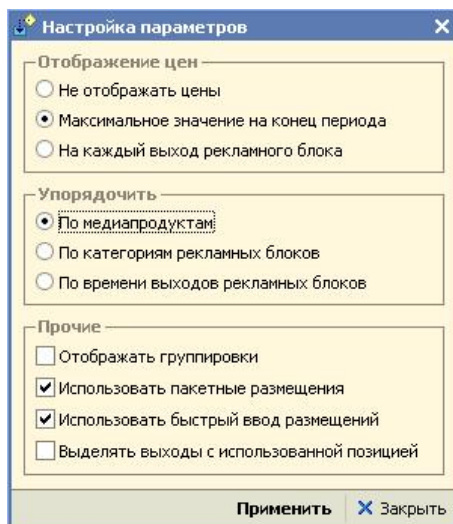
Кнопка «Настройка» - открывает форму настройки «Плана размещений». В дочерней форме «Настройка параметров» указываются варианты отображения цен в Плате, вариант сортировки Плат и настройки интерфейса.

Кнопка «Отбор» - открывает дочернюю форму настройки фильтров вывода информации в Плате размещений. Существует возможность вывода только выбранных медиапродуктов, вывода только тех рекламных блоков где есть размещения текущего контрагента и настройка произвольных фильтров, например, по времени начала выходов.

Кнопка «Обновить» - «перерисовывает» сетку с текущими параметрами по актуальному состоянию базы данных. Во многих случаях обновление сетки происходит автоматически, например, при смене варианта сортировки. Однако есть действия, при которых сетка будет «перерисована» только после нажатия кнопки «Обновить», например, изменение периода отображения сетки.

Настройка параметров «Плана размещений»

В дочерней форме «Настройка параметров» настраиваются основные параметры отображения Плат размещений. Указывается вариант отображения цен, варианта сортировки и другие настройки интерфейса.



Отображение цен – выбирается один из вариантов отображения плат. От выбора варианта отображения цен прежде всего зависит компактность отображаемой сетки по горизонтали. При проведении медиапланирования на период от двух недель и более. Если цены за размещение в рекламных выходах на протяжении периода не меняются, то рекомендуется использовать варианты отображения цен «Не отображать цены» или «Максимальное значение на конец периода».

Упорядочить - выбор варианта сортировки Плат размещений. Возможны варианты «По медиапродуктам», «По категориям» или «По времени». В зависимости от выбора варианта сортировки сетка будет перерисована с группировками по медиапродуктам рекламных блоков

или по категориям. При варианте сортировки «По времени» все рекламные блоки, имеющие выходы в указанном периоде, будут выведены в порядке времени начала выхода. При сортировке по медиапродуктам медиапродукты будут выведены в порядке времени начала медиапродукта (см. на стр. 51), далее каждый медиапродукт будет развернут по рекламным блокам. При сортировке по категориям сгруппированные строки (категории) будут выводиться в алфавитном порядке, далее каждая категория будет развернута по рекламным блокам.

Отображать группировки – включает режим отображения группировок рекламных блоков слева от Плана размещений. Строки с рекламными блоками группируются в соответствии в выбранным вариантом сортировки в группе переключателей «Упорядочить» этой же формы.

Использовать пакетные размещения – вывод в нижней части Плана размещений окна со списком доступных пакетов на выбранном периоде.

Использовать быстрый ввод размещений - переключение режима ввода размещений с уточненного на автоматический и обратно. Выбор этого режима влияет на порядок проведения размещений рекламы в выходах рекламных блоков. Если данная опция не выбрана, то при двойном щелчке мыши по ячейке таблицы будет появляться диалоговое окно с параметрами предстоящей продажи. Если же выбран режим быстрого ввода размещений (флаг установлен), то после двойного щелчка никаких вопросов пользователю поступать не будет.

Выделять выходы с использованной позицией – ячейки выходов, в которых используется позиционирование рекламных материалов, будут выделены.

Настройка отборов в «Плане размещений»

По кнопке «Отбор» открывается форма настроек отборов вывода рекламных блоков и выходов рекламных блоков в План размещений.

Поле	Тип сравнения	Значение
<input type="checkbox"/> Рекламный блок	Равно	
<input type="checkbox"/> Медиапродукт	Равно	
<input type="checkbox"/> Категория	Равно	
<input type="checkbox"/> Время начала выхода	Равно	00:00:00

Показывать только размещения контрагента - при включении этой опции будут отображаться только те выходы, в которых есть размещения рекламы текущего контрагента. Этот режим удобен при редактировании размещений в «Плане размещений».

Показать только свободные выходы блоков – опция позволяет выводить только выходы с положительным остатком рекламного ресурса.

Отбор по медиапродуктам – флагами отмечаются медиапродукты, которые требуется вывести в Плане размещений. При использовании этого отбора рекомендуется использовать режим сортировки «По медиапродуктам».

Отбор по выходам рекламных блоков – детальный отбор по выходам рекламных блоков. Предоставляется возможность сделать отбор по времени начала выходов блоков и многим другим параметрам.

Блок параметров «Текущее размещения»


Контрагент – покупатель рекламных возможностей медиаканала. После выбора контрагента его размещения подсвечиваются темно-зеленым цветом (подсвечиваются только размещения сделанные на основании Заказов со статусом «В работе», «На утверждении», «Утвержден» и «Завершен»).

Заказ – документ «Заказ» выступает в качестве основания размещений рекламы и символизирует собой рекламную кампанию клиента.

Блок параметров «Размещаемые материалы»

Список роликов, размещаемых в рамках текущего Заказа или Медиаплана.

N	Рекламный материал	Выходов	Объем рекламы	Позиция	Размер	Ед.	Стоимость	Сумма ски
1	Кредиты малому биз...	39	7' 48"	авто	12"	сек	140 486,22	29 298
2	Новый ролик	1	30"	авто	30"	сек	7 380,00	820
Итого:		40					147 866,22	30 118

Выделенный в текущий момент рекламный материал доступен для размещения в плане. Если требуется разместить материал, которого еще нет в списке, требуется предварительно его добавить в список (кнопка )

Блок параметров «Доступные пакеты»

Список доступных пакетов выводится только, если включена соответствующая опция в настройках Плана размещений. В список выводятся пакеты, выходы которых присутствуют в текущем периоде «Плана размещений». Двойной щелчок по наименованию пакета в списке открывает карточку пакета (см. стр. 55).

Пакет	Периодичность
Дневной	День
Новостной пакет	Неделя
Обойма-1 (дневная)	День

Кнопка «Разместить» – размещение рекламных материалов во всех рекламных выходах выбранного пакета. Перед размещением необходимо выбрать один пакет из списка доступных пакетов. Выбор пакета происходит однократным щелчком мыши по названию пакета или клавишами со стрелками «вверх»/«вниз».

Кнопка «Отменить» - отменить еще не записанное пакетное размещение.


Блок параметров «Состав блока»

В левом нижнем углу Плана размещений выводится список размещений выделенного выхода.

N	Контрагент	Рекламный ...	Объем рекл...	Заказ покупателя	Статус	Стоимость	Вид деятел...	Позиционир...	Позиция
1	Росбанк	Новый ролик	30"	№нг0000000000 ...	В работе	6 642,00		авто	999
			120"/30"			6 642,00			

В списке представлены все размещения рекламы заказов, находящихся в статусе «В работе», «На утверждении», «Утвержден» и «Завершен» в выбранном выходе рекламного блока. В заголовке блока указывается дата выхода, время начала выхода и наименование рекламного блока. В строках списка находятся проведенные размещения. В зависимости от текущего статуса заказа изменяется цвет фона

записей. Утвержденные размещения выводятся на белом фоне, неутвержденные - на сером фоне. Последняя строка, прикрепленная к нижней границе блока, показывает итоги по числовым полям размещений этого выхода.

Набор полей (столбцов) таблицы настраиваемый. Полный список возможных полей можно увидеть, нажав кнопку «Настройка списка» . В этом же списке можно отметить галочками необходимые поля и изменить их порядок.

Прямо в списке размещений выбранного выхода рекламного блока можно проводить позиционирование размещений внутри выхода без применения наценки. Если позиционирование вручную еще не проводилось, то размещения располагаются в порядке продажи.

«Удалить» - удаляет выбранное размещение. Внимание, данное действие необратимо!

«Обновить» – обновляет список в соответствии с актуальным состоянием базы данных.

«Переместить вниз» – перемещает выбранное размещение на одну позицию вниз.

«Переместить вверх» – перемещает выбранное размещение на одну позицию вверх. При перемещении какого-либо размещения на первую позицию таким способом наценка за позиционирование не назначается. Для проведения позиционирования с наценкой необходимо зайти в карточку продажи (двойной клик по строке) и установить позицию.

Двойной щелчок мыши по строке таблицы открывает обработку «Просмотр размещения».

Информация – краткая информация о размещениях в разрезе текущего клиента и рекламной кампании. Выводится информация о количестве размещений, общем хронометраже и сумме по подготовленным и уже записанным размещениям.

«Отчет по размещениям» - В режиме размещения выводит информацию о только что сделанных и еще не записанных размещениях. В режиме анализа показывает отчет по всем записанным размещениям в разрезе текущего клиента и заказа.

Прямые размещения

Перед проведением прямых размещений рекламы необходимо указать все необходимые реквизиты будущей продажи. Требуется указать медиаканал, клиента, его рекламную кампанию и рекламный материал к размещению (ролик, баннер и т.д.). В качестве рекламной кампании может выступать, документ «Заказ покупателя» или «Медиаплан».

После определения всех необходимых параметров размещений можно приступить к размещению выбранного рекламного материала клиента в сетке «Плана размещений». Двойной щелчок мыши по заполненной ячейке проводит размещение рекламы в выбранном выходе.

Размещение рекламных материалов может проводиться только в блоках соответствующего типа.

При попытке разместить материал в блоке несоответствующего типа, выдается предупреждающее сообщение, и размещение не проводится. Подробнее о типах рекламных блоков и о типах рекламных материалов читайте на стр. 53 и 57.

Режим уточненного ввода

В зависимости от типа режима размещения после двойного щелчка по ячейке может появляться диалоговое окно с настройками параметров продажи. Это окно появляется, если «План размещений» находится в режиме уточненного ввода размещений (в настройках плана флаг «Использовать быстрый ввод размещений» не установлен).

Уточненный ввод размещений может быть удобен, если планируется детально корректировать стоимость у каждой продажи или указывать количество продаж для блоков с количественным типом учета. Например, количество слов в объявлении при размещении в «Бегущей строке».

Закладка «Стоимость размещений»

Блок – рекламный блок, выход которого был выбран двойным щелчком мыши.

Время – хронометраж рекламного материала в секундах для размещения в рекламном блоке с типом учета «по времени».

Количество – количество рекламы, продаваемой «за раз», например количество слов в объявлении или площадь макета. Реквизит доступен только для блоков, продаваемых «по количеству».

Цена – цена по прайсу в соответствии с типом цен, установленным для договора с контрагентом (см. «Оформление договоров для контрагента» на стр.34).

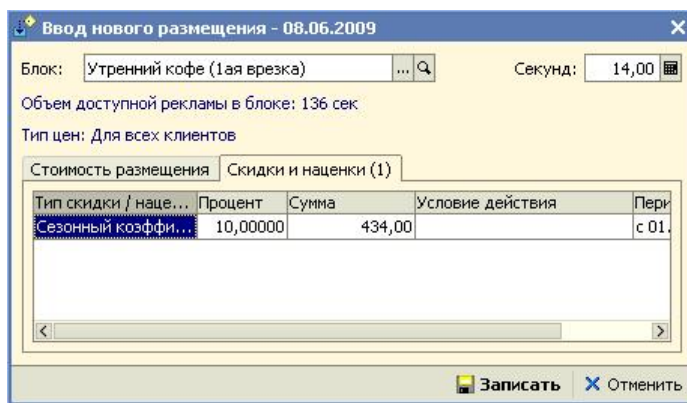
Ставка НДС – ставка и вариант расчета НДС в соответствии с типом цены, используемом при размещении (см. «Типы цен» на стр.44).

Позиционирование – порядок следования продаваемого ролика в блоке относительно других роликов. По умолчанию, в момент продажи ролик назначается позиция «авто». Впоследствии, если позиционирование роликов не изменялось вручную, то в отчете «Монтажный лист» они будут расположены в порядке продажи. Если выбрана определенная позиция (не «авто»), то к размещению будет автоматически применена наценка за позиционирование, если она задана в документе «Установка скидок и наценок» (см. на стр.83). Внимание! Если для размещения выбрана позиция «2», а размещение с номером «1» в выходе блока отсутствует, то размещение с позиций «2» автоматически становится первым в блоке. К такому размещению будет применена наценка за 2-ю позицию, и это размещение будет стоять первым, до тех пор, пока не будет продана первая позиция.

Кнопка «Записать» - устанавливает предполагаемое размещение в выход рекламного блока. Ячейка подсвечивается желтым цветом. Дальнейшие действия по записи и утверждению размещений аналогичны действиям при размещении в автоматическом режиме ввода.

Закладка «Скидки и наценки»

На закладке отображаются скидки, которые будут применены к данному размещению. Также выводится информация об условии их действия и периоде действия.



Механизмов добавления или удаления скидок в форме нет. Для редактирования автоматически назначенных скидок нужно воспользоваться документом «Заказ покупателя» (закладка «Скидки») или «Обработкой размещений».

Режим автоматического ввода

Если же сетка находится в режиме быстрого ввода (в настройках Плана флаг «Использовать быстрый ввод размещений» установлен), продажа проходит автоматически по типу цен, зафиксированному в договоре с контрагентом.

Ячейки выхода рекламного блока после размещения в нем рекламных материалов будут выделены желтым цветом.

Важно! Ячейки с желтым фоном символизируют размещения, подготовленные к записи, но еще не записанные. В случае закрытия «Плана размещений» или выбора другого контрагента подготовленные к записи размещения будут аннулированы.

Подготавливать размещения к записи можно на различных периодах «Плана размещений» и на различных каналах. При переводе сетки из периода в период и между каналами подготовленные размещения не пропадают, и будут записаны одновременно при нажатии кнопки «Записать».

Проконтролировать свои действия перед записью размещений можно, выбрав пункт «Отчет по размещениям» из контекстного меню Плана (клик правой клавишей мыши по любой ячейке Плана). В формате аналогичном «Эфирной справке» будет выведена информация обо всех подготовленных, но еще не записанных размещениях на всех каналах.

«Отчет по размещениям» после записи выводит информацию об уже записанных размещениях в разрезе текущего контрагента и заказа.

Прямые размещения в выделенных выходах

Имеется возможность проведения прямых размещений рекламы сразу в нескольких отмеченных выходах рекламных блоков.

Перед размещением рекламы необходимо отметить рекламные выходы, в которых будет проходить размещение. Для этого нужно обвести необходимые выходы мышью с нажатой левой клавишей или отметить необходимые выходы, удерживая клавишу Ctrl. Допускается комбинирование этих двух способов.

При выделении «обводом» мыши разрешается выделять «несвязанные» ячейки с выходами блоков, т.е. разрешается попадание в область строк медиапродуктов и пустых ячеек.



Выделив необходимые выходы, нужно вызвать контекстное меню, щелкнув правой клавишей мыши по любой выделенной ячейке, и выбрать пункт «Разместить рекламу» или нажать клавишу «+» на дополнительной цифровой клавиатуре.

Аналогичным способом можно отменить подготовленные и еще не записанные размещения. Для этого необходимо выделить ячейки, подсвеченные желтым, одним из способов, описанным выше, и вызвать контекстное меню. В меню выбрать пункт «Отменить размещения».

Пакетные размещения

При пакетных размещениях продажи проводятся не по отдельности в каждом выбранном выходе, а сразу в некотором наборе выходов рекламных блоков – пакетная продажа. При этом в программе устанавливается стоимость за весь пакет, и эта стоимость не зависит от стоимости выходов, входящих в пакет.

Определение состава пакета происходит в обработке «Сетка выходов рекламных блоков» (см. на стр. 120). Стоимость размещения рекламного материала во всем наборе выходов, входящих в пакет, задается документом «Установка цен пакетов» и зависит только от длительности или количества рекламного материала (см. на стр. 83).

Для проведения пакетных продаж форма «План размещений» должна находиться в режиме пакетных размещений (установлен флаг «Использовать пакетные размещения»).

В режиме пакетных размещений внизу открывается список доступных пакетов в откритом периоде. Программа выводит в список не все пакеты, определенные на канале, а только те, которые имеют полное вхождение своего состава в периоде, на который открыт «План размещений».

Пример 1. Сетка открыта на одну календарную неделю, в списке будут присутствовать все дневные и недельные пакеты, у которых есть выходы на этой неделе. Месячные пакеты в список не попадут.

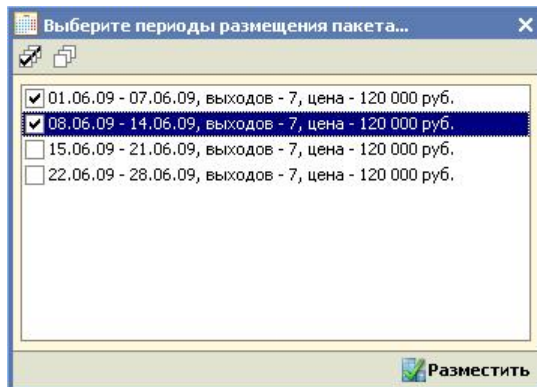
Пример 2. Сетка открыта на одну неделю со среды до среды, в списке будут отображены только дневные пакеты. Недельные и месячные пакеты не попадут в список, т.к. сетка открыта на период, куда не могут попасть все выходы пакетов.

Пример 3. Сетка открыта на один календарный месяц. В списке будут отображены все дневные, недельные и месячные пакеты, заданные в этом месяце.

Двойной щелчок по наименованию пакета в списке открывает карточку пакета, в которой могут быть определены реквизиты пакета и проведено ценообразование (см. на стр.55).

Для проведения продажи пакета необходимо позиционировать курсор в списке на необходимый пакет и нажать кнопку «Разместить».

Зачастую, в текущем периоде просмотра «Плана размещений» находится несколько выходов одного и того же пакета. Например, «План размещений», открытый на неделю, может содержать 7 дневных пакетов. Поэтому, после щелчка по кнопке «Разместить» открывается список доступных выходов пакетов с указанием их периодов.



Отмечая галочками необходимые выходы пакетов, можно провести продажу не одного, а сразу нескольких пакетов («в один клик»).

Набор выходов пакета будет подсвечен желтым цветом. Дальнейшие действия по записи и утверждению размещений полностью аналогичны действиям, описанным в разделе «Прямые размещения» на стр. 142.

Стоимость одного размещения будет рассчитана как частное от стоимости размещения в пакете и количества выходов в пакете. Например, стоимость размещения в пакете 8000р, если в пакет входит 3 выхода, то стоимость одного размещения будет равна 2666р; если в пакете 2 выхода, то стоимость по одной «Заявке на размещение» будет равна 4000р.

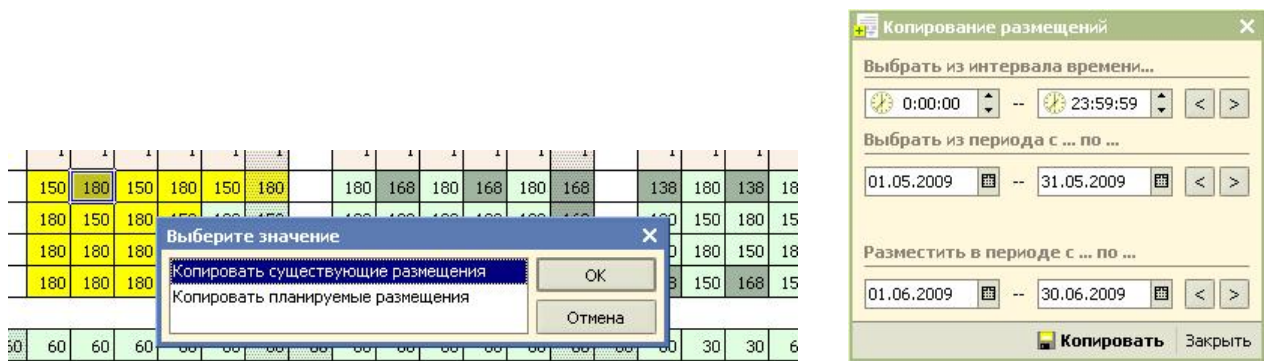
Копирование размещений

Для ускорения ввода размещений можно воспользоваться механизмом копирования ранее созданных размещений рекламы на предыдущих периодах. Это может быть полезным в следующих случаях:

- Проводится размещение рекламы на несколько последующих недель по шаблону первой недели рекламной кампании. Для этого достаточно занести размещения на одну неделю и скопировать размещения на последующие.
- Рекламные материалы клиента размещаются в одних и тех же рекламных блоках в течение всей недели. Для проведения такого размещения достаточно определить размещения на первый день рекламной кампании и скопировать их на последующие дни.
- Клиент обратился в РА с просьбой повторить его рекламную кампанию, которая прошла некоторое время назад. В этом случае достаточно знать номер заказа, по которому проходило размещение, и скопировать все размещения клиента на текущий период.

Возможно проведение одного из двух вариантов копирования размещений. Копирование планируемых и еще не записанных размещений (подсветка ячеек желтая) или копирование уже записанных продаж (подсветка ячеек темно-зеленая или серая).

Если на текущем периоде «Плана размещений» присутствуют оба вида размещений, то после выбора пункта «Копировать размещения» в контекстном меню (правый клик по любой ячейке Плана) пользователю предоставляется выбор, какого типа размещения будут копироваться.

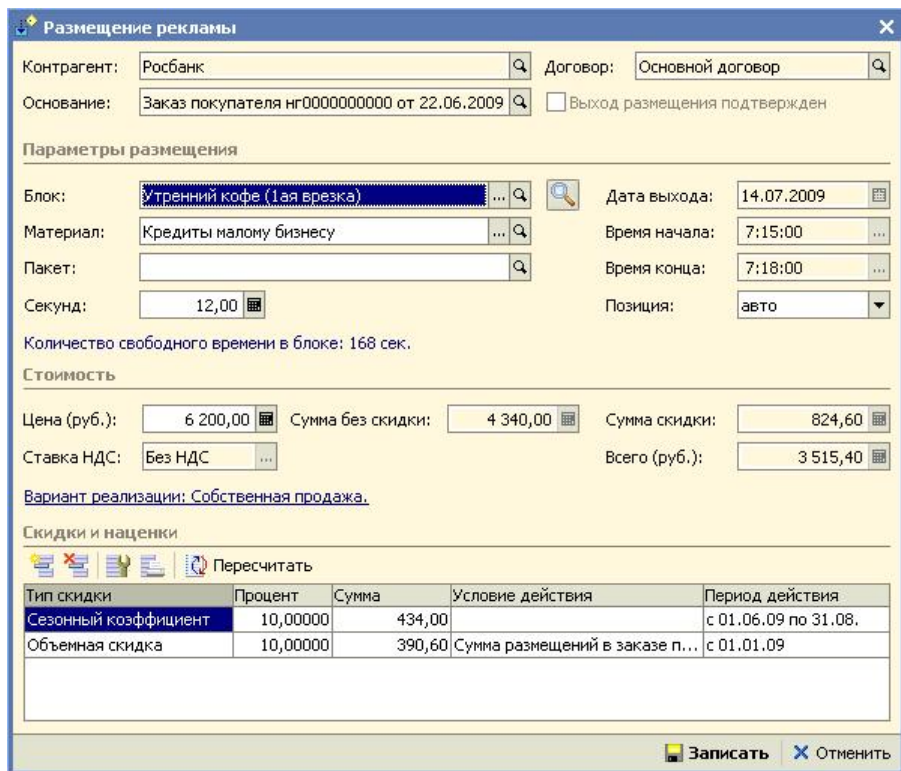


Независимо от выбранного типа размещений механизм копирования одинаков. Пользователю предлагается выбрать период дат и времени «от куда» будет происходить копирование и период дат «куда» будут копироваться размещения.

При копировании уже записанных размещений новые размещения автоматически не записываются. Процедура записи для скопированных размещений аналогична описанной выше.

Размещение рекламы

Открыть обработку можно либо из списка «Состав блока» в Плане или через список «Просмотр размещений», который открывается через контекстное меню Плана.



Обработка показывает одну продажу рекламного материала контрагента в одном из выходов рекламного блока.

Большинство реквизитов документа повторяют параметры продажи, определяемые в «Плане размещений». Однако некоторые из реквизитов стоит рассмотреть подробнее.

Договор – любые сделки с контрагентами в конфигурации обязательно относятся к одному из договоров с контрагентом. В данном случае, если размещение рекламы проходило на основании заказа, то реквизит заполняется по договору заказа. Также размещения могут проходить напрямую на основании договора без применения документа «Заказ». Выбрать один из вариантов проведения размещений можно в «Настройках параметров учета» (см. на стр. 15).

Дата выхода, Время начала, Время конца – поля, недоступные для редактирования. Заполняются автоматически по выбранному выходу рекламного блока. Если требуется перенести продажу в

другой выход этого же или другого рекламного блока следует выбрать один из выходов, нажав кнопку «...» слева от реквизита «Блок». Если требуется изменить время выхода текущего рекламного блока, то это можно сделать через форму «Сетка выходов рекламных блоков». При изменении времени выхода в «Сетке выходов рекламных блоков» продажи в выходе сохраняются.


Блок – наименование рекламного блока, в котором выходит рекламный материал клиента. При нажатии кнопки «...» слева от наименования блока открывается список рекламных выходов текущего дня. Можно выбрать любой из выходов для того, чтобы перенести продажу в другой блок. Подробнее перенос продаж описан ниже.

Материал – наименование рекламного материала, который размещается в выходе рекламного блока. Рекламный материал может быть изменен. При изменении рекламного материала изменяется время или количество рекламы, и пересчитывается стоимость размещения.

Пакет – пакет выходов, в рамках которого проходило размещение. Если реквизит не заполнен, размещение было прямым.

Позиция – позиция данной продажи в выходе рекламного блока. Позиция «авто» говорит о том, что позиционирование рекламных материалов в этом выходе рекламного блока еще не проводилось, и материалы отсортированы в порядке проведения продаж.

Утвержден – если флаг установлен, то данное размещение будет отражено в отчете «Монтажный лист».

Кнопка  - открывает форму списка размещений в текущем выходе рекламного блока. В данном списке можно просмотреть «соседей» редактируемой продажи.

Функционал табличной части «Использованные скидки и наценки» аналогичен функционалу закладки «Скидки и наценки» в документе «Заказ покупателя».

Если все реквизиты заблокированы, то это могло произойти по одной из двух причин:

- Закрыт период размещений в карточке канала на закладке «Закрытые периоды размещений» (см. на стр. 49).
- Заказ, на основании которого проводились размещения, закрыт. В документе «Заказ» установлен статус «Завершен».

Перенос продаж

Часто возникает ситуация когда необходимо перенести продажу рекламы из-за снятия выхода рекламного блока с эфира, занятости рекламной конструкции или по другим причинам. Рекламный материал клиента может быть перемещен в другой выход этого же рекламного блока, например, на следующий день, или перемещен в другой рекламный блок.

Для переноса продажи с одного выхода на другой необходимо нажать кнопку «...» слева от реквизита «Блок» в карточке продажи, после чего открывается полный список рекламных выходов того дня, на который оформлена продажа.



Рекламный блок	Время начала	Время оконча...	Свободно рекламы
РекБлок (МузКанал)	0:05:00	0:06:30	1' 30"
РекБлок (МузКанал)	0:30:00	0:32:00	2'
Утренний кофе (1ая врезка)	7:15:00	7:18:00	3'
Утренний кофе (2ая врезка)	7:50:00	7:53:00	2' 46"
Утренний кофе (3ая врезка)	8:15:00	8:18:00	2' 46"
Утренний кофе (4ая врезка)	8:50:00	8:53:00	3'
РекБлок (BBS)	10:00:00	10:59:00	34"
РекБлок (BBS)	11:00:00	11:59:00	1'
РекБлок (BBS)	12:00:00	12:59:00	1'
Никто кроме тебя (внутри)	17:20:00	17:23:00	2' 43"
Вечерний сериал	19:15:00	19:17:00	2'

Выбрав любой выход из списка, получим перенос продажи в пределах этого же дня в другой рекламный блок или в другой выход того же рекламного блока.

Если требуется осуществить перенос продажи на другой день, то следует нажать кнопку «Показать на дату...». В диалоге нужно указать дату, на которую будет выведен список рекламных выходов. Выбирая один из выходов рекламных блоков двойным щелчком мыши, мы получаем перенос продажи рекламы на другой день.

Важно! Перенос продажи в другой блок, цена размещения в котором отличается от цены исходного блока, не приводит к пересчету цены и стоимости выхода.

Позиционирование роликов

Позиционирование роликов в рекламном выходе может проходить двумя способами: с наценкой или без нее. Размер наценки за позиционирование рекламного материала в блоке указывается документом «Установка скидок и наценок» (см. на стр.83).

Первый способ – без наценки. Позиционирование проводится в списке размещений, который открывается при двойном щелчке по ячейке «Плана размещений» в режиме просмотра. В списке можно воспользоваться стрелками управления позициями роликов, как описано выше. При таких перемещениях номер позиции в «Заявке на размещение» остается как «авто».

Второй способ – с наценкой. Для того чтобы программа автоматически увеличила стоимость размещения за оказание услуги позиционирования рекламного материала на определенную позицию в выходе, требуется явно установить номер позиции при проведении продажи в режиме уточненного ввода (см. на стр.142) или в окне детального редактирования размещения. Это же действие для группы продаж можно сделать из «Обработки размещений» как описано ниже. Наценка применяется в соответствии с условиями, заданными в документе «Установка скидок и наценок».

Позиция:

В списке размещений у продажи с позиционированием в графе номера позиции указывается в скобках. При соответствующей настройке отчета «Монтажный лист» рекламные материалы, имеющие позиционирование на какое-либо место в блоке, будут выделены цветом.

Наценка за позиционирование можно удалить в «Обработке размещений», при этом номер позиции сохранится.