



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон договора на пилотный проект с рекламным агентством: основные пункты и KPI

Юридически грамотный договор для тестового запуска с рекламным агентством, защищающий интересы заказчика.

Предмет договора: описание пилотного проекта

В этом разделе максимально подробно опишите суть пилотного проекта. Чем конкретнее формулировки, тем меньше разночтений в будущем.

Пример формулировки:

«Агентство обязуется оказать Заказчику услуги по настройке, запуску и ведению рекламных кампаний в сети Интернет (далее – «Услуги») с целью тестирования гипотез по привлечению целевой аудитории и оценки эффективности рекламных каналов для продукта/услуги [Название продукта/услуги Заказчика] в рамках пилотного проекта. Услуги включают в себя:

1. Разработку медиаплана и стратегии рекламных кампаний на тестовый период.
2. Настройку и запуск рекламных кампаний в [Указать рекламные системы, например, Яндекс Директ, VK Реклама, Google Ads (если применимо)].
3. Ежедневный мониторинг и оптимизацию рекламных кампаний.
4. Предоставление еженедельной и итоговой отчетности.
5. [Добавить другие специфические услуги, например, создание креативов, настройка сквозной аналитики].

Цель пилотного проекта: [Описать конкретную бизнес-цель, например, получение N лидов, снижение CPA до X рублей, увеличение трафика на Y%].»

Сроки выполнения и этапы

Общий срок пилотного проекта	Обычно 1-3 месяца. Укажите конкретные даты начала и окончания. Пример: «с 01.03.2024 по 31.05.2024 включительно».
Этапы выполнения работ	Разбейте проект на логические этапы с указанием сроков. 1. Подготовительный этап (1-2 недели): Брифинг, разработка стратегии, медиаплана, создание креативов, настройка рекламных кабинетов. 2. Этап запуска и оптимизации (основной период): Запуск кампаний, ежедневный мониторинг, А/Б-тестирование, корректировка стратегии. 3. Этап подведения итогов (1 неделя после завершения кампаний): Сбор данных, формирование итогового отчета, презентация результатов.

Сроки предоставления отчетности

Укажите периодичность (еженедельно, ежемесячно) и конкретные даты или дни недели.

Стоимость услуг и порядок оплаты

Стоимость услуг Агентства

Укажите фиксированную сумму за весь пилотный проект или ежемесячную абонентскую плату. Пример: «Стоимость услуг Агентства за весь период пилотного проекта составляет [Сумма] ([Сумма прописью]) рублей, включая НДС (если применимо).»

Рекламный бюджет

Четко разделите стоимость услуг Агентства и рекламный бюджет. Рекламный бюджет всегда оплачивается Заказчиком напрямую рекламным системам или через Агентство с прозрачной отчетностью. Пример: «Рекламный бюджет, необходимый для реализации пилотного проекта, составляет [Сумма] ([Сумма прописью]) рублей и оплачивается Заказчиком самостоятельно в рекламные системы [Указать системы] или перечисляется Агентству на пополнение рекламных кабинетов с предоставлением всех подтверждающих документов.»

Порядок оплаты

Предоплата, постоплата, поэтапная оплата. Для пилотного проекта рекомендуется поэтапная оплата или 100% предоплата за услуги Агентства и отдельное пополнение рекламного бюджета.

Дополнительные расходы

Четко пропишите, какие расходы не входят в стоимость услуг (например, создание видеороликов, покупка изображений, настройка коллтрекинга, оплата сервисов аналитики) и как они будут согласовываться и оплачиваться.

Обязанности сторон: защита интересов Заказчика

☐ Заказчик обязуется:

Предоставлять Агентству необходимую информацию и доступы; своевременно оплачивать услуги и рекламный бюджет; оперативно согласовывать материалы и изменения.

☐ Агентство обязуется:

Оказывать услуги качественно и в срок; обеспечивать прозрачность работы; предоставлять отчетность; соблюдать конфиденциальность.

☐ Право собственности на рекламные кабинеты и доступы

КРИТИЧНО ВАЖНО: «Все рекламные кабинеты (Яндекс Директ, VK Реклама и др.), созданные для реализации настоящего Договора, должны быть зарегистрированы на Заказчика (его юридическое лицо или ИП). Агентству предоставляется гостевой доступ с правами администратора/редактора для управления рекламными кампаниями. Вся история рекламных кампаний, накопленные данные, аудитории, пиксели и другие активы, созданные в ходе выполнения Договора, являются собственностью Заказчика и остаются у него после прекращения сотрудничества.» (Источник: Собственная практика RocketLab, рекомендации экспертов рынка).

☐ Предоставление доступов к системам аналитики

Агентство обязуется предоставить Заказчику полный доступ к системам веб-аналитики (Яндекс Метрика, Google Analytics), коллтрекинга, сквозной аналитики, используемым в проекте.

Ключевые показатели эффективности (KPI) и критерии оценки

Цель / Показатель	Единица измерения	Целевое значение	Комментарий / Пример
Лидогенерация	Количество лидов	Не менее 50	Лид – это заполненная заявка на сайте или звонок длительностью более 30 секунд. Целевое значение должно быть реалистичным и согласованным.
Стоимость лида (CPL)	Рублей	Не более 1500 руб.	Рассчитывается как Рекламный бюджет / Количество лидов. Важно для оценки рентабельности.
Трафик	Количество целевых визитов на сайт	Не менее 5000	Только визиты из оплачиваемых каналов, исключая прямые заходы и брендовый трафик (если не является целью).
Стоимость клика (CPC)	Рублей	Не более 50 руб.	Ориентировочный показатель, может варьироваться в зависимости от ниши и конкуренции.
Конверсия в заявку (CR)	%	Не менее 2%	Отношение количества лидов к количеству целевых визитов. Показывает эффективность посадочной страницы и рекламного сообщения.
CPA (Cost Per Acquisition)	Рублей	Не более 5000 руб.	Если возможно отслеживать продажи и их стоимость. Рассчитывается как Рекламный бюджет / Количество продаж.
ROI (Return on Investment)	%	Не менее 100%	Если возможно отслеживать выручку и прибыль от рекламных кампаний. Требует интеграции с CRM Заказчика.
Качество лидов	Процент целевых лидов	Не менее 70%	Согласовывается метод оценки (например, прозвон Заказчиком, квалификация по CRM). Защищает от 'накрутки' нецелевых заявок.

Отчетность и порядок коммуникации

☐ Еженедельная отчетность

Краткий отчет по основным метрикам (бюджет, лиды, CPL), выполненным работам, планам на следующую неделю. Формат: электронное письмо или онлайн-таблица.

☐ Ежемесячная отчетность (итоговая по пилоту)

Подробный аналитический отчет, включающий: потраченный бюджет, достигнутые KPI, динамику показателей, выводы, рекомендации по дальнейшему сотрудничеству. Формат: PDF-документ с презентацией результатов.

☐ Периодичность коммуникации

Обязательные еженедельные созвоны/встречи для обсуждения прогресса и корректировки планов.

☐ Каналы коммуникации

Электронная почта, корпоративный мессенджер (например, Slack, Telegram-чат), телефон. Укажите ответственных лиц от каждой стороны.

☐ Доступ к дашбордам

По возможности, Агентство предоставляет Заказчику доступ к онлайн-дашбордам (например, Google Data Studio, Yandex DataLens) с актуальными данными по кампаниям.

Ответственность сторон

В этом разделе прописываются последствия невыполнения обязательств.

Пример формулировки:

«1. В случае невыполнения Агентством согласованных KPI, указанных в п. [Номер пункта с KPI], более чем на [Указать процент, например, 20%] от целевого значения, Заказчик имеет право на [Указать меру ответственности, например, снижение стоимости услуг Агентства на X%, предоставление дополнительных услуг безвозмездно, досрочное расторжение Договора без штрафных санкций].

2. За нарушение сроков предоставления отчетности или выполнения работ, Агентство уплачивает Заказчику пеню в размере [Процент, например, 0,1%] от стоимости услуг за каждый день просрочки, но не более [Процент, например, 10%] от общей стоимости услуг.

3. Заказчик несет ответственность за своевременную оплату услуг и предоставление необходимой информации. В случае просрочки оплаты, Агентство имеет право приостановить оказание услуг до момента полной оплаты.

4. Стороны освобождаются от ответственности за полное или частичное неисполнение обязательств по настоящему Договору, если оно явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы (форс-мажора).»

Порядок расторжения договора

Расторжение по инициативе Заказчика

«Заказчик вправе расторгнуть настоящий Договор в одностороннем порядке, уведомив Агентство за [Срок, например, 5 рабочих дней] до предполагаемой даты расторжения. В случае расторжения, Заказчик оплачивает фактически оказанные услуги и фактически понесенные Агентством расходы на момент получения уведомления.»

Расторжение по инициативе Агентства

«Агентство вправе расторгнуть настоящий Договор в одностороннем порядке, уведомив Заказчика за [Срок, например, 10 рабочих дней] до предполагаемой даты расторжения, при условии полного выполнения своих обязательств до даты расторжения.»

Расторжение после тестового периода

«По истечении срока действия настоящего Договора, стороны принимают решение о дальнейшем сотрудничестве. Отсутствие письменного соглашения о продлении или заключении нового Договора в течение [Срок, например, 5 рабочих дней] после окончания пилотного проекта означает автоматическое прекращение действия настоящего Договора без дополнительных уведомлений и штрафных санкций.»

Конфиденциальность

«Стороны обязуются сохранять конфиденциальность всей информации, полученной в ходе исполнения настоящего Договора, включая, но не ограничиваясь, коммерческой тайной, финансовыми показателями, данными о клиентах, стратегиями и технологиями. Разглашение конфиденциальной информации третьим лицам без письменного согласия другой Стороны запрещено, за исключением случаев, предусмотренных законодательством РФ.»

Прочие условия

☐ Разрешение споров

Претензионный порядок, затем Арбитражный суд [Указать город].

☐ **Изменения и дополнения**

Все изменения и дополнения к Договору действительны только в письменной форме и подписаны обеими Сторонами.

☐ **Действующее законодательство**

Договор регулируется законодательством Российской Федерации.

☐ **Реквизиты сторон**

Полные юридические реквизиты Заказчика и Агентства.

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

