DOKUMENT

Jak liczymy sprzedaż (CPS) i kliknięcia (CPC)

Wersja z 02.11.2026 · https://adsmast.com/public-files/sales-definition

Dokument informacyjny – wiążące definicje zawiera Zamówienie (IO) i Standardowe Warunki AdsMast

AdsMast rozlicza się w dwóch równorzędnych modelach: CPS (cost per sale) – prowizja od sprzedaży przypisanej do prowadzonych przez nas kampanii – oraz CPC (cost per click) – stawka za kliknięcie w reklamę (§ 5). Poniżej wyjaśniamy, co dokładnie liczy się jako sprzedaż, jak ją przypisujemy i jak liczymy kliknięcia. Każdy z tych parametrów jest zapisany w Zamówieniu (IO) przed startem współpracy.

1. Co liczy się jako sprzedaż

1. **Opłacone zamówienie** – zamówienie, za które Klient otrzymał płatność (lub zostało zrealizowane za pobraniem i nie zostało zwrócone).
2. **Wartość netto** – wartość produktów bez podatku VAT i bez kosztów dostawy.
3. **Po zwrotach i anulacjach** – zamówienia anulowane lub zwrócone w terminie określonym w IO są odejmowane od podstawy prowizji w kolejnym okresie rozliczeniowym.
4. **Z wyłączeniami** – IO może wyłączać określone kategorie produktów, kody rabatowe lub kanały sprzedaży (np. sprzedaż B2B poza sklepem).

2. Jak przypisujemy sprzedaż do kampanii

1. **Model atrybucji** dobieramy do Klienta i zapisujemy w IO: *last click* (ostatnie kliknięcie w reklamę) albo *data-driven* (model oparty na danych sklepu i GA4).
2. **Okno atrybucji** – liczba dni od kontaktu z reklamą do zakupu, w którym sprzedaż jest przypisywana; ustalana w IO.
3. **Jedna reguła dla wszystkich kanałów** – ta sama sprzedaż nie jest liczona dwa razy, nawet jeśli raportuje ją kilka platform reklamowych (deduplikacja).
4. **Atrybucja powrotów** – sprzedaż dokonana po powrocie użytkownika, który wcześniej kliknął w reklamę, jest przypisywana zgodnie z ustalonym oknem i modelem.
5. **Źródło danych** – piksel AdsMast, GA4 lub integracja API ze sklepem; źródło i hierarchia źródeł są zapisane w IO.

3. Co nie wchodzi do podstawy prowizji

- podatek VAT i koszty dostawy,
- zamówienia zwrócone lub anulowane w oknie określonym w IO,
- zamówienia wykluczone w IO (kategorie, kody, kanały),
- sprzedaż nieprzypisana do kampanii AdsMast zgodnie z regułą atrybucji.

4. Kto finansuje budżet mediowy

W obu modelach budżet mediowy we wszystkich prowadzonych kanałach finansuje AdsMast. Klient nie ponosi opłat stałych ani wdrożeniowych. W modelu CPS jedyną płatnością Klienta jest prowizja od sprzedaży przypisanej do kampanii, rozliczana po zakończeniu okresu rozliczeniowego; w modelu CPC – stawka za kliknięcia (§ 5).

5. Model CPC

Równorzędnie z modelem CPS lub obok niego Klient może wybrać model CPC (cost per click) dla części lub całości kampanii: Klient płaci ustaloną w IO stawkę za kliknięcie w reklamę, niezależnie od budżetów platform. W modelu CPC podstawą faktury jest liczba kliknięć zarejestrowanych przez AdsMast per kanał (z wyłączeniem kliknięć nieprawidłowych – invalid traffic). Modele CPS i CPC można łączyć w jednym IO, przypisując je do różnych kanałów lub kampanii.

6. Raportowanie i prawo kontroli

Klient ma stały dostęp do panelu AdsMast z danymi o sprzedaży przypisanej, prowizji i wynikach per kanał. Na wniosek Klienta udostępniamy raport kosztów mediów na poziomie konta reklamowego, zgodnie z wymogami platform. Zasady kontroli opisują Standardowe Warunki AdsMast.

7. Stawka prowizji

Stawka CPS (oraz stawka CPC, jeśli dotyczy) jest ustalana indywidualnie dla każdego Klienta – zależy od kategorii, marży, skali i zestawu kanałów – i jest zapisana w IO. W programie Early Users stawka jest zamrożona na 12 miesięcy od startu kampanii, co potwierdza IO.

AdsMast sp. z o.o., ul. Nowogrodzka 50/54 lok. 515, 00-695 Warszawa, KRS 0001146141, NIP 5273144568, REGON 540498499.