



**Service Level
Agreement (SLA)
&C the brandstudio**

2023



In het volgende document worden de aanleverspecificaties en voorwaarden rondom het proces van het uitwerking van diverse branded content campagnes vanuit &C the brandstudio toegelicht. Naast het Service Level Agreement (SLA) zijn ook de Algemene advertentievoorwaarden van &C Media van toepassing. Ook deze zijn terug te vinden op andc.tv.

1. Print

Aanleverspecificaties

1.1 De volgende specificaties dienen aangehouden te worden bij een printadvertentie:

Reguliere editie

- Formaat: 220 x 285 mm (bxh), 5 mm afsnede rondom
- Graag aanleveren zonder snijtekens en andere markeringen.
- Advertenties: dienen als 'single page' PDF/X 1.4 geleverd te worden (1 pagina per bestand). Lever voor een spread dus 2 documenten aan. Ook voor advertenties die bestaan uit een hele en één of meer deelpagina's (bijv. uitklapper) dient u per (deel)pagina een apart document aan te leveren.
- Advertentiemateriaal: digitale bestanden in het bestandsformaat Certified PDF tijdschriften Nederland.
- Een advertentie/insert is pas definitief als deze door &C Media is goedgekeurd.

Specials

- Formaat: 192 x 250 mm (bxh), 5 mm afsnede rondom
- Graag aanleveren zonder snijtekens en andere markeringen.
- Advertenties: dienen als 'single page' PDF/X 1.4 geleverd te worden (1 pagina per bestand). Lever voor een spread dus 2 documenten aan. Ook voor advertenties die bestaan uit een hele en één of meer deelpagina's (bijv. uitklapper) dient u per (deel)pagina een apart document aan te leveren.
- Advertentiemateriaal: digitale bestanden in het bestandsformaat Certified PDF tijdschriften Nederland.
- Een advertentie/insert is pas definitief als deze door &C Media is goedgekeurd.

1.2 De volgende specificaties dienen aangehouden te worden bij een insert:

- Gewenste formaat voor een insert is een insert van A5 formaat.
- Een opplakkaart op de insert is mogelijk, maar dient wel vooraf met &C te worden besproken in verband met het gewicht van de insert.
- Insteker, welke moet worden gelijk: rondom 2 cm kleiner dan het hoofdblad, maximaal 180 x 245 mm en 1,5 mm dik. Deze kan niet op elk katern worden geplakt en zal door &C worden bepaald (of vooraf in overleg).
- Tarieven en afspraken rondom inserts zijn onder voorbehoud van (sample) tests bij de drukker, waar &C mee werkt.

1.3 De volgende specificaties dienen aangehouden te worden bij een coverpas:

- Voor een coverpas levert de klant het nodige materiaal aan rondom de activatie die gecommuniceerd zal worden op de pas: activatie, code/korting, website, doorlooptijd van actie, eventueel packshot.
- Op basis van deze input bepaalt de &C Redactie de tekst op de voor- en achterkant van de coverpas, waarbij de voorkant van de pas volledig in &C-huisstijl wordt opgemaakt passend bij de desbetreffende cover. Op de achterkant is ruimte voor een meer uitgebreide toelichting over de activatie en eventueel packshot van een product.

1.4 Het volgende materiaal dient aangeleverd te worden voor een print advertorial:

- Een ingevulde briefing, die de Projectmanager vanuit &C aanlevert aan de klant
- Persbericht indien aanwezig
- Minimaal vier beelden van goede (high res) kwaliteit. Voorkeur gaat uit naar een combinatie van sfeerbeelden en packshots. Hoe meer beelden, hoe beter. Minimaal 1200 pixels breed (JPG/GIF/PNG).



- In geval van grote bijlage graag sturen via www.wetransfer.com

1.5 Het volgende materiaal dient aangeleverd te worden voor een Editor's Pick en/of mini advertentie:

- Selectie aan (high res)beelden, liefst een combi tussen sfeerbeelden en packshots.
- Korte omschrijving van 2 a 3 korte zinnen over het product. Eventueel met vetgedrukte woorden aangeven wat de belangrijkste eigenschappen zijn.
- Verkoop punt en/of -website
- Verkoopprijs (of vanaf-prijs)

Uitwerking en feedback

1.6 Op basis van de aangeleverde briefing/ materiaal gaat de &C Redactie aan de slag met het zo goed mogelijk herschrijven van de tekst in de &C stijl en tone of voice.

1.7 &C heeft minimaal 2 tot 3 weken nodig voor het uitwerken van een print advertorial en/of Editor's Pick/mini advertentie, vanaf het moment van het aangeleverde materiaal en/of ontvangen van een ingevulde briefing door de klant.

1.8 In het geval van een print advertorial en Editor's Pick/mini advertentie vindt er één feedbackronde plaats.

- Print advertorial: de eerste versie van het geschreven artikel zal met de klant worden gedeeld (in tekstbestand), waarna op basis van de feedback vanuit de klant de tekst wordt aangepast en definitief wordt gemaakt. Zonder deze nogmaals te delen zal de klant de volledige opmaak ontvangen (tekst + vormgeving) ter bevestiging. Eventuele tekstuele onjuistheden kunnen in deze fase nog worden gecorrigeerd. Daarna zal de uiting definitief worden doorgezet.
- Editor's Pick/mini advertentie: de eerste versie van de volledige pagina (tekst + vormgeving) zal met de klant worden gedeeld ter inzage. Eventuele tekstuele onjuistheden en/of missende essentiële informatie kan tijdens deze ene feedbackronde worden gecorrigeerd. In het geval er feedback was zal de klant de definitieve pagina nog eenmaal ontvangen ter bevestiging van aanpassen.

1.9 De &C Redactie bepaalt welke foto's geschikt zijn binnen de campagne.

- Print advertorial: de &C Redactie zal het definitieve beeld kiezen en heeft de creatieve vrijheid om de uiting binnen de &C huisstijl uit te werken. Er is over het algemeen ruimte voor één a twee beelden.
- Editor's Pick/mini advertentie: de &C Redactie zal het definitieve beeld kiezen, op basis van de volledige opmaak van de pagina. Zo zal er met alle merken en producten rekening worden gehouden, zodat elk product het best tot zijn recht komt.

1.10 Wordt het materiaal te laat aangeleverd, dan houden wij het recht om de livegang datum te verschuiven. De tekst wordt altijd zo goed mogelijk door de &C Redactie herschreven.

1.11 In het geval er meer kosten en/of uren worden gemaakt voor het uitwerken van de online campagne, dan kunnen hier mogelijk extra kosten voor in rekening worden gebracht. Hier zal de &C Projectmanager de klant tijdig van op de hoogte brengen.

2. Online

Aanleverspecificaties

2.1 Het volgende materiaal dient aangeleverd te worden voor een online advertorial:

- Een ingevulde briefing, die de Projectmanager vanuit &C aanlevert aan de klant
- Persbericht indien aanwezig



- Minimaal twee beelden van goede (high res) kwaliteit. Voorkeur gaat uit naar een combinatie van sfeerbeelden en packshots. Hoe meer beelden, hoe beter. Minimaal 1200 pixels breed (JPG/GIF/PNG).
- In geval van grote bijlage graag sturen via www.wetransfer.com

Uitwerking en livegang

Online advertorials

2.2 Op basis van de aangeleverde briefing gaat de &C Redactie aan de slag met het zo goed mogelijk herschrijven van de tekst in de &C stijl en tone of voice.

2.3 &C heeft minimaal 4 weken nodig voor het uitwerken van een online advertorial, vanaf het moment van het ontvangen van een ingevulde briefing door de klant. Eventuele uitzonderingen rondom timings gaan altijd in overleg met &C, nog voor het akkoord op de gehele campagne en overeenkomst.

2.4 Er vindt één feedbackronde plaats. De eerste versie van het geschreven artikel zal met de klant worden gedeeld (in tekstbestand en/of andc.tv link), waarna op basis van de feedback vanuit de klant de tekst wordt aangepast en definitief wordt gemaakt. Vervolgens wordt het artikel ter bevestiging nog eenmaal gedeeld met de klant.

2.5 De &C Redactie bepaalt welke foto's geschikt zijn binnen de campagne, headerbeeld wordt altijd vanuit &C gekozen en kan ook een door &C geschoten of stock beeld betreffen.

2.6 Op basis van de online advertorial wordt door &C de social posts opgemaakt. Dit gaat om een doorvertaling van het artikel (headerbeeld + titel).

2.7 Wordt het materiaal te laat aangeleverd, dan houdt &C het recht om de livegang datum te verschuiven. De tekst wordt altijd zo goed mogelijk door de &C Redactie herschreven.

2.8 De looptijd van een online advertorial en/of kleinere online campagne is minimaal 30 dagen. Deze tijd gebruikt &C voor het aanjagen van de campagne middels de owned en paid &C kanalen. Voor (grotere) videocampagnes en bijbehorende online advertorials is de looptijd gemiddeld langer, afhankelijk van de opgestelde targets. Over deze looptijd zal de &C Projectmanager de klant op de hoogte houden tijdens de samenwerking.

2.9 In het geval er meer kosten en/of uren worden gemaakt voor het uitwerken van de online campagne, dan kunnen hier mogelijk extra kosten voor in rekening worden gebracht. Hier zal de &C Projectmanager de klant tijdig van op de hoogte brengen.

Videocampagnes

2.10 Zodra overeengekomen is dat de videocampagne doorgaat, gaat &C the brandstudio aan de slag met het verder uitwerken van het concept in de vorm van een script, op basis van een aangeleverde briefing. Daarbij zal ook een bijhorende backplanning worden uitgewerkt door een Projectmanager inclusief voorstel voor livegang.

2.11 &C heeft minimaal 4 weken nodig voor het uitwerken van het script en de pre-productie van de campagne, vanaf het moment van het ontvangen van een ingevulde briefing door de klant. Eventuele uitzonderingen rondom timings gaan altijd in overleg met &C, nog voor het akkoord op de gehele campagne en overeenkomst.

2.12 De volgende feedbackrondes zijn ingebouwd in het productieproces (voor- en na de draaidagen):

- Er vinden **twee** feedbackmomenten plaats rondom het uitwerken van het concept en script. Na het delen van de eerste versie zal het script worden aangescherpt, waarna deze nog eenmaal wordt gedeeld (tweede versie). Na dit tweede moment van inzage kunnen er nog eventuele kleine aanpassingen worden gemaakt, waarna vervolgens het script definitief wordt gemaakt.



- Er vinden **twee** feedbackmomenten plaats rondom de edits van de videocampagne. Na het delen van de eerste versie zal de video/aflevering worden aangescherpt, waarna deze nog eenmaal wordt gedeeld (tweede versie). Na dit tweede moment van inzage kunnen er nog eventuele kleine aanpassingen worden gemaakt, waarna vervolgens de video/aflevering definitief wordt gemaakt.

2.13 &C behoudt het recht om de livegang data te verschuiven in het geval er door de klant niet kan worden voldaan aan de vooraf afgestemde feedbackmomenten volgende de backplanning.

3. Paid campagne en verdere aanjaging/optimalisatie

3.1 In het geval van een paid social campagne wordt er, naast het eerste headerbeeld en titel, ook een tweede headerbeeld en titel gekozen door de &C Redactie. Op deze manier kunnen er twee posts naast elkaar worden weggezet, om inzichten te vergaren over de juiste manier van campagne voeren.

3.2 Er zal vooraf een door &C opgesteld voorstel met de klant worden gedeeld, waarin overzichtelijk wordt gecommuniceerd wat de te verwachten benchmarks zullen zijn op basis van het beschikbare budget.

3.3 In het geval van afwijkende CPM prijzen, ten opzichte van het vooraf gedeelde campagnevoorstel, volgt er geen debit- of credit factuur.

3.4 &C heeft het recht om op eigen initiatief de campagne te optimaliseren door middel van extra organische inzetten, paid inzet en/of andere plaatsingen binnen de &C inventory. Dit geldt zowel voor het kiezen van de juiste kanalen als het kiezen van het juiste materiaal (in tekst en beeld).

4. Rapportage en evaluatie

4.1 Zoals al beschreven dient de klant rekening te houden met een minimale doorlooptijd van ongeveer 30 dagen. Tussentijds zal de klant vanuit &C halverwege de campagneperiode een update ontvangen, waarin via de mail kort wordt toegelicht wat de huidige stand van zaken is kijkend naar de resultaten. Bij grotere en langdurige (video) campagnes wordt er een klanten resultaten sheet opgemaakt. Deze wordt iedere 1 tot 2 weken bijgewerkt.

4.2 Na deze minimale looptijd zal de eindrapportage worden opgemaakt, om vervolgens te kunnen delen en bespreken met de klant. Deze zal via de mail worden verstuurd, waarna de klant en/of &C een fysieke of digitale eindevaluatie kan aanvragen. Wederom gelden voor grotere langdurige campagnes andere afspraken. Er wordt 1 digitaal of fysieke eindrapportage samen met de klant ingepland. En tussentijds heeft de klant dus altijd inzicht in de oplopende campagneresultaten via de datasheet die we bijhouden.

5. Annuleringen en kosten

5.1 Na ondertekening van de opdrachtbevestiging zijn de Algemene voorwaarden van kracht met betrekking tot afwijzing, opschorting en annulering.

5.2 In het geval er meer kosten en/of uren worden gemaakt voor het uitwerken van de online campagne, dan kunnen hier mogelijk extra kosten voor in rekening worden gebracht. Hier zal de &C Projectmanager de klant tijdig van op de hoogte brengen.

5.3 In het geval het uitwerking van de campagne wordt beïnvloed door eventuele afzeggingen van influencers, kandidaten of de locatie behoudt &C het recht om de planning te wijzigen en eventuele extra kosten in rekening te brengen. Hier zal de &C Projectmanager de klant tijdig van op de hoogte brengen.



6. Facturatie

6.1 De volgende betalingsvoorwaarden gelden, tenzij anders overeengekomen:

- Productie: 100% van de kosten moeten bij start van de productie worden voldaan.
- Magazine: facturatie 30 dagen voor winkeldatum van de desbetreffende editie.
- Online: facturatie direct bij aanvang samenwerking.