**ДОГОВОР НА ОКАЗАНИЕ SMM-УСЛУГ (Шаблон)**

Город \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2025 г.

Внимание: это образец. Перед подписанием обязательно проверьте с юристом и адаптируйте под вашу специфику бизнеса.

**1. Стороны и реквизиты**

Исполнитель: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, ИНН/ПИНФЛ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, адрес: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, банковские реквизиты: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Заказчик: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, ИНН/ПИНФЛ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, адрес: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, банковские реквизиты: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Совместно именуемые «Стороны», по отдельности — «Сторона».

**2. Термины и определения**

* «Площадки» — социальные сети и мессенджеры Заказчика (Instagram\*, Facebook\*, TikTok, YouTube, Telegram, VK и др.).
* «Креативы» — фото/видео/баннеры/тексты и иные материалы для публикации и рекламы.
* «KPI» — согласованные метрики эффективности (напр., CPL, CR, CAC, ROMI), фиксируются в Приложении №1.
* «Медиа-бюджет» — денежные средства Заказчика на рекламу в Площадках.

**3. Предмет договора**

* Исполнитель оказывает услуги по ведению и развитию Площадок Заказчика, производству контента и запуску/оптимизации рекламных кампаний.
* Полный перечень работ, сроки и KPI определяются в Приложении №1 (медиаплан/контент-календарь).
* Без подписанного Приложения №1 договор считается незаключённым в части показателей эффективности.

**4. Рекламные кабинеты, доступы и права**

* Рекламные кабинеты, пиксели/теги аналитики и домены создаются и принадлежат Заказчику.
* Исполнитель работает с правами, предоставленными Заказчиком (уровень доступа — не ниже необходимого для оказания услуг).
* Доступы передаются по защищённым каналам и хранятся в менеджерах паролей. Логи выдачи доступов ведутся Исполнителем.
* После окончания работ доступы Исполнителя отзываются Заказчиком в течение 3 (трёх) рабочих дней.

**5. Результат работ и хэнд-офф**

* Контент-календарь/медиаплан с гипотезами и целями по кампаниям.
* Пакет исходников: открытые файлы проектов (монтаж/дизайн), превью, обложки, шрифты/музыка с лицензиями (при необходимости — ссылки на лицензии).
* Еженедельные/ежемесячные отчёты с KPI и выводами; план оптимизаций на следующий период.
* Гайд по модерации и скрипты ответов (при наличии в объёме работ).

**6. Согласование контента и SLA**

* Заказчик предоставляет исходные данные (офферы, акции, УТП, фото/видео) и отвечает за их достоверность.
* Срок согласования единицы контента Заказчиком — до \_\_\_ часов; при отсутствии ответа в срок материал считается согласованным («молчаливое согласие»).
* SLA на ответы Исполнителя в рабочее время — до \_\_\_ часов, внерабочее — по договорённости.
* Количество кругов правок на единицу контента — до \_\_\_ (за рамками — допработы по тарифам).

**7. Реклама и аналитика**

* Цели кампаний, бюджет и структура аккаунтов закрепляются в Приложении №1.
* UTM-разметка обязательна, трекинг событий связывается с аналитикой/CRM Заказчика (при её наличии).
* Заказчик предоставляет доступ «на чтение» к Ads-аккаунтам для аудита и отчётности.
* Медиа-бюджет расходуется строго через аккаунты Заказчика; Исполнитель не принимает/не перераспределяет бюджет на свои счета.

**8. Стоимость и порядок расчётов**

* Абонентская плата за услуги Исполнителя: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ сум/месяц (фикс).
* Дополнительные работы, не входящие в объём, оплачиваются по ставке: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ сум/час или по отдельной смете.
* Медиа-бюджет оплачивается Заказчиком напрямую рекламным платформам/агрегаторам.
* Порядок оплаты: аванс \_\_\_% до «\_\_\_» числа месяца; окончательный расчёт — до «\_\_\_» числа следующего месяца.
* Налоги и сборы: каждая Сторона самостоятельно исполняет свои налоговые обязательства согласно применимому законодательству.

**9. KPI и отчётность**

* Обязательные метрики для оценки: CPL, CR в лид/продажу, CAC, ROMI. Показатели охвата/лайков носят вспомогательный характер.
* Периодичность отчётности: еженедельно (краткий дашборд) и ежемесячно (полный отчёт с анализом и планом действий).
* Невыполнение KPI влечёт запуск плана улучшений на следующий отчётный период; финансовые последствия прописываются в Приложении №1 (бонус/малус — опционально).

**10. Конфиденциальность и персональные данные**

* Стороны обязуются сохранять конфиденциальность коммерческой, технической и иной неразглашаемой информации.
* Обработка персональных данных осуществляется в соответствии с законодательством и политикой конфиденциальности Заказчика; Исполнитель действует как уполномоченное лицо (если применимо).
* Передача/использование данных вне рамок настоящего договора запрещена.

**11. Комплаенс и правила площадок**

* Запрещены обещания и формулировки, нарушающие правила Площадок (в т.ч. в чувствительных категориях: медицина, финансы, образование и пр.).
* Заказчик несёт ответственность за достоверность предлагаемых офферов, акций и материалов.
* Исполнитель вправе приостановить публикации/кампании, если они противоречат закону или правилам Площадок, с уведомлением Заказчика.

**12. Ответственность сторон**

* Исполнитель несёт ответственность за соблюдение ТЗ, корректную настройку трекинга, отчётность и согласованные сроки.
* Штрафные санкции (опционально): за ведение без UTM/пикселя/отчётов — \_\_\_\_\_\_\_\_\_; за нарушение сроков — \_\_\_\_\_\_\_\_\_.
* Стороны не отвечают за перебои в работе Площадок/рекламных систем, форс-мажор, действия третьих лиц и модерацию.
* Ответственность Исполнителя ограничена размером месячной абонентской платы, если иное не согласовано в Приложении.

**13. Срок действия и расторжение**

* Срок действия: с «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. Договор может пролонгироваться при отсутствии возражений за 10 календарных дней до окончания срока.
* Расторжение: любая из Сторон вправе расторгнуть договор с уведомлением за 15 календарных дней; Исполнитель предоставляет отчёт и передаёт исходники за фактически оплаченный период.
* Заказчик обязуется оплатить фактически оказанные услуги и согласованные допработы до даты расторжения.

**14. Порядок изменения объёма работ (Scope change)**

* Изменения фиксируются в Дополнительных соглашениях или в обновлённом Приложении №1 с датой вступления в силу.
* Изменения, влияющие на сроки/стоимость, выполняются после согласования новой сметы и календарного плана.

**15. Разрешение споров и применимое право**

* Споры решаются путём переговоров. При недостижении согласия — в компетентном суде по месту нахождения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
* Применимое право: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**16. Форс-мажор**

* Сторона, подвергшаяся обстоятельствам непреодолимой силы, уведомляет другую Сторону в течение 5 (пяти) рабочих дней и предоставляет подтверждающие документы.
* Срок исполнения обязательств отодвигается соразмерно периоду действия таких обстоятельств.

**17. Заключительные положения**

* Договор, Приложения и Допсоглашения в электронной форме (в т.ч. с использованием ЭП) равносильны бумажным документам, если это допускается законодательством.
* Приложение №1 является неотъемлемой частью Договора.

**18. Реквизиты и подписи сторон**

**Исполнитель**

ФИО/Наименование: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ИНН/ПИНФЛ: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Юр./Почтовый адрес: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Банк/р/с: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Тел./Email: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / М.П. (если есть)

**Заказчик**

ФИО/Наименование: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ИНН/ПИНФЛ: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Юр./Почтовый адрес: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Банк/р/с: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Тел./Email: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / М.П. (если есть)

**ПРИЛОЖЕНИЕ №1 — KPI, медиаплан и контент-календарь**

**1. KPI (заполнить цифры)**

* CPL (цена лида) — план: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ сум
* CR (конверсия в лид/продажу) — план: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ %
* CAC (стоимость привлечения клиента) — план: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ сум
* ROMI — план: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ %

**2. Бюджеты и каналы**

Пример таблицы (заполняется):

Канал | Бюджет/мес | CPL план | Лидов план | CR в продажу | ROMI план

Instagram Ads | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_

Telegram Ads | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_

Другое | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_

**3. Контент-календарь (фрагмент)**

Дата | Формат | Тема/оффер | Площадка | Цель | Ответственный

\_\_/\_\_/\_\_ | Reels | «Оффер №1» | Instagram | Лиды | Исполнитель

\_\_/\_\_/\_\_ | Stories | «Кейс/UGC» | Instagram | Вовлечённость | Заказчик/Исполнитель

**4. Сроки и контрольные точки**

* Сбор доступов и аудит: до «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.
* Первый контент-пак/медиаплан: до «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.
* Запуск 1-й волны гипотез: до «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.
* Еженедельные отчёты: каждый \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (день недели).
* Месячный отчёт и план улучшений: до «\_\_\_» числа следующего месяца.

Примечание: разделы и формулировки основаны на практических требованиях к SMM-договорам (кабинеты на Заказчике, KPI в приложении, отчётность, доступы, UTM/пиксель, ограничение ответственности). Проверьте и адаптируйте с юристом.