

# Требования к рекламным материалам для открутки в rtb-биддере Gobid

## Оглавление

Введение.....	1
Отгрузка и хранение рекламных материалов.....	2
Требования Adx к рекламным материалам.....	2
Требования к рекламе для России.....	3
Требования к флеш-баннерам.....	3
Требования к HTML-баннерам.....	4
Требования к Swiffy баннерам.....	5
Требования к SSL.....	6
Мобильные устройства.....	6
Требования к MRAID баннерам.....	7
Требования к INTERSTITIAL баннерам.....	7
Какие размеры баннеров требуются?.....	8
Как узнать статус баннера.....	9

## Введение

На данный момент rtb-биддер Gobid (далее — биддер) подключен только к одной рекламной сети: Google Doubleclick Ad Exchange (далее — Adx). Соответственно большая часть требований к рекламным материалам продиктована именно требованиями рекламной сети. Чтобы не копировать информацию, а также избежать её устаревания, в данном документе даны прямые ссылки на требования Adx к рекламным материалам с некоторыми пояснениями.

После старта рекламного размещения с новыми баннерами эти баннеры автоматически отправляются на модерацию в Google, и только после проверки и одобрения модераторами начинают принимать участие в аукционах. Таким образом со старта размещения и до того

момента, как по нему начнут приходить показы, может пройти продолжительное время (до нескольких дней). Если время начала открутки по размещению критически важно, мы рекомендуем запустить размещение за несколько дней до предполагаемой даты старта с минимальным бюджетом (допустим, 1 рубль), чтобы биддер начал отправлять в Google ставки с новыми баннерами, и для них таким образом был запущен процесс модерации.

## Отгрузка и хранение рекламных материалов

Рекламные материалы хранятся на стороне клиента. В биддер предоставляются только ссылки на файлы, предварительно залитые на какой-либо внешний ресурс по выбору клиента. Основное требование к хранилищу креативов — быстрая отдача контента по запросу. Мы рекомендуем использовать для хранения креативов облачные решения [Google Cloud Storage](#) или [Amazon Cloud Front](#). Помните, что из баннера можно делать внешние вызовы только на [сертифицированные гуглом](#) ресурсы.

Отгрузка креативов производится непосредственно по указанным ссылкам без кэширования или скачивания файлов биддером. Т.е. файл из хранилища отгружается непосредственно в браузер пользователя. Поэтому креативы по указанным ссылкам должны быть доступны в течение всего срока проведения рекламной кампании.

По договоренности с клиентом возможно хранение медиафайлов на стороне биддера с использованием нашей сети доставки контента для их отгрузки. В этом случае с клиента дополнительно взимается плата за каждый гигабайт скачанных данных. Количество скачанных данных за отчетный период вычисляется как суммарный вес всех медиафайлов баннера, умноженный на количество показов баннера за данный период. При неполной загрузке медиафайла (например, при отдаче видео) показ учитывается без изменений, как если бы медиафайл был отдан полностью.

## Требования Adx к рекламным материалам

Т.к. рекламная сеть Adx частично использует инвентарь Adwords для открутки баннеров, то прежде всего рекламные материалы должны удовлетворять [базовым требованиям рекламной сети Adwords](#).

Расширением инвентаря Adwords для открутки через Adx является инвентарь контекстно-медийной сети: Google Display Network (далее — GDN). Таким образом, второй блок требований, которым должны соответствовать ваши объявления, это [требования контекстно-медийной сети Google](#).

Пусть вас не смущает, что информация на этих двух ресурсах во многом дублируется. Если

ресурсы по-разному толкуют спорные моменты — следуйте более жестким требованиям.

На приведенных выше ресурсах перечислены требования Adx ко всем возможным типам рекламных материалов. Помните, что биддер поддерживает не все из них.

В текущей версии биддера поддерживаются следующие типы баннеров:

- IMAGE (\*.jpg, \*.jpeg, \*.png, \*.gif)
- FLASH (\*.swf)
- HTML
- MRAID
- INTERSTITIAL
- CLIENT TAG<sup>1</sup>

Никакие другие типы баннеров в настоящем момент не поддерживаются.<sup>2</sup>

## Требования к рекламе для России

Так как в последнее время российское законодательство в области рекламы значительно ужесточилось, Google сформулировал отдельные требования к рекламным материалам, открываемым на территории России. Эти требования касаются таких категорий товаров и услуг, как [здравоохранение и фармацевтика](#), [казино и азартные игры](#), [информационные продукты](#) (например игры, музыка, программное обеспечение и другие). Также в соответствии с [юридическими требованиями и ограничениями](#) в отношении показа рекламы на территории России запрещены к показу: финансовый спред-беттинг, медиапродукты без обозначения возрастного рейтинга, зажигалки для табачных изделий, алкогольные напитки. Все рекламные размещения (а не только относящиеся к вышеперечисленным категориям), открываемые на территории России, проходят ручную модерацию, что значительно увеличивает время, необходимое на подготовку размещения к запуску (до трех-пяти дней).

Google базируется в США, поэтому Ad Exchange [не могут](#) использовать компании из регионов, в отношении которых действуют [санкции Отдела по контролю зарубежных активов Министерства финансов США](#), в частности, из Крыма. В Ad Exchange нельзя настраивать таргетинг на регионы, в отношении которых введены санкции, а также указывать такие географические области в списке исключений.

## Требования к флеш-баннерам

Для корректной передачи кликовой ссылки во флеш-баннер в коде необходимо использовать определенную конструкцию:

<sup>1</sup> Данный тип баннера доступен для открутки только в сети BidSwitch

<sup>2</sup> Для уточнения актуальности этой информации свяжитесь с вашим менеджером

```
on (release)
{
if (clickTAG.substr(0, 5) == "http:" || clickTAG.substr(0, 6) == "https:")
{
  getURL(clickTAG, "_blank");
}
}
```

Подробнее об обработке кликов во флеше смотрите в разделе «Тэги ClickTAG» [требований к рекламным материалам Adwords](#).

Каждый флеш-баннер должен сопровождаться картинкой соответствующего содержания и размера, которая будет показана пользователю в случае невозможности загрузки основного контента (например если флеш-контент отключен в браузере пользователя).

Флеш-баннер должен допускать передачу https кликовых ссылок.

## Требования к HTML-баннерам

К HTML-баннерам предъявляются следующие требования:

- Все внешние вызовы должны идти по https протоколу (см. раздел «Требования с SSL»).
- Внешние вызовы только на [сертифицированные гуглом](#) ресурсы.
- Перед передачей в JSON конфиг HTML-контент должен быть определенным образом экранирован (escaped). Для этого можно воспользоваться любым [онлайн-инструментом](#).
- HTML код баннера должен быть валидным. Проверяется любым [онлайн-валидатором](#).
- HTML код должен содержать хотя бы один макрос {CLICK\_URL}. Макрос используется для трекинга кликов и заменяется на значение, когда баннер отдается на площадку. Правильный синтаксис использования макроса в html\_content:

```
<a href="{CLICK_URL[http://www.goffice.ru/]}" /a>
```

При отдаче баннера на площадку конструкция {CLICK\_URL[http://www.goffice.ru/]} заменяется на кликовую трекинг-ссылку, которая фиксирует клик и перенаправляет пользователя на адрес целевой страницы: http://www.goffice.ru/.

## Требования к Swiffy баннерам

Если вы хотите запустить рекламу в мобильных устройствах, а у вас есть только flash баннеры, можно сконвертировать flash баннеры в html5, используя инструмент [Swiffy](#). Swiffy преобразует флэш-анимацию в Javascript и выдает на выходе html код, в котором не используется flash. Недостатком таких баннеров является их большой размер, поэтому вся скриптовая часть должна быть вынесена в отдельный JS файл, который должен быть размещен на клиентском CDN (см. пункт «Отгрузка и хранение рекламных материалов»).

Кроме этого, в html баннер следует добавить код трекинга клика, как показано на примере ниже.

Пример баннера, сконвертированного в Swiffy:

```
<!doctype html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
    <title>Swiffy Output</title>
    <script type="text/javascript"
src="https://www.gstatic.com/swiffy/v7.4/runtime.js"></script>
    <script>
      swiffyobject = { ... };
    </script>
    <style>html, body {width: 100%; height: 100%;}</style>
  </head>
  <body style="margin: 0; overflow: hidden">
    <div id="swiffycontainer" style="width: 160px; height: 600px">
    </div>
    <script>

      var stage = new
swiffy.Stage(document.getElementById('swiffycontainer'),
      swiffyobject, {});

      stage.start();
    </script>
  </body>
</html>
```

Тот же баннер с вынесенной в файл скриптовой частью и кликовой ссылкой:

```
<!doctype html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
```

```
<title>Swiffy Output</title>
<script type="text/javascript"
src="https://www.gstatic.com/swiffy/v7.4/runtime.js"></script>
<script type="text/javascript"
src="https://www.clientcdn.com/swiffy160x600.js"></script>
<style>html, body {width: 100%; height: 100%;}</style>
</head>
<body style="margin: 0; overflow: hidden">
  <a href="{CLICK_URL[http://www.landingpage.com]}" target="_blank">
  <div id="swiffycontainer" style="width: 160px; height: 600px"> </div>
  </a>
  <script>

    var stage = new
swiffy.Stage(document.getElementById('swiffycontainer'),
              swiffyobject, {});

    stage.start();
  </script>
</body>
</html>
```

## Требования к SSL

С 1 июля 2015 года Google полностью перешел на использование защищенного контента в контекстно-медийной сети, поэтому при использовании биддера обязательным является размещение медиа-файлов на защищенных ресурсах (предоставляемые вами ссылки на медиа-файлы должны обязательно поддерживать https протокол, иначе они не будут приняты).

Точно такое же правило распространяется на ссылки на внешние ресурсы, используемые внутри флэш-баннеров. Допустим, если ваш флэш-баннер использует актуальную информацию о скидках, которую получает прямо в процессе загрузки с ресурса на клиентском сайте — баннер и внешний ресурс должны обмениваться информацией по https протоколу. В противном случае баннер будет отклонен при модерации.

Требование к обязательной защищенности ссылки распространяется также на клиентский пиксель для трекинга показов.

## Мобильные устройства

В биддере доступен не только web, но и in-app трафик. Оба типа инвентаря идут в одном

потоке и биддер не делает различий между ними. Чтобы быть уверенными, что ваши баннеры могут показываться в мобильных приложениях, убедитесь в том, что они соответствуют [требованиям Adx для открутки в приложениях для мобильных устройств](#). Так же при создании мобильных рекламных материалов мы рекомендуем придерживаться [рекомендованных лучших практик](#). Помните, что мобильные устройства имеют ограничения на типы откручиваемых рекламных материалов. В частности, на мобильных устройствах нельзя показывать флеш-баннеры. Наш верстальщик поможет оперативно и качественно сверстать ваши флеш-баннеры в HTML5 с сохранением всей анимации и сценариев.

## Требования к MRAID баннерам

При показе в мобильном приложении, многие функции, которые поддерживает любой стандартный браузер, оказываются недоступны. Чтобы обеспечить корректность работы HTML баннеров в мобильных приложениях, компанией [IAB](#) был представлен стандарт [MRAID](#), по сути представляющий из себя единые правила работы мультимедийной рекламы в мобильных приложениях. Если вы хотите быть уверенным, что ваши HTML баннеры будут отображаться и работать корректно во всех мобильных приложениях, они должны соответствовать стандарту MRAID.

К MRAID баннерам в биддере предъявляются такие же требования, как к HTML баннерам. Дополнительно в MRAID баннере должен присутствовать вызов библиотеки mraid.js для корректной работы всех функций:

```
<script type="text/javascript" src="mraid.js"></script>
```

## Требования к INTERSTITIAL баннерам

INTERSTITIAL баннер — это MRAID баннер, который при показе разворачивается на полный экран мобильного устройства. Соответственно для INTERSTITIAL баннера нет необходимости передавать в конфиг размеры (поля width и height будут проигнорированы). В настоящий момент из-за технических ограничений рекламной сети Google Ad Exchange не представляется возможным обеспечить точное совпадение размеров баннера с экраном мобильного устройства, однако рекламная сеть гарантирует, что INTERSTITIAL баннер при показе в мобильном приложении будет занимать не менее 50% размера экрана по ширине и не менее 40% по высоте.

## Какие размеры баннеров требуются?

Наиболее распространенные форматы баннеров для web размещений (как mobile, так и desktop):

- 728x90
- 320x50
- 300x250
- 160x600
- 970x90
- 336x280
- 240x400
- 468x60
- 200x200
- 250x250

Наиболее распространенные форматы баннеров для mobile in-app размещений:

- 320x50
- interstitial (полноэкранный баннер)
- 300x50

Наиболее распространенные размеры экранов для mobile interstitial размещений:

- 1280x752
- 1024x768
- 768x1024
- 640x960
- 600x500
- 480x320
- 336x280
- 320x480
- 300x250
- 360x640
- 640x360
- 1024x552
- 600x976
- 1024x720
- 601x914



- 962x553
- 601x962
- 962x601
- 600x1024
- 1024x600

## **Как узнать статус баннера**

Статус баннера, по которому были ставки, можно узнать в интерфейсе биддера, нажав на ссылку «Статус» напротив него в отчете по Креативам.