



Общая информация

1. Креатив должен содержать в видимой части:
 - Пометку «Реклама»;
 - Указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы (например, ООО «Ромашка» и/или romashka.ru).
2. Для рекламного креатива необходимо предоставить кликовую и/или целевую ссылку (URL).
3. Претензии по отсутствию или проблемам с отображением статистики по счётчику на стороне Клиента принимаются в течение 3 суток после фактического старта рекламной кампании.

Размещение социальной рекламы

Социальная реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», должна содержать пометку «Социальная реклама», а также указание на рекламодателя социальной рекламы и на сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе социальной рекламы.

Предоставление рекламных материалов

Все рекламные материалы и сопроводительные документы должны быть предоставлены для проверки и тестирования не позднее чем за 5 (пять) рабочих дней до начала рекламной кампании.

Размещение идентификатора рекламы (erid) в кликовой ссылке

Передача идентификатора (токена) осуществляется автоматически с использованием макроса Adfox %user3%

Тип	Параметр	Пример
VAST тег	erid=%user3%	https://angora.getshop.tv/v1/vpaid/substitute/creative?erid=%user3%&displayErid=false
Пиксель (кликовая ссылка)	erid=%user3%	https://ad.adriver.ru/cgi-bin/click.cgi?sid=1&bt=76&ad=787075&pid=4001243&bid=10410585&bn=10410585&exss=&erid=%user3%&rnd=713719077

Размещение идентификатора рекламы (erid) в целевой ссылке

Целевая ссылка на посадочную страницу рекламодателя должна содержать параметр &erid=%user3%



Пример:

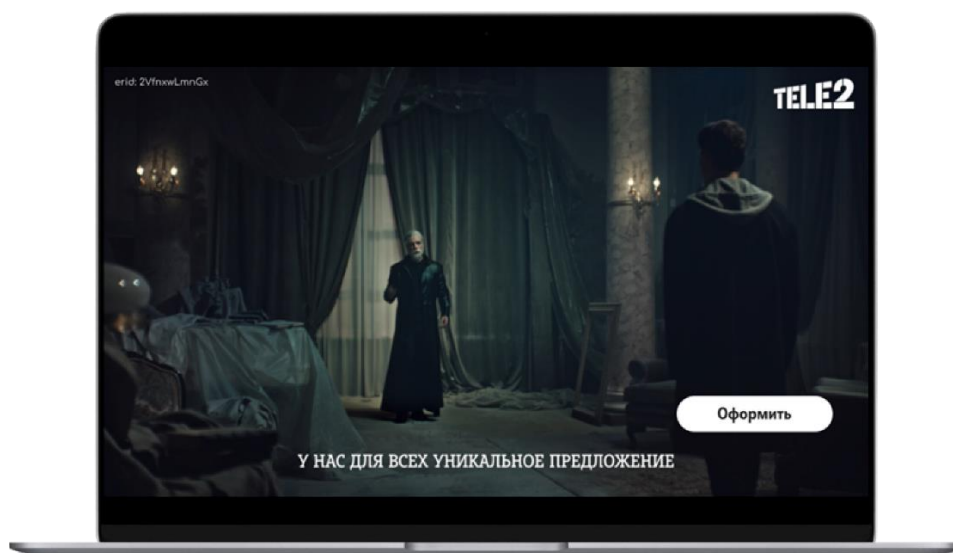
[https://goldapple.ru/masthjevy-l-oreal-](https://goldapple.ru/masthjevy-l-oreal-paris?utm_source=othervideo&utm_medium=cpm&utm_campaign=partners_loreal_loreal_paris_inf)

[paris?utm_source=othervideo&utm_medium=cpm&utm_campaign=partners_loreal_loreal_paris_inf](https://goldapple.ru/masthjevy-l-oreal-paris?utm_source=othervideo&utm_medium=cpm&utm_campaign=partners_loreal_loreal_paris_inf)
[illible_imc-apr-may24&utm_content=eg_video&utm_term=da_shoppableleads_eg&erid=%user3%](https://goldapple.ru/masthjevy-l-oreal-paris?utm_source=othervideo&utm_medium=cpm&utm_campaign=partners_loreal_loreal_paris_inf)

Размещение erid

Digital Alliance самостоятельно размещает/наносит идентификатор рекламы поверх видеоролика, в левом верхнем углу, в виде пометки «erid:xxx», где «erid»-наименование идентификатора рекламы, а «xxx» - идентификатор, присвоенный ОРД данному рекламному материалу.

Пример:



Технические требования к исходным видеофайлам

Формат файла	.mp4
Кодек видеопотока	H.264
Разрешение при соотношении сторон ролика 16:9	1280x720
Соотношение сторон пиксела	1:1 (square pixel)
Битрэйт видео	от 5 МБ/с
Частота кадров	25 fps
Звук	AAC, 48KHz, stereo 32 Bit/sec CBR, HiQ setting



Размер файла	не должен превышать 2-3 мВ для ролика 15 секунд (в среднем 0,7-1 мВ для каждые 5 секунд видео)
--------------	--

Обязательные технические требования к громкости ролика:

Громкость ролика (Loudness)	- 23 (+0.5) LUFS
Максимально допустимый уровень истинных пиков (Maximum Permitted True Peak level)	-3 dbTP

Длительность ролика:

- Непрерываемый – минимум 6 секунд / максимум 30 секунд,
- Пропускаемый – 10 – 60 секунд (Кнопка “Пропустить” появляется с 5-й секунды).

Требования к кодам и пикселям сторонних систем

Для аудита внешними системами принимаются коды:

Пиксели — принимаются счетчики любого верификатора, сертифицированные на промер платформы размещения.

Все коды и пиксели сторонних систем должны работать как по http, так и по https протоколу.

Все ссылки в присылаемых кодах и пикселях не должны содержать жесткого указания протокола и должны начинаться со сдвоенного слеша «//».

Форматы креативов для WEB

Frame-roll

Описание

Формат представляет собой видеоролик до 20 секунд с кнопкой Call-to-action (далее “СТА”) с первой секунды (см. 1.1). При нажатии или автоматически в середине ролика активируется бренд-зона с УТП продукта, направленная на вовлечение и рост знания, а ролик из полноэкранный формата уменьшается в отдельное окно (см. 1.2). В бренд-зоне отображается СТА для перехода на сайт рекламодателя.

Примеры:

Видео: https://drive.google.com/file/d/1j8AA6kOS1iKTK93v5zN0LJ7LCGd47t_S/view

Демо-версия: <https://common-cdn.getshop.tv/vod/demo-stand/demo.html?path=https://da-cdn.getshop.tv/vod/staging/2024-04-tele2-mix/vpaid.js>



Механика формата:

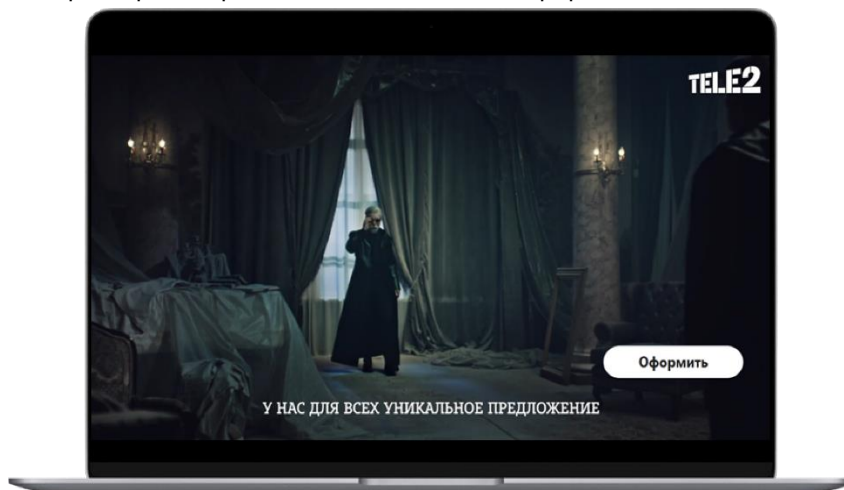
- хронометраж формата: до 20 секунд
- ролик самостоятельно завершить нельзя
- кнопка СТА («Подробнее» или другое слово от клиента) отображается с первой секунды ролика
- бренд-зона активируется при нажатии на СТА или автоматически в середине ролика
- в бренд-зоне размещена кнопка для перехода на сайт рекламодателя, отображаемая до конца ролика
- все кнопки СТА анимированы: меняют размер
- весь креатив кликабельный. В первой части клик открывает бренд-зону, во второй — ведет на сайт
- при переходе на сайт креатив ставится на паузу до возвращения зрителя. Если зритель не возвращается в течение 60 секунд, креатив завершается.

Необходимые материалы для сборки:

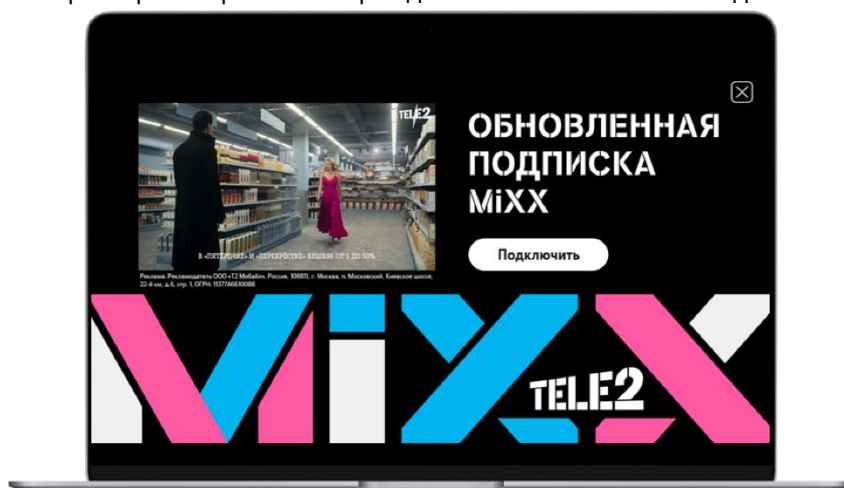
- Видеоролик согласно общим ТТ
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / ai / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты
- Посадочная ссылка
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Текст кнопки (ограничение до 20 символов)
- Текст на бренд-зоне (слоган)
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000



1.1 Пример изображения кнопки СТА «Оформить»



1.2 Пример изображение бренд-зоны и кнопки СТА «Подключить»



Button

Описание

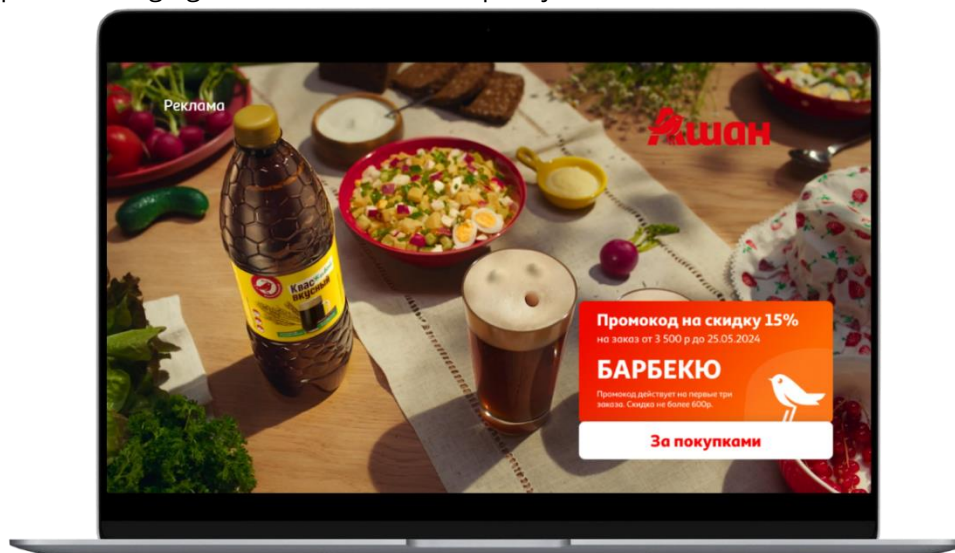
Формат представляет собой видеоролик длительностью до 20 секунд с активной кнопкой СТА с первой секунды. В дополнение к стандартной кнопке, рекламодатель может использовать такие элементы как кнопка, бренд-зона, плашка и пр., которые размещаются на экране с целью усиления вовлечения пользователя в рекламное сообщение. Формат нацелен на повышение вовлеченности и упрощение перехода пользователя на сайт.

Пример:

Видео: <https://drive.google.com/drive/folders/1-Bx70-K9t9VXJGb2OgEYIX4SvfsHqilw>



Демо-версия: <https://common-cdn.getshop.tv/vod/demo-stand/demo.html?path=https://da-cdn.getshop.tv/vod/staging/2024-04-ashan-kvas/vpaid.js&viewMode=blank>
[cdn.getshop.tv/vod/staging/2024-04-ashan-kvas/vpaid.js&viewMode=blank](https://common-cdn.getshop.tv/vod/staging/2024-04-ashan-kvas/vpaid.js&viewMode=blank)



Механика формата:

- хронометраж формата: до 20 секунд
- ролик нельзя самостоятельно завершить
- кнопка СТА («Подробнее» или другое слово от клиента) отображается с первой секунды ролика
- зритель может перейти на сайт по кнопке СТА
- вся зона креатива кликабельна
- при переходе на сайт креатив ставится на паузу на 60 секунд. Если зритель не возвращается за это время, креатив завершается
- креатив завершится также по окончании ролика

Необходимые материалы для сборки:

- Видеоролик согласно общим ТТ
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / ai / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты
- Посадочная ссылка
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Текст кнопки (по умолчанию «Подробнее», ограничение до 20 символов)
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000



Selector

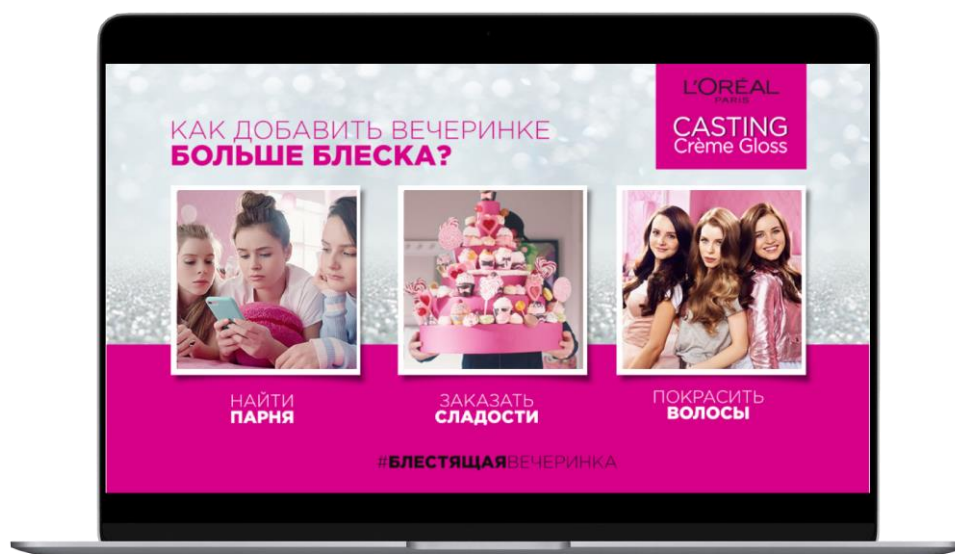
Описание

Формат включает видеоролик до 20 секунд с игровым элементом, где пользователю предлагается выбрать персонажа, ответить на вопрос или выбрать акцию. После завершения ролика активируется экран с выбором элементов, на котором отображается счетчик обратного отсчета и кнопка "Завершить". В формат можно интегрировать линейку продуктов с индивидуальными ссылками на страницы сайта.

Пример:

Видео: <https://drive.google.com/drive/folders/1l6wuoVFgNxZwLgplki-hll5rMDRLq77j>

Демо-версия: <https://common-cdn.getshop.tv/vod/demo-stand/demo.html?path=https://da-cdn.getshop.tv/vod/staging/2024-07-diksi/vpaid.js&viewMode=blank>



Механика формата:

- хронометраж ролика до 20 секунд, экрана с выбором элементов — до 35 секунд
- кнопка СТА («Сделать выбор» или другая фраза от клиента) отображается с первой секунды ролика
- после нажатия на СТА («Сделать выбор» зритель активирует полную версию креатива, и кнопка исчезает. По окончании ролика откроется страница, где зритель может сделать свой выбор и перейти на сайт клиента
- на странице с выбором отображается таймер обратного отсчета на 35 секунд и кнопка «Закрыть». Креатив завершается по истечении времени креатив или с помощью кнопки «Закрыть»
- если зритель сделал выбор и перешел на сайт, креатив завершится по истечении таймера
- возможна интеграция линейки продуктов с индивидуальными переходами на сайт.



Необходимые материалы для сборки:

- Видеоролик согласно общим ТТ
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / ai / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты
- Посадочная ссылка
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Текст кнопки (ограничение до 20 символов)
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000

Extender

Описание

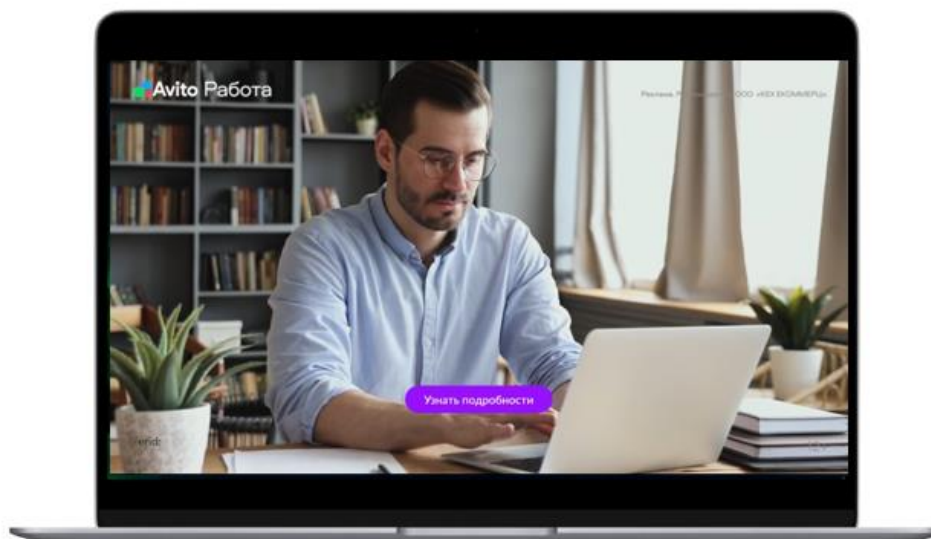
Формат Extender — вариант размещения рекламы, когда первые несколько секунд поверх ролика отображается оверлей с призывом досмотреть ролик до конца.

Затем у пользователя есть 2 варианта дальнейших действий:

1. Не активировать оверлей и увидеть короткий ролик с главным посылом компании, который повторно напомним о необходимости досмотреть ролик;
2. Активировать просмотр целого ролика и посмотреть его до конца. Формат позволяет раскрыть детали продукта и расположить в окне плеера призыв к действию (call to action).

Пример:

<https://disk.yandex.ru/i/7ArDtfFQmhUF3Q>



Механика формата:

- хронометраж ролика от 30 до 60 секунд
- наличие кнопки СТА «Продолжить просмотр» активна с начала ролика до 20 секунд
- наличие кнопки СТА «Перейти на сайт» активна с начала ролика до 60 секунд



- нажатие кнопки СТА «Перейти на сайт» открывает сайт клиента и параллельно активирует полную версию ролика
- если пользователь не активирует кнопку «Продолжить просмотр» в течение 20 секунд, ролик завершается. При активации этой кнопки воспроизводится полная версия ролика
- вся зона креатива кликабельна, клик на видео и кнопку «Перейти на сайт» всегда ведет на сайт клиента, клик на кнопку «Продолжить просмотр» активирует полную версию ролика
- возможность использования дополнительных элементов: бренд-зона, плашки

Необходимые материалы для сборки:

- Видеоролик согласно общим ТТ длительностью от 30 до 60 секунд
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / ai / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты
- При необходимости брендированные элементы ролика (визуалы, стикеры и т.п.)
- Посадочная ссылка
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Текст кнопок (ограничение до 20 символов)
по умолчанию: «Продолжить просмотр», «Перейти на сайт»
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000

Shoppable video с интеграцией фидов

Описание

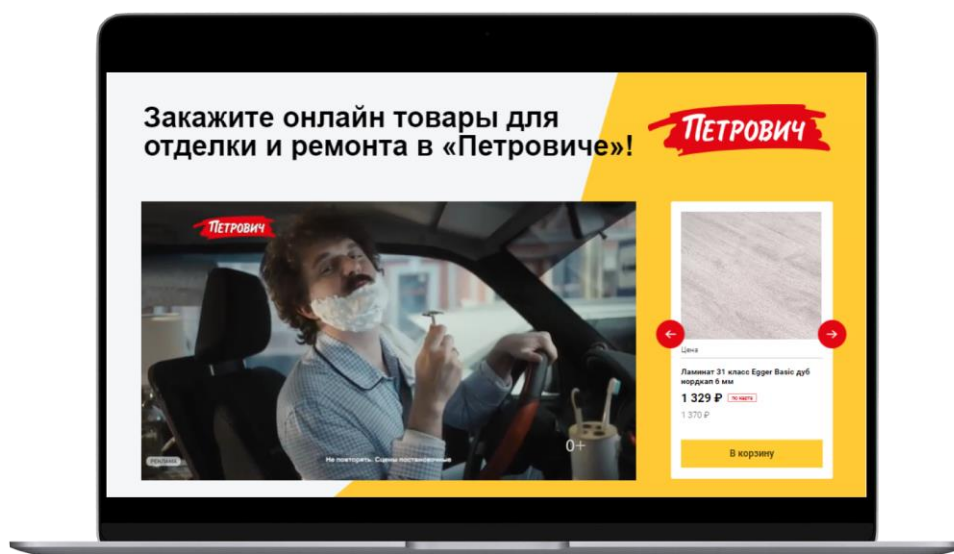
Эта механика показа предпочтительна, когда на сайте регулярно меняется цена товара или динамически зависит от региона. Информацию в карточку подтягивается по фиду, который автоматически обновляется онлайн, таким образом в креативе всегда будет отображаться автоматически актуальная информация.

Сквозное добавление товара в корзину.

Механику можно реализовать, если у клиента имеется внешний скрипт, который позволяет автоматически добавлять товар в корзину на сайте при клике по кнопке в креативе.

Пример:

<https://studio.5visions.com/public/preview/viplus2/12523/f369597088611c8fa4ba14b6bf683e3695f0517d>



Механика с фидами:

- хронометраж ролика: до 20 секунд
- воспроизведение ролика на брендированной подложке с панелью переключения карточек товара
- количество карточек: до 5 штук
- автоматическое переключение карточек каждые 3 секунды
- динамическая актуализация цены и скидки в карточке в момент показа
- подсветка/мигание стрелок управления слайдами для подсказки пользователю
- переход по кнопке на сайт маркетплейса или рекламодателя
- вся зона креатива кликабельна и ведет на сайт клиента, кроме стрелок, с помощью которых можно пролистать карточки товаров
- возможность сделать посадочную единой для всех товаров, а также для каждого товара отдельно

Необходимые материалы для сборки:

- Видеоролик согласно общим ТТ
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Изображение товаров в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты
- Посадочная ссылка (единая или индивидуально для каждой карточки)
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Заголовок и/или текст кнопки (ограничение до 20 символов)
- Текст для карточек (Название, цена и т.п)
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000
- Фиды с товарами, которые необходимо отражать в карточке, с содержанием: картинка, название, цена, ссылка перехода с карточки, id товара, цена со скидкой



(если предполагается отображение скидки в карточках). Допускается фид маркетплейсов (Ozon, Wildberries, Vprok, Детский мир и т.д.) или фид интернет-магазина бренда. Необходимо прислать за 2 недели до старта рекламной кампании

- Формат фида xml или json

Shoppable video без интеграции фидов

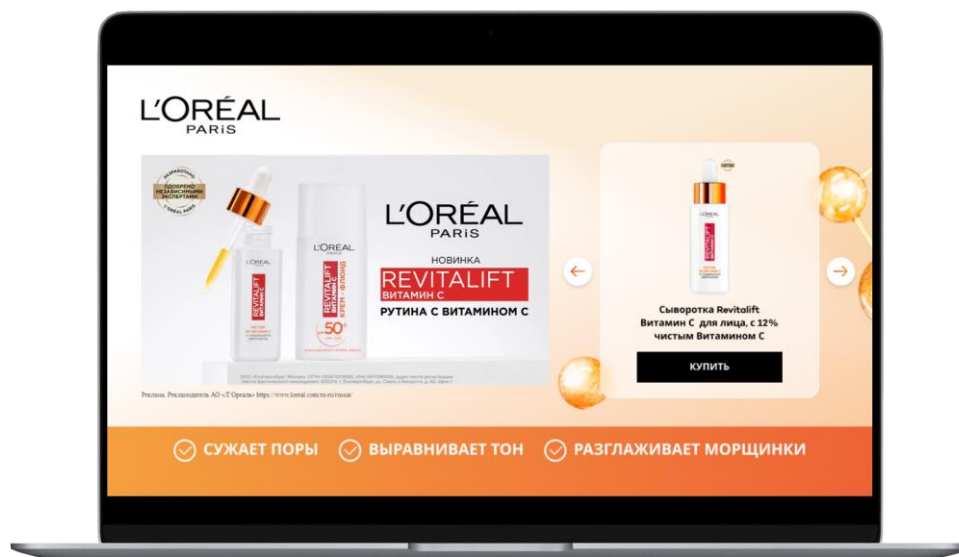
Описание

Без интеграции фидов, с отрисовкой карточек товаров.

Формат выполняет свою задачу побуждать пользователя к покупке — товары выведены в быстрый доступ, пользователь имеет возможность переключать карточки товара, есть кнопка перехода на сайт с привлекательным СТА — мы можем ставить разные кликовые на каждый товар. Особенность только в том, что карточки не автообновляются и при переключении карточек ролик встает на паузу, а не переключается бесшовно как в кастомном варианте.

Пример:

<https://studio.5visions.com/public/preview/viplus2/12523/f369597088611c8fa4ba14b6bf683e3695f0517d>



Механика без фидов:

- хронометраж ролика: до 20 секунд
- воспроизведение ролика на брендированной подложке с панелью переключения карточек товара
- количество карточек: до 5 штук
- автоматическое переключение карточек каждые 3 секунды
- подсветка/мигание стрелок управления слайдами для подсказки пользователю



- переход по кнопке на сайт маркетплейса или рекламодателя
- вся зона креатива кликабельна и ведет на сайт клиента, кроме стрелок, с помощью которых можно пролистать карточки товаров
- возможность сделать посадочную единой для всех товаров, а также для каждого товара отдельно

Необходимые материалы для сборки:

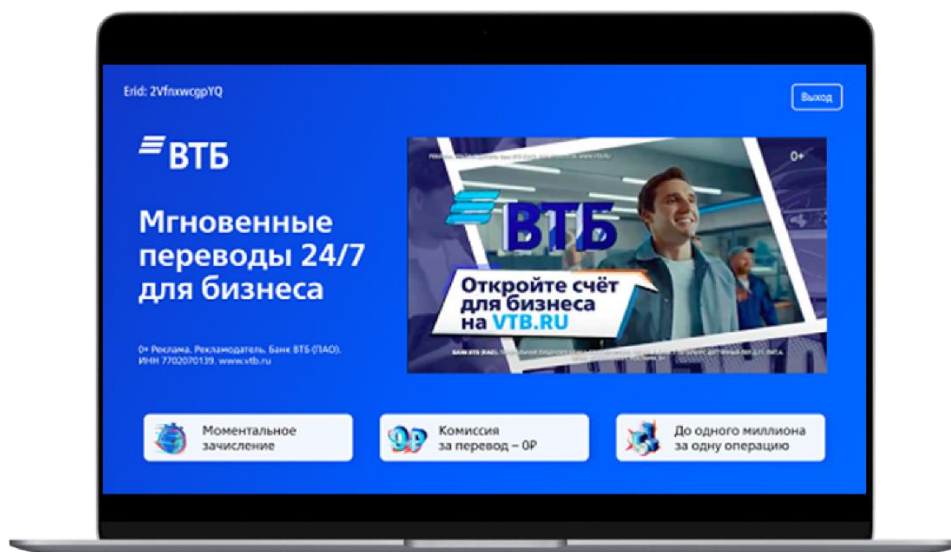
- Видеоролик согласно общим ТТ
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Изображение товаров в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты
- Посадочная ссылка (единая или индивидуально для каждой карточки)
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Заголовок и/или текст кнопки (ограничение до 20 символов)
- Текст для карточек (Название, цена и т.п)
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000

Форматы креативов для Smart

Frame-roll

Формат представляет собой ролик рекламодателя с хронометражем до 20 секунд, с кнопкой СТА с первой секунды. Бренд-зона активируется при нажатии на кнопку или автоматически на середине ролика. В бренд-зоне отображаются уменьшенный плеер, кнопка СТА и QR-код для перехода на сайт рекламодателя. По завершении ролика, если зритель не нажал на кнопку «ок» на пульте, то креатив завершается. Если зритель нажал на кнопку «ок» на пульте, то плеер сворачивается, оставляя бренд-зону на 35 секунд с обратным отсчетом, после чего креатив заканчивается, если пользователь не завершит его раньше. Максимальный хронометраж с учетом бренд-зоны — 55 секунд.

Пример формата: https://drive.google.com/drive/folders/1Haf2G29XATh6e9K_SdrhbIFID7BwnJ9T



Механика формата:

- хронометраж ролика до 20 секунд, хронометраж бренд-зоны —35 секунд
- наличие кнопки СТА (по умолчанию «Подробнее») с 1-й секунды старта ролика
- активация бренд-зоны при нажатии на кнопку СТА либо автоматическая активация на середине (50% хронометража) ролика
- помимо уменьшенного плеера, на бренд-зоне размещаются кнопка QR-код для перехода на сайт рекламодателя, которые отображаются до завершения креатива
- по завершении проигрывания ролика, в плеере появляется стоп-кадр. Появляется счётчик обратного отсчёта на 35 секунд, а также кнопка «Завершить»(или крестик), если пользователь хочет выйти из креатива
- если пользователь не закрывает интерактив самостоятельно через кнопку «Завершить», максимальный хронометраж всего креатива составляет 55 секунд (до 30 секунд для клиентского ролика и 25 секунд задержки на бренд-зоне)
- после сборки финального кода креатива необходимо указать общий хронометраж ролика для корректного заведения рекламной кампании (он будет варьироваться в зависимости от хронометража части ролика)

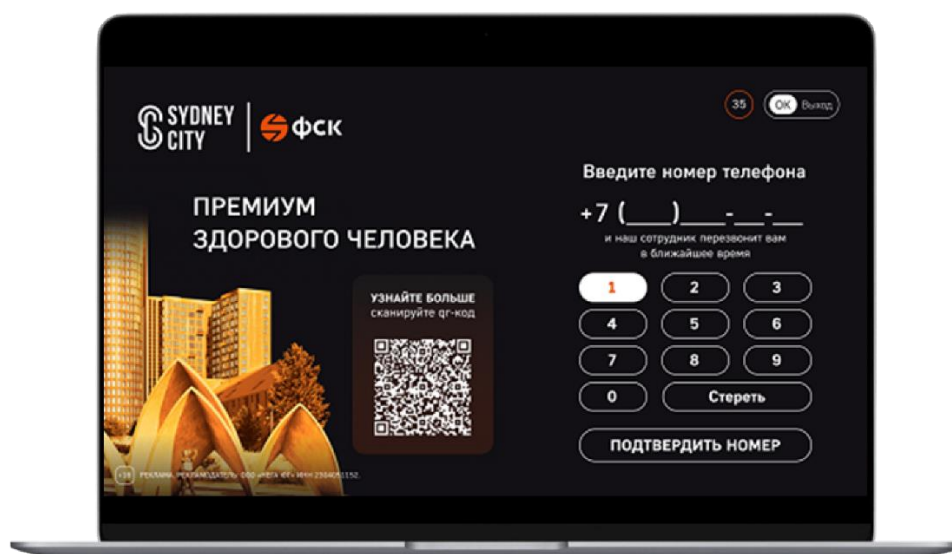
Необходимые материалы для сборки:

- Видеоролик согласно общим ТТ
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / ai / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты
- Посадочная ссылка для QR
- Текст-призыв для перехода по QR-коду
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Текст кнопки (ограничение до 20 символов)
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000



QR + Lead

Формат включает в себя до 20 секунд ролика рекламодателя с QR-кодом и кнопкой СТА («Заказать обратный звонок») с первой секунды. Нажатие кнопки активирует бренд-зону после ролика, где пользователь может ввести номер телефона в форму с помощью ТВ-пульта. Общий эфирный хронометраж креатива с учётом бренд-зоны — 55 секунд.



Механика формата:

- хронометраж ролика до 20 секунд, хронометраж бренд-зоны — 35 секунд
- наличие кнопки СТА (по умолчанию «Заказать обратный звонок») с 1-й секунды старта ролика
- наличие QR-кода в углу экрана с 1-й секунды ролика
- активация бренд-зоны при нажатии на кнопку СТА
- при переходе на бренд-зону ролик не проигрывается, в левой половине экрана расположен СТА, в правой — циферблат для ввода номера телефона
- при активации бренд-зоны появляется счётчик обратного отсчёта на 35 секунд, а также кнопка «Завершить», если пользователь хочет выйти из креатива
- при завершении 35 секунд креатив заканчивается
- передача номеров клиенту осуществляется через google таблицу
- при необходимости сбора контактов клиентом напрямую, обязательна синхронизация наших данных и коллег getads в системе (например, CoMagic)

Необходимые материалы для сборки:

- Видеоролик согласно общим ТТ
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / ai / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты



- Посадочная ссылка для QR
- Текст-призыв для перехода по QR-коду
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Текст кнопки (ограничение до 20 символов)
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000

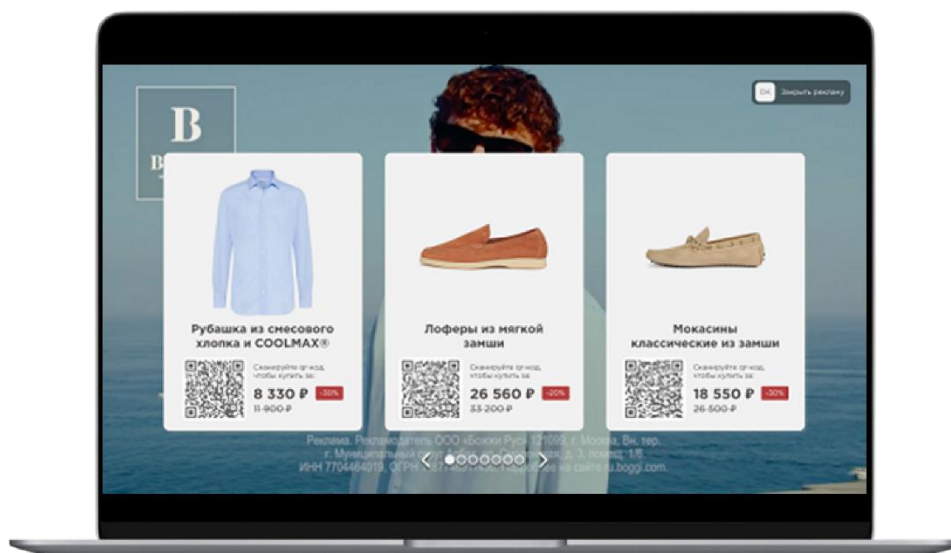
Slide Show Smart TV

Формат представляет собой ролик длительностью до 20 секунд с кнопкой СТА ("Узнать подробнее") и QR-кодом, которые отображаются с первой секунды. Бренд-зона активируется при нажатии на кнопку «ок» на пульте, открывая слайд-шоу, состоящее из максимум 6 слайдов. Пользователь может переключать слайды вручную, либо они сменяются автоматически каждые 7 секунд. Бренд-зона активна в течение 35 секунд, после чего креатив завершается, если пользователь не закроет его раньше.

Пример формата:

Видео: <https://disk.360.yandex.ru/i/zA54qO-xrAqySw>

Демо-версия: <https://da-cdn.getshop.tv/vod/staging/2025-06-da-stv-dreame/vpaid.html>



Механика формата:

- хронометраж ролика до 20 секунд, хронометраж бренд-зоны — 35 секунд
- наличие кнопки СТА (по умолчанию "Узнать подробнее") с 1-й секунды старта ролика
- наличие QR-кода в углу экрана с 1-й секунды ролика
- активация бренд-зоны при нажатии на кнопку СТА
- при активации открывается первый слайд слайд-шоу, подсвечиваются/мигают стрелки управления слайдами, чтобы дать подсказку пользователю



- при активации бренд-зоны появляется счётчик обратного отсчёта на 35 секунд, а также кнопка "Завершить", если пользователь хочет выйти из креатива
- следующие слайды переключаются пользователем или могут переключаться автоматически раз в 7 секунд
- возможна интеграция до 6 слайдов с текстом и картинками

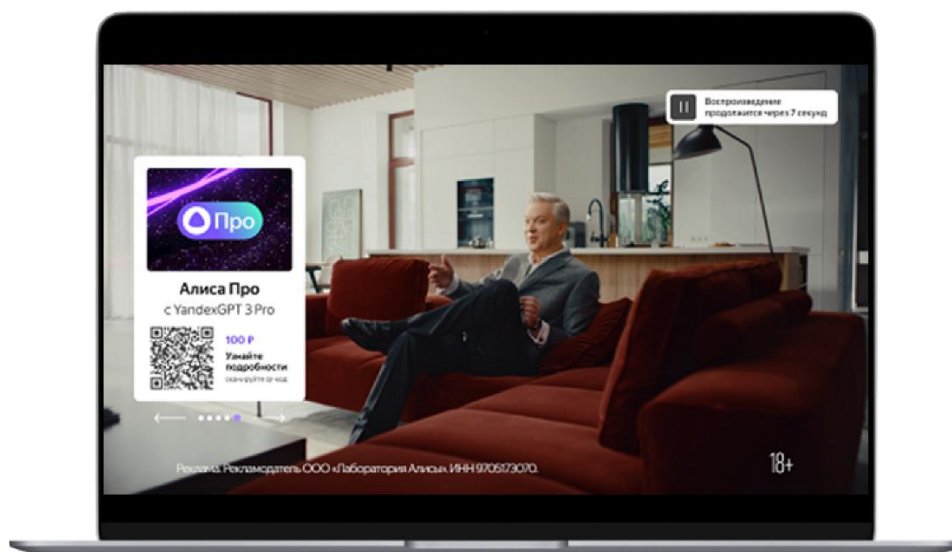
Необходимые материалы для сборки:

- Видеоролик согласно общим ТТ
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / ai / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты
- Посадочная ссылка для QR
- Текст-призыв для перехода по QR-коду
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Текст кнопки (ограничение до 20 символов)
- Изображения в хорошем качестве, которые можно использовать для слайдов
- Текст для слайдов
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000

Shoppable

Форматы линейки Shoppable включают видеоролики длительностью до 20 секунд, воспроизводимые на брендированной подложке с панелью переключения карточек товаров. Также с помощью пульта можно раскрыть карточки и узнать о продукте подробнее. В зависимости от формата, карточки переключаются автоматически или по инициативе пользователя.

Пример формата: <https://disk.yandex.ru/i/Zbld8ntmsa9t6A>



Механика без фидов:

- хронометраж ролика до 20 секунд, бренд-зоны – 35 секунд
- воспроизведение ролика на брендированной подложке с панелью переключения карточек товара
- количество карточек: до 5 штук
- автоматическое переключение карточек каждые 3 секунды
- карточки можно раскрыть и прочитать подробную информацию
- подсветка/мигание стрелок управления слайдами для подсказки пользователю
- переход по QR-коду на сайт маркетплейса или рекламодателя
- возможность сделать QR-код единым для всех товаров, а также для каждого товара отдельно

Необходимые материалы для сборки:

- Видеоролик согласно общим ТТ
- Рекламные макеты в формате .psd / .svg / figma
- Логотип в формате .psd / .svg / ai / figma
- Изображение товаров в формате .psd / .svg / ai / figma
- Фирменные шрифты
- Посадочная ссылка (единая или индивидуально для каждой карточки)
- Пиксели (показ, клик, досмотры, доп верификаторы)
- Заголовок и/или текст кнопки (ограничение до 20 символов)
- Текст для карточек (Название, цена и т.п)
- Цвет графических элементов (кнопка, фон и т.д) в виде HEX #000000