

Руководство пользователя
Программное обеспечение
«Hybrid Console»

Оглавление

Оглавление	2
Введение	4
О платформе «Hybrid Console»	4
Установка и удаление программы	5
Установка и запуск программы	5
Обновление программного обеспечения	5
Остановка и удаление программного обеспечения	5
Работа в ПО «Hybrid Console»	6
Авторизация на платформе	6
Описание интерфейса	8
Пополнение счета	10
Меню личного кабинета	12
Настройки аккаунта	12
Моя команда	13
Лицевой счет	15
Выбор языка интерфейса	16
Выход из личного кабинета	16
Создание рекламодателя	16
Создание рекламной кампании	19
Основные настройки	21
Инвентарь	22
Аудитория	22
Объявления	24
Анализ статистики рекламной кампании	26
Модерация рекламных объявлений	28
Создание заказа	29
Конструктор отчетов	32
Создание автоматизированного правила	33
Создание объявления	38
Создание тематического канала	41

Просмотр прямых сделок	45
Создание аудитории	46
Просмотр данных рынка	49
Создание аудиторного канала	50
Создание интернет-магазина	53
Создание рекламной кампании типа «retail»	56
Решение типовых проблем	60

Введение

О платформе «Hybrid Console»

Программное обеспечение «Hybrid Console» (далее - Платформа «Hybrid Console», платформа, «Hybrid Console») позволяет создавать и оптимизировать рекламные кампании на различных устройствах, а также управлять ими в режиме реального времени.

Для решения задач пользователей ПО «Hybrid Console» предоставляет следующие возможности:

- Регистрация на платформе рекламной кампании.
- Проверка и контроль доступа в кабинет с рекламными кампаниями.
- Анализ статистики рекламной кампании. Рекламный кабинет платформы «Hybrid Console» содержит необходимые метрики для анализа статистики рекламных кампаний.
- Оптимизация рекламных кампаний с помощью встроенных инструментов платформы «Hybrid Console».
- Полная автоматизация расчётов и документооборота – заказчики и исполнители могут взаимодействовать через платформу «Hybrid Console», не прибегая к другим сторонним приложениям. Платформа позволяет выставлять счета, оформлять договора и акты. Все платежи исполнителям также могут проводиться через платформу «Hybrid Console» с автоматическим перечислением денег на указанные реквизиты.

Установка и удаление программы

Установка и запуск программы

Платформа «Hybrid Console» является облачным решением (интернет-сервисом) и не требует установки на локальный компьютер. Для работы платформы требуется актуальная версия любого из основных веб-браузеров: Firefox, Opera, Safari, Google Chrome, Яндекс.Браузер или Microsoft Edge при условии работы в актуальных версиях ОС Windows и MacOS.

Для доступа к платформе откройте любой актуальный браузер и введите адрес <http://портал.консоль-гибрид.рф/> в поисковую строку. Нажмите клавишу **Enter**. Вы попадете на страницу входа.

Обновление программного обеспечения

Обновление платформы на стороне клиента не требуется. Пользователи всегда получают доступ к последней стабильной версии.

Остановка и удаление программного обеспечения

Для остановки программного обеспечения «Hybrid Console» (платформы «Hybrid Console») достаточно закрыть вкладку браузера или браузер полностью. При этом при повторном открытии авторизация не понадобится.

Платформа не создает файлы локально, поэтому удаление не требуется.

Работа в ПО «Hybrid Console»

Авторизация на платформе

Для входа в личный кабинет рекламной кампании на странице входа введите логин и пароль (см. Рисунок 1). После ввода логина и пароля нажмите кнопку «Войти» (см. Рисунок 1).

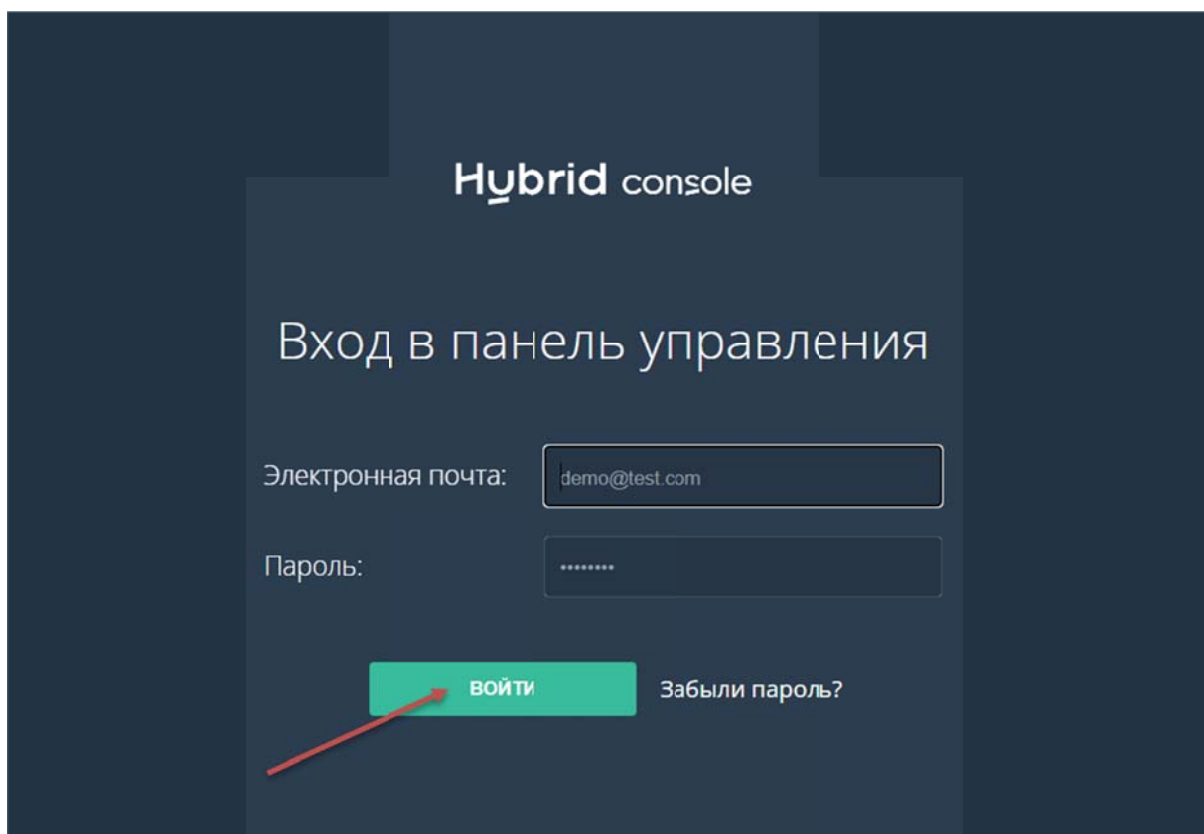


Рисунок 1 – Страница входа в личный кабинет рекламной кампании

После удачной авторизации отображается страница личного кабинета рекламной кампании (см. Рисунок 2).

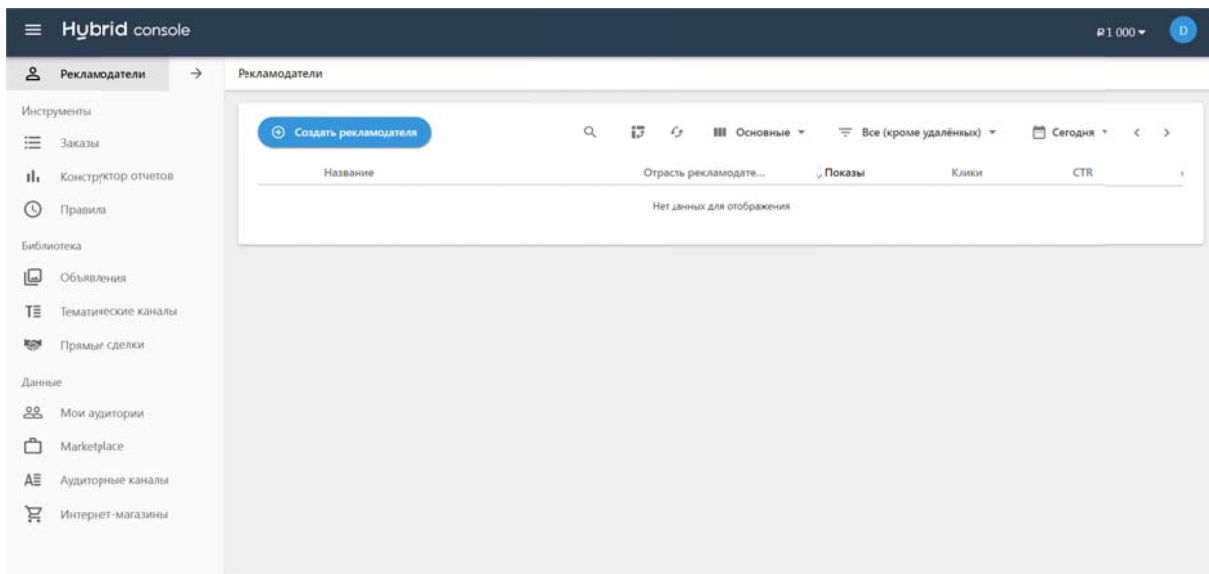


Рисунок 2 – Страница личного кабинета рекламной кампании

При попытке входа в личный кабинет рекламной кампании с неправильным логином или паролем отображается ошибка (см. Рисунок 3).

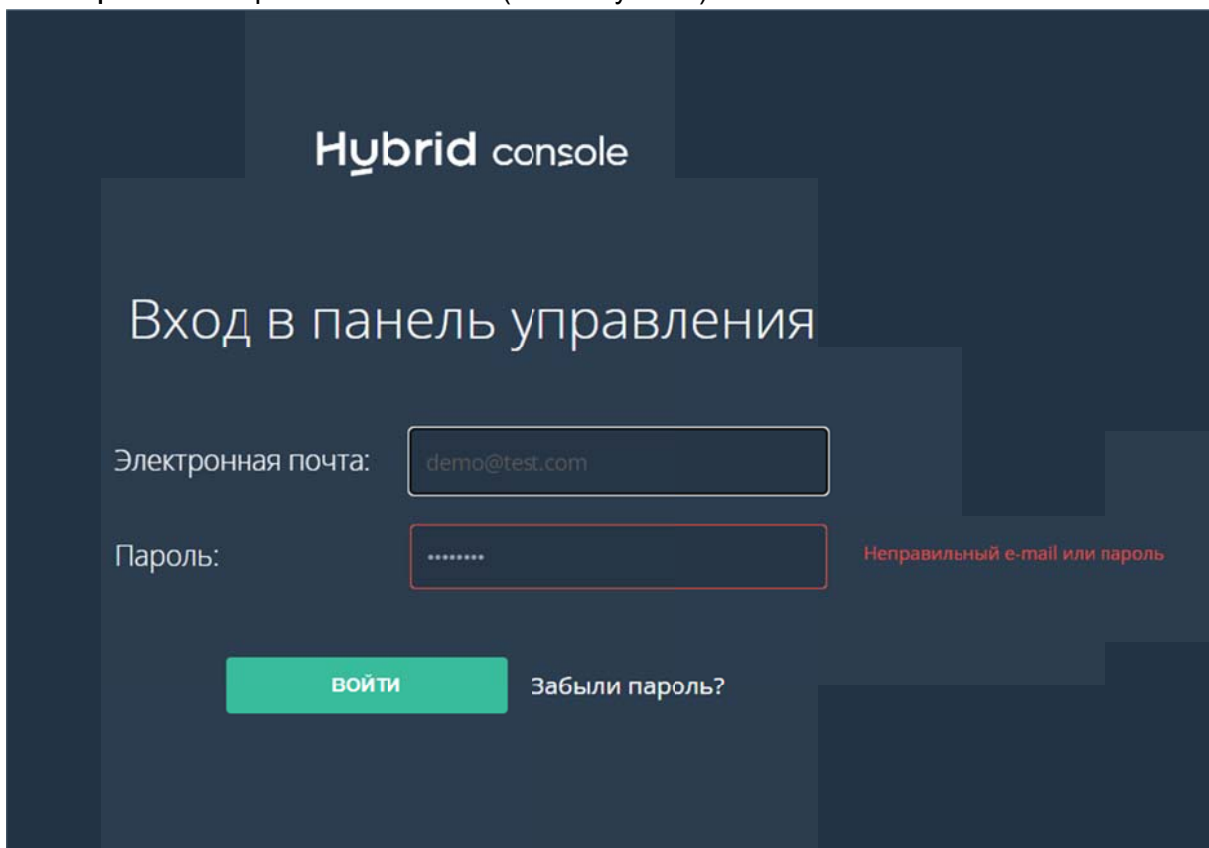


Рисунок 3 – Ошибка неправильного ввода логина или пароля

Если вы не помните свой пароль, то воспользуйтесь кнопкой восстановления пароля «Забыли пароль?».

После нажатия кнопки восстановления пароля отображается страница «Восстановление пароля» (см. Рисунок 4).

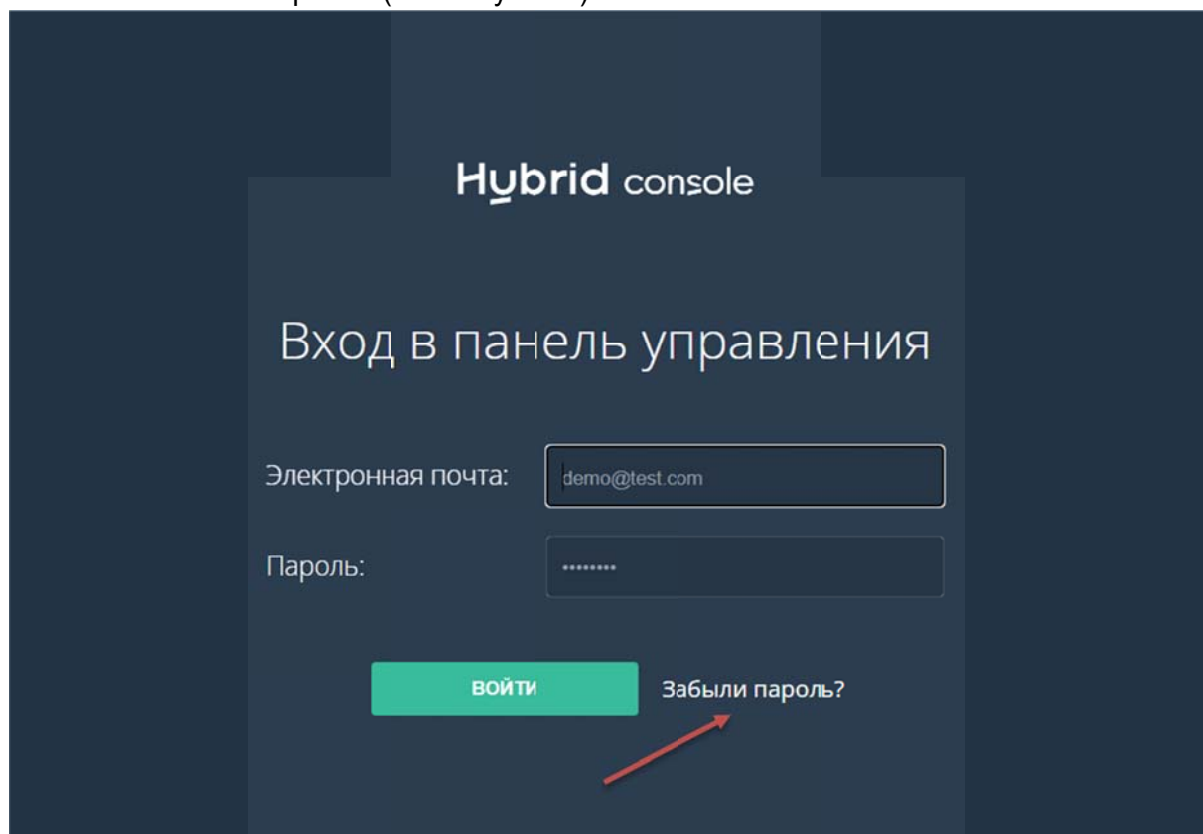


Рисунок 4 – Страница «Восстановление пароля»

Для восстановления пароля укажите email пользователя личного кабинета рекламной кампании и нажмите кнопку восстановления пароля. На указанный email пользователя будет отправлен пароль для входа в личный кабинет рекламной кампании.

После получения пароля для входа в личный кабинет рекламной кампании на указанный email пользователя повторите вход в личный кабинет рекламной кампании.

Описание интерфейса

Интерфейс личного кабинета рекламной кампании интуитивно понятен и удобен для пользователя.

Интерфейс личного кабинета рекламной кампании представлен ниже (см. Рисунок 5).

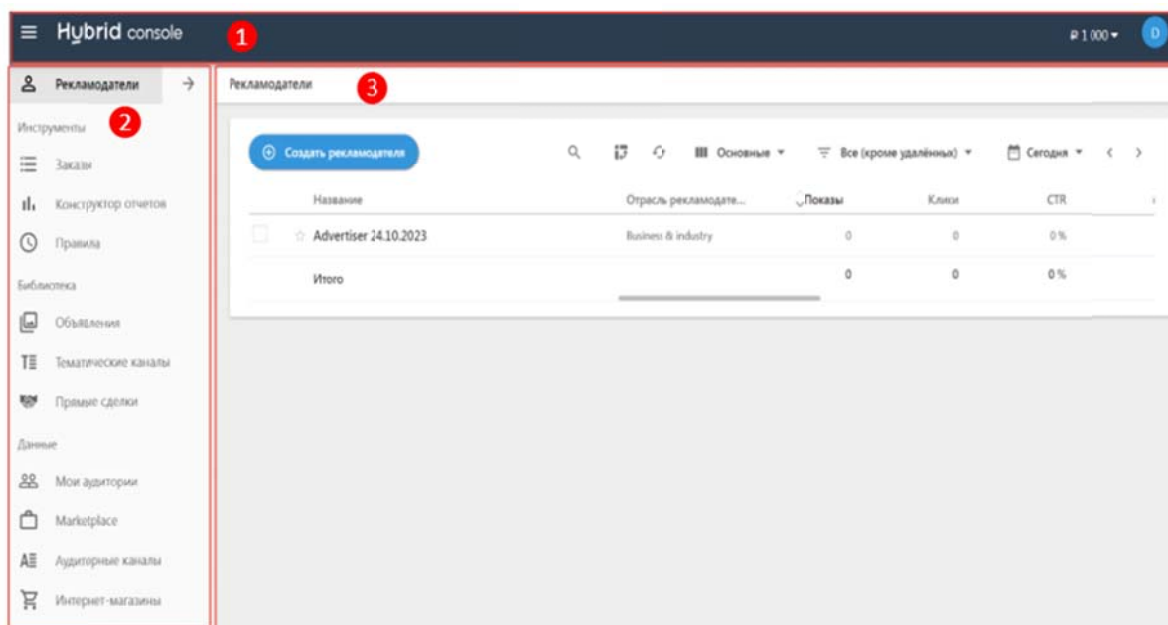


Рисунок 5 – Интерфейс личного кабинета рекламной кампании

Интерфейс поделен на следующие элементы:

- ① – Шапка.
- ② – Боковое меню.
- ③ – Страница раздела.

Функционал личного кабинета рекламной кампании поделен на следующие разделы:

- Раздел «Рекламодатели».
- Раздел «Заказы».
- Раздел «Конструктор отчетов».
- Раздел «Правила».
- Раздел «Объявления».
- Раздел «Тематические каналы».
- Раздел «Прямые сделки».
- Раздел «Мои аудитории».
- Раздел «Marketplace».
- Раздел «Аудиторные каналы».
- Раздел «Интернет-магазины».


Навигация между разделами осуществляется с помощью бокового меню (см. Рисунок 5).

В шапке интерфейса личного кабинета рекламной кампании расположены следующие элементы (см. Рисунок 6):

- ① – кнопка свернуть/развернуть боковое меню.
- ② – кнопка пополнения счета.
- ③ – кнопка меню личного кабинета.



Рисунок 6 – Шапка интерфейса

Для того, чтобы свернуть боковое меню нажмите на кнопку . Боковое меню свернуто (см. Рисунок 7).

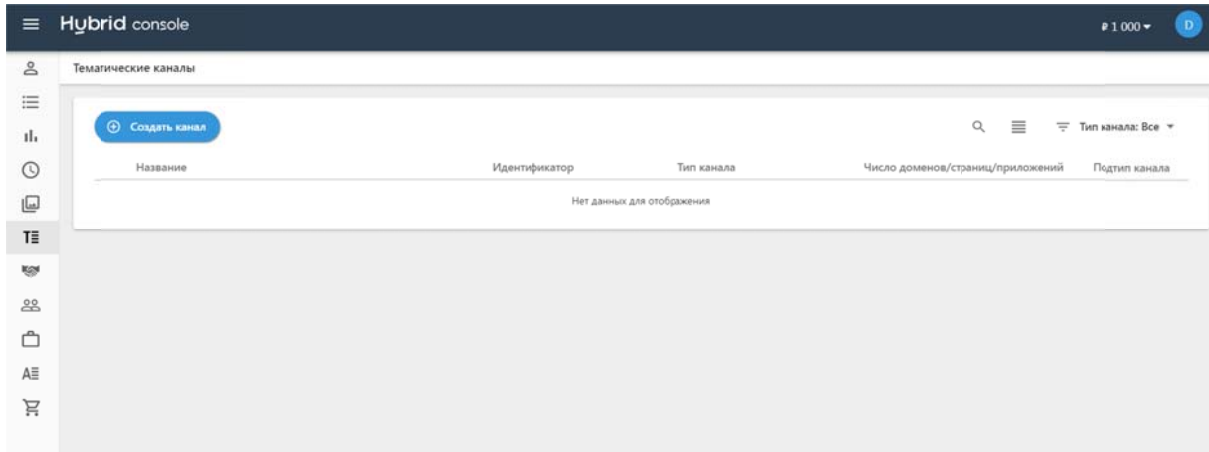



Рисунок 7 – Боковое меню свернуто

Для того, чтобы развернуть боковое меню нажмите на кнопку . Боковое меню развернуто (см. Рисунок 5).

Пополнение счета

Для пополнения счета нажмите кнопку пополнения счета (подробнее см. «Описание интерфейса») и в выпадающем списке выберите «Пополнить счет». Отображается страница пополнения счета (см. Рисунок 8, Рисунок 9).

Billing & Payments
Введите адреса для выставления счетов и данные карты для пополнения.

Для того чтобы пополнить счет, выберите тип платящика, а затем заполните реквизиты (все поля обязательны к заполнению). В дальнейшем вы не сможете самостоятельно изменить тип платящика, однако это можно сделать, обратившись в службу поддержки.

Тип платящика

- Организация
- Индивидуальный предприниматель
- Физическое лицо

Режим налогообложения

- с НДС
- без НДС

Название организации

ООО "Рога и Копыта"

Генеральный директор

Иванов Иван Иванович

Юридический адрес

345000, г.Москва, Кутузовский проспект, д.5

Почтовый адрес

Рисунок 8 – Страница пополнения счета

Название организации

ООО "Рога и Копыта"

Генеральный директор

Иванов Иван Иванович

Юридический адрес

345000, г.Москва, Кутузовский проспект, д.5

Почтовый адрес

345000, г.Москва, Кутузовский проспект, д.5

ОГРН **ИНН** **КПП**

Тринадцатизначное число Десятизначное число Девятизначное число

Банк **P/c**

Название банка Двухзначное число

K/c **БИК**

Двухзначное банка Девятизначное число

Указать данные о доверенности

Сохранить **Отмена**

Рисунок 9 – Страница пополнения счета

На странице пополнения счета заполните информацию о платящике и его реквизиты. После заполнения информации на странице пополнения счета для подтверждения введенной информации нажмите кнопку «Сохранить».

Меню личного кабинета

Для открытия меню личного кабинета нажмите кнопку меню личного кабинета с иконкой названия личного кабинета (см. Рисунок 10).

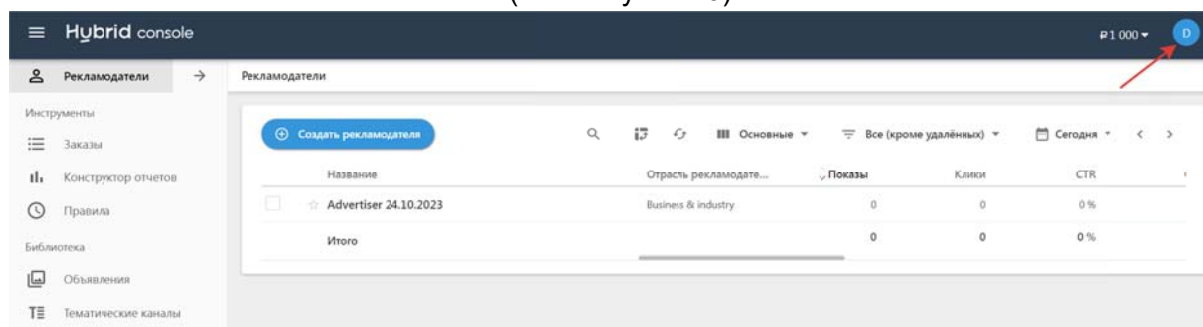


Рисунок 10 – Кнопка меню личного кабинета

После нажатия на кнопку меню личного кабинета отображается меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

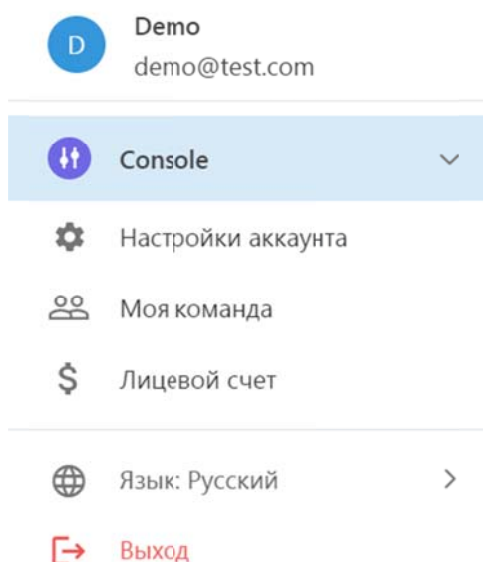


Рисунок 11 – Меню личного кабинета

Настройки аккаунта

Для настройки аккаунта нажмите кнопку «Настройки аккаунта» в меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

Отображается страница «Настройки аккаунта» (см. Рисунок 12).

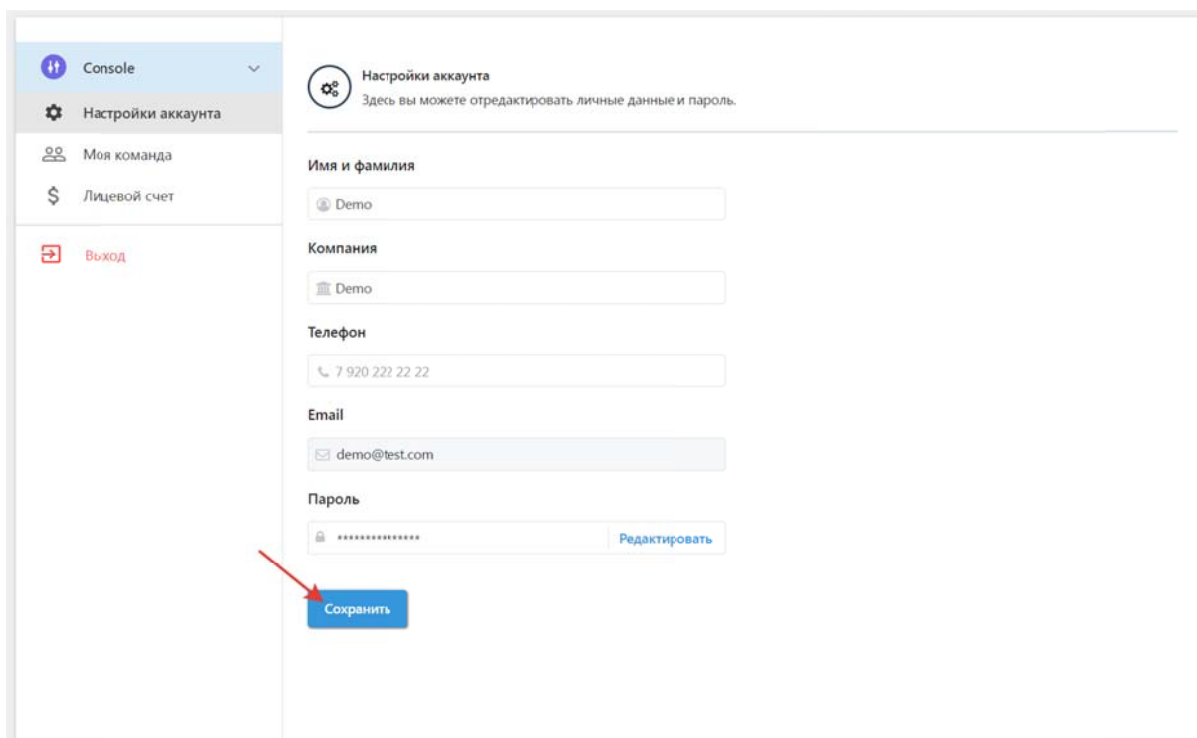


Рисунок 12 – Страница «Настройки аккаунта»

На странице «Настройки аккаунта» заполните необходимую информацию об аккаунте. Для подтверждения введенной информации об аккаунте нажмите кнопку «Сохранить». Введенные данные применяются к аккаунту.

Моя команда

Для просмотра команды рекламной кампании и создания нового аккаунта в команде рекламной кампании нажмите кнопку «Моя команда» в меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

Отображается страница «Моя команда» (см. Рисунок 13).

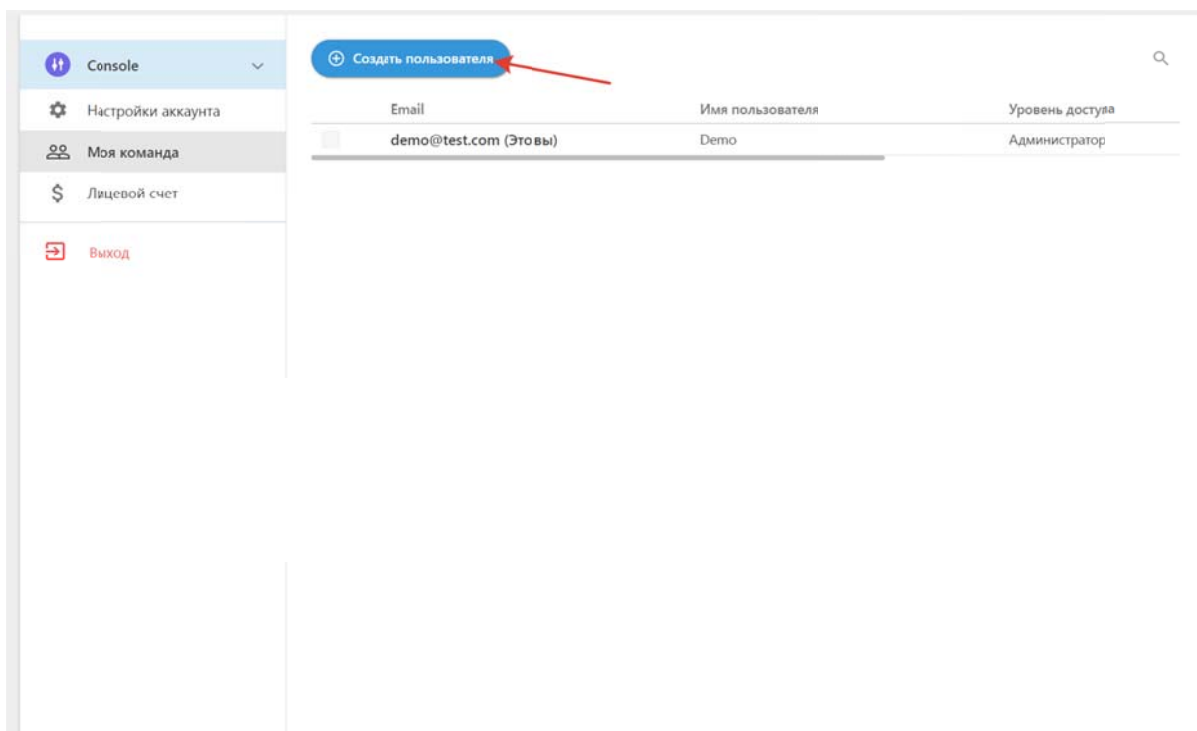


Рисунок 13 – Страница «Моя команда»

На странице «Моя команда» отображаются данные пользователя, который добавлен в команду рекламной кампании.

Для добавления нового пользователя в команду рекламной кампании на странице «Моя команда» нажмите кнопку «Создать пользователя» (см. Рисунок 13).

Отображается страница «Добавление пользователя» (см. Рисунок 14).

Моя команда > Добавление пользователя

Введите email

Укажите email пользователя, которого вы хотите добавить

Уровень доступа

Администратор

Менеджер агентства

Менеджер

Полный доступ к аккаунту рекламного агентства
Пополнение счетов, распределение бюджета рекламодателям, возможность приглашать менеджеров.

Рисунок 14 – Страница «Добавление пользователя»

На странице «Добавление пользователя» укажите email пользователя, которого вы хотите добавить в команду рекламной кампании.

На странице «Добавление пользователя» выберите уровень доступа для пользователя, которого вы хотите добавить в команду рекламной кампании.

Для подтверждения добавления нового пользователя в команду рекламной кампании нажмите кнопку «Создать пользователя» (см. Рисунок 14). Для отмены добавления нового пользователя в команду рекламной кампании нажмите кнопку «Отмена» (см. Рисунок 14).

После подтверждения добавления нового пользователя в команду рекламной кампании новый пользователь отображается на странице «Моя команда».

Лицевой счет

Для просмотра истории операций с лицевым счетом нажмите кнопку «Лицевой счет» в меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

Отображается страница «Лицевой счет» (см. Рисунок 15).

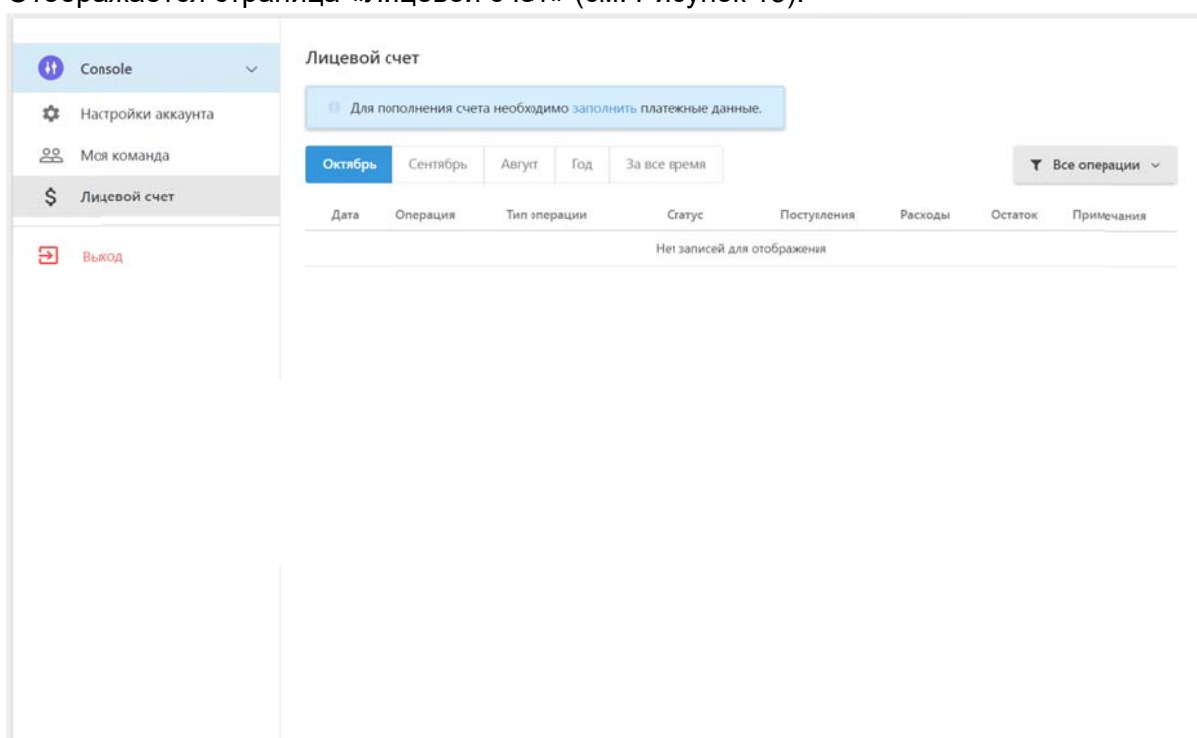


Рисунок 15 – Страница «Лицевой счет»

Для просмотра данных за месяц выберите на странице «Лицевой счет» необходимый месяц, за который необходимо просмотреть историю операций по лицевому счету. Отображаются данные истории операций по лицевому счету за выбранный месяц.

Для просмотра данных за год выберите на странице «Лицевой счет» кнопку «Год». Отображаются данные истории операций по лицевому счету за год.

Для просмотра данных за все время выберите на странице «Лицевой счет» кнопку «За все время». Отображаются данные истории операций по лицевому счету за все время.

Для выбора необходимого фильтра для отображения данных истории операций по лицевому счету нажмите кнопку «Все операции» и из выпадающего списка выберите

необходимый вариант. Данные истории операций по лицевому счету отображаются в соответствии с выбранным фильтром.

Выбор языка интерфейса

Платформа позволяет отображать интерфейс на двух языках: русский и английский. Для выбора языка интерфейса наведите курсор в меню личного кабинета на поле «Язык» (см. Рисунок 11). Отобразится выпадающий список с вариантами «Русский» и «Английский» (см. Рисунок 16). Для отображения интерфейса на английском языке нажмите на вариант «Английский».

Для отображения интерфейса на русском языке нажмите на вариант «Русский».

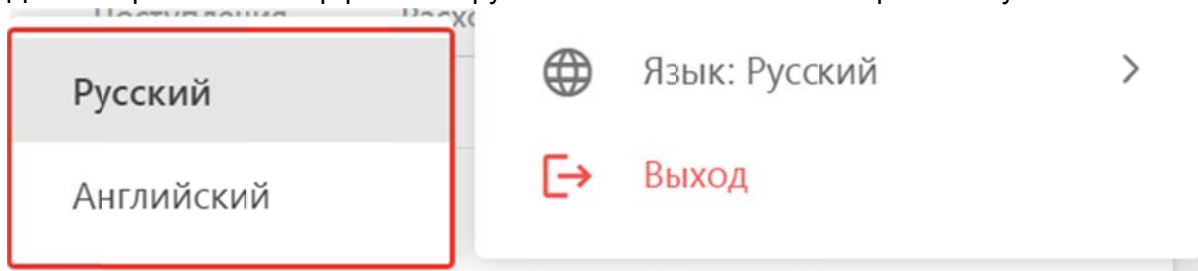


Рисунок 16 – Выпадающий список с вариантами языков интерфейса

Выход из личного кабинета

Для выхода из личного кабинета нажмите кнопку «Выход» в меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

Выполнен выход из личного кабинета рекламной кампании и отображается страница входа на платформу (подробнее см. «Авторизация на платформе»).

Создание рекламодателя

Перед началом создания рекламной кампании в личном кабинете необходимо создать «Рекламодателя». Для этого нажмите кнопку «Создать рекламодателя» (см. Рисунок 17).

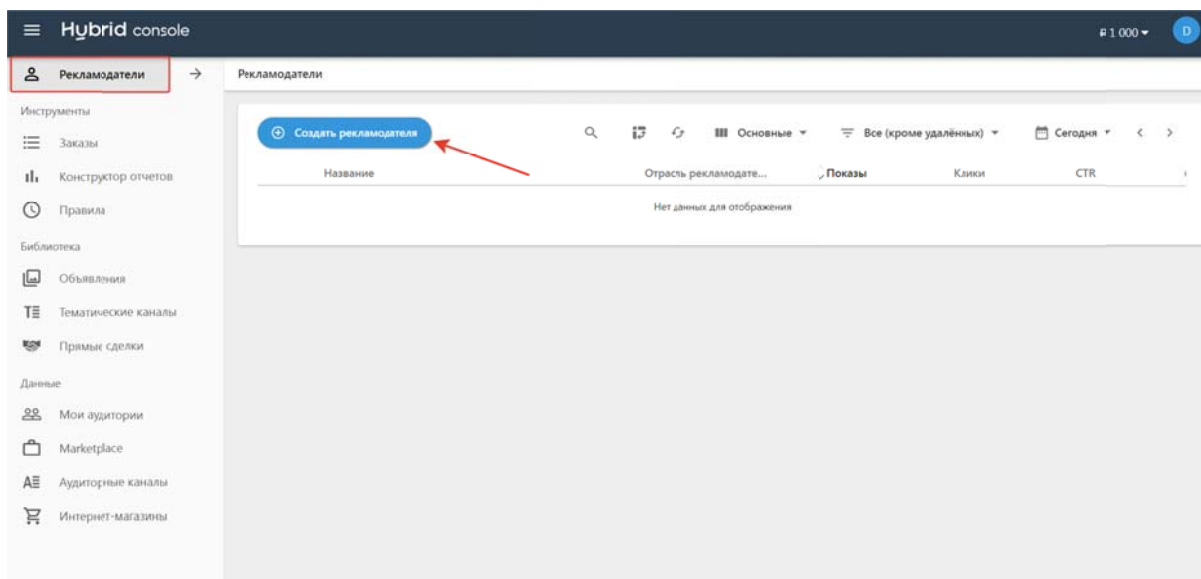


Рисунок 17 – Кнопка «Создать рекламодателя»

Отображается страница «Создание рекламодателя» (см. Рисунок 18). На странице «Создание рекламодателя» внесите краткую информацию о клиенте (название, отрасль) (см. Рисунок 18).

При создании рекламодателя автоматически создается одноименное облако данных, где хранятся все аудиторные сегменты создаваемого рекламодателя. Рекомендуется выбрать вариант «Создать новое облако данных» (см. Рисунок 18).

На странице «Создание рекламодателя» присутствует возможность назначения менеджера, который будет работать с данным рекламодателем (см. Рисунок 18). Для подтверждения создания «Рекламодателя» нажмите кнопку «Создание рекламодателя» (см. Рисунок 18).

Создание рекламодателя

Дайте название
Придумайте название для нового рекламодателя.

Advertiser 24.10.2023

Отрасли рекламодателя
Обязательно заполните это поле для корректной работы протокола OpenRTB.

Business & industry

Выберите облако данных
Вы можете создать новое облако данных (будет иметь такое название как рекламодатель) или выбрать одно из существующих. Обратите внимание, что в после создания рекламодателя изменить облако будет нельзя.



Создать новое облако данных
 Выбрать существующее облако данных

Выберите тип и период учета конверсии

Период учета конверсии (клики) Период учета конверсии (показы)

1 дней 30 дней

Настройте доступ для менеджеров
Добавьте своих коллег к рекламодателю, чтобы дать им возможность создавать, редактировать и просматривать кампании.

Имя	Роль
 Demo	
Выберите менеджеров	

[Просмотр](#)

+ [Предоставьте клиенту доступ по ссылке](#)
+ [Частота \(показы\)](#)

[Создание рекламодателя](#) [Отмена](#)

Рисунок 18 – Страница «Создание рекламодателя»

Созданный рекламодатель отображается в личном кабинете. После создания рекламодателя генерируется ссылка на статистику. По данной ссылке вы можете отправить клиенту отчет по кампании, содержащий метрики, изображенные ниже (см. Рисунок 19).

Impressions	Clicks	Bounce rate	Post-click conversions	Post-view conversions	CTR	Reach	Frequency	Spendings
702	8	0 %	0	0	1,14 %	193	3,64	80,00 р.
702	8	0 %	0	0	1,14 %	193	3,64	80,00 р.

Рисунок 19 – Метрики

Расходы по данной ссылке можно передавать с наценкой рекламного агентства. Это может быть либо фиксированная цена за клик, показ или просмотр, либо % наценки (см. Рисунок 20).

Включите наценку для рекламодателя [Не включать наценку для рекламодателя](#)

Установите желаемую наценку для рекламодателя в процентах.

Процент наценки Фиксированная цена

10 % ▾

Рисунок 20 – Наценкой для рекламодателя

Для показа клиенту расходов в клиентском доступе, включите этот параметр в настройке «Предоставьте клиенту доступ по ссылке» на странице «Создание рекламодателя» (см. Рисунок 21).

Предоставьте клиенту доступ по ссылке [Скрыть настройку](#)

`https://console.hybrid.ai/login/clientstatistic/getStatistic?token=A77BA5B47EA79005EE6C98B086FD01875`

Вы хотите показывать расходы в клиентском доступе?

Рисунок 21 – Настройка показа клиенту расходов в клиентском доступе

Создание рекламной кампании

Для создания рекламной кампании нажмите в личном кабинете на созданного рекламодателя. На отображаемой странице нажмите кнопку «Создать» (см. Рисунок 22).

Advertiser 24.10.2023 ⚙ ℹ 🔄 📄 📅 25 октября - 26 октября 2023 ◀ ▶

ПОКАЗЫ	КЛИКИ	CTR	СРС	СРМ	ОТКАЗЫ	ОХВАТ	РАСХОД ЗА ТРАФИК	РАСХОД ЗА ДАННЫЕ	РАСХОД ЗА АНТИФРО...	ОБЩИЙ РАСХОД
0	0	0 %	р 0	р 0	0 %	0	р 0	р 0	р 0	р 0

[Создать](#) 🔍 🔄 📄 📅 Основные ▾ Все ▾ График ^

▾ Название Суточный лимит Ставка Показы Клики

Нет данных для отображения

Рисунок 22 – Кнопка «Создать»

Из выпадающего списка выбрать «Кампания». Отображается страница «Выбор типа кампании» (см. Рисунок 23). На странице «Выбор типа кампании» выберите тип кампании (см. Рисунок 23).

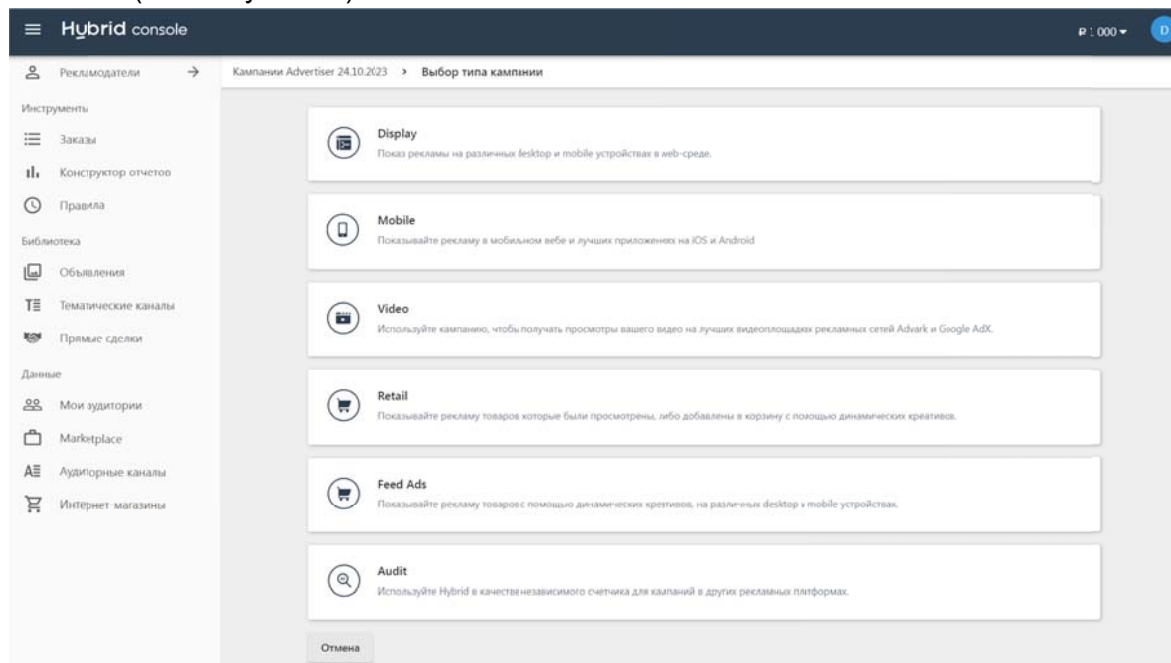


Рисунок 23 – Страница «Выбор типа кампании»

При выборе типа кампании отображается страница настроек создаваемой кампании. Ниже представлен пример отображения страницы настроек для рекламной кампании типа «display» (см. Рисунок 24).

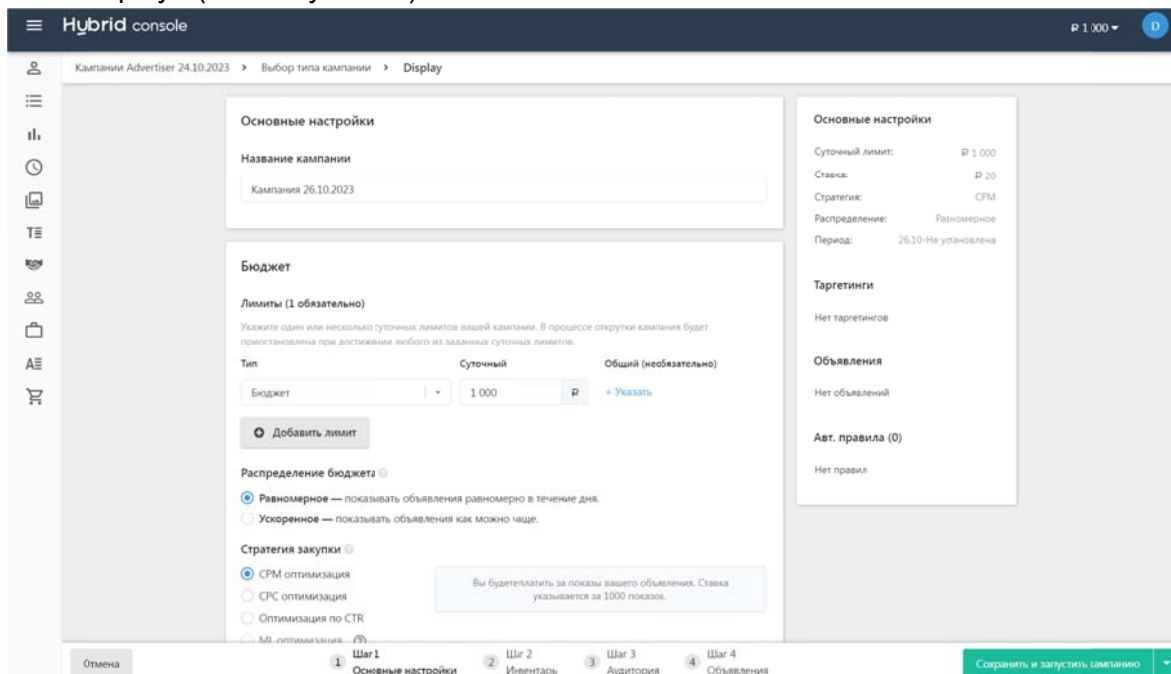


Рисунок 24 – Страницы настроек для рекламной кампании типа «display»

Display рекламная кампания состоит из 4 шагов:

- Основные настройки (бюджет, дни показа, частота и т.д.).
- Инвентарь (выбираем SSP, подключаем white/black листы и т.д.).
- Аудитория (здесь мы можем выбрать нужные аудиторные сегменты, собственные или собранные поставщиками данных).
- Объявления (выбираем баннеры и видео).

Основные настройки

Название кампании. Для начала присвойте название кампании, чтобы её было легко найти в дальнейшем.

Бюджет. Выбор стратегии ведения кампании.

Вы можете ограничить работу кампании лимитами, которые позволят выполнить запланированный объём бюджета/показов/кликов и не выходить за его рамки. Есть дневной лимит, при достижении которого кампания будет автоматически останавливаться до начала следующих суток. Есть общий, который задаётся на весь период проведения рекламной кампании.

Вы можете контролировать распределение запланированных объёмов. Для этого есть настройка распределения бюджета, с возможностью выбора равномерной или ускоренной работы кампании в течение суток.

В настройках присутствует возможность указать время (в соответствии с московским временем) и дни показа рекламы, а также выбрать удобную частоту показов. Рекомендуемая частота – 3-5 раз в сутки, но данный параметр устанавливается индивидуально, в зависимости от формата рекламы и настроек. Частота может быть многоуровневой, например, 4 раза в месяц, но один раз в неделю. Время рассчитывается в часах (см. Рисунок 25).

Частота (показов) (2) ? Не использовать таргетинг по частоте

Показывать объявления не более раз в

На пользователя
 На сайт
 На рекламное место

Показывать объявления не более раз в

На пользователя
 На сайт
 На рекламное место

Рисунок 25 – Частота показов рекламы

Геотаргетинг. Вы можете выбрать город, регион или страну. Если не будет выбрано ни одной позиции, показ рекламы будет совершаться по всему миру.

Дополнительные параметры. Вы можете ограничить показ рекламы за счёт выбора браузера, типа устройства, ОС устройства и ее версии, которой пользуется пользователь.

Остальные параметры:

- Параметр «Погодные условия» – выбор климатических условий (по температуре, осадкам и др.), при которых автоматически будет запускаться рекламная кампания.
- Параметр «Анонимные ресурсы» – исключение из показа площадок, которые по каким-либо причинам не передают на аукцион своё название.
- Параметр «IP» – для таргетирования на отдельный IP-адрес или же на диапазон IP-адресов.
- Параметр «Позиции объявления» – выбор оптимального расположения креатива на площадке.

Инвентарь

Вы можете выбрать, с какими рекламными сетями работать. Нужные SSP можно выбрать галочкой.

IAB категории контента. Выберите для показа рекламы подходящую категорию площадок от международной компании IAB, которая предоставляют подробную классификацию сайтов и приложений в зависимости от их контента (см. Рисунок 26).



Рисунок 26 – IAB категории контента

Тематические каналы. Каналы создаются заранее в разделе «Тематические каналы» через левую панель настроек (подробнее см. «Создание тематического канала»).

Тематики включают в себя несколько инструментов:

- Сайты и приложения – возможность сформировать для себя White List (таргетинг на площадки, которые вы хотите использовать для размещения) или Black List (исключение из показа сайтов).
- Ключевые слова – таргетинг на площадки, на которых встречаются слова/фразы, заданные вами заранее.
- Глобальный чёрный список – здесь можно создать BL, который не нужно будет добавлять в каждую кампанию, он будет распространяться на все РК, которые будут созданы в аккаунте.

Аудитория

Вы можете работать с различным типом аудиторий в зависимости от источника:

- Аудитории от поставщиков данных.
- Аудиторные каналы.
- Собственные аудитории.

Поставщики данных. Мы сотрудничаем с такими поставщиками, как Aidata, 1DMC, Soloway, On Audience, Digiseg. За такие данные будет сниматься дополнительная стоимость (указана рядом с каждым сегментом). Оплата за сегменты будет прибавляться к CPM.

Вы можете выбрать подходящие сегменты из списка, затем нажать «создать как новую группу». Группы аудиторий между собой можно пересекать по принципу И/ИЛИ (см. Рисунок 27).

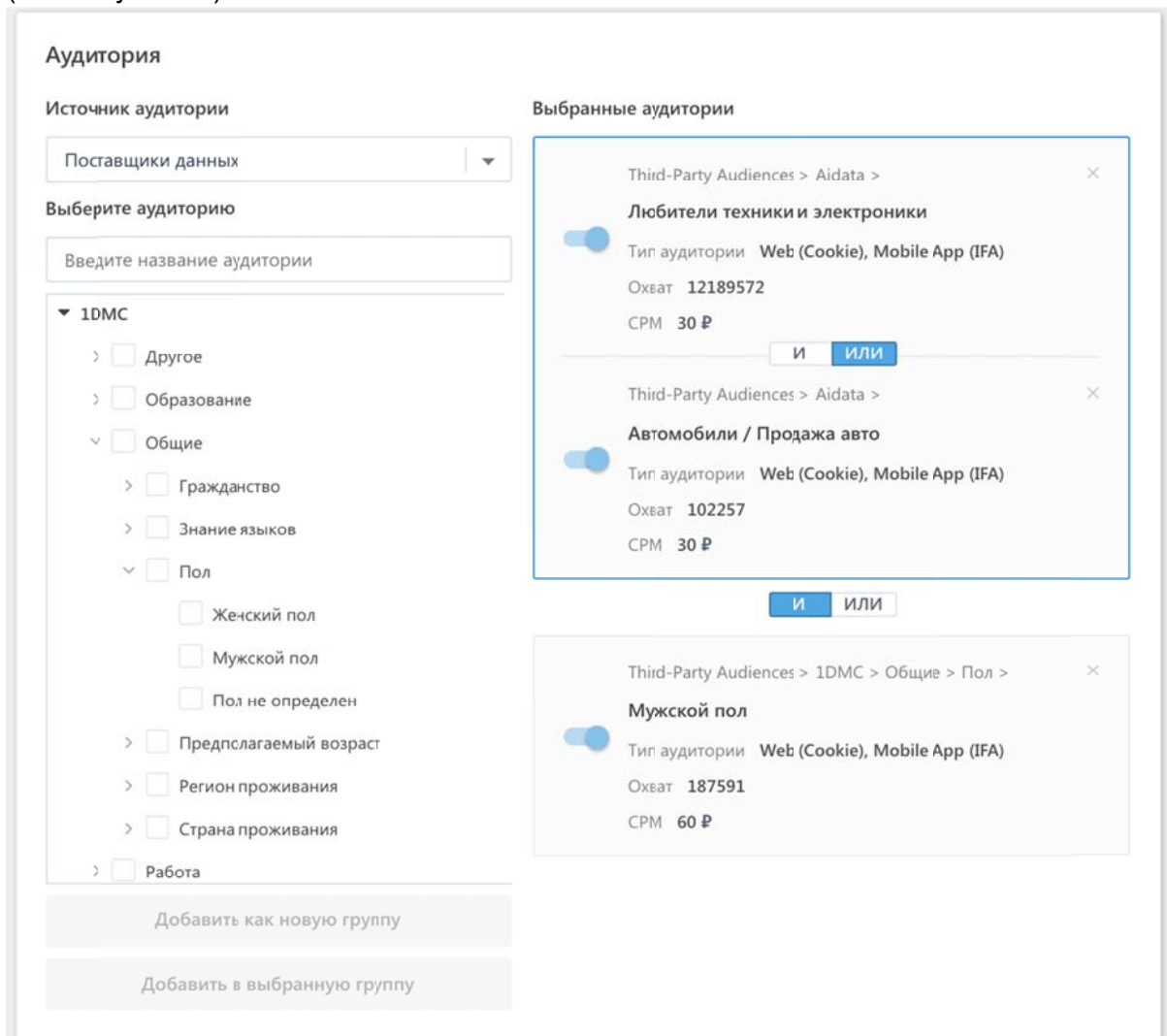


Рисунок 27 – Группы аудиторий

Для того чтобы скрыть аудиторию из показа, передвиньте ползунок около сегмента в положение «выкл» (см. Рисунок 28).

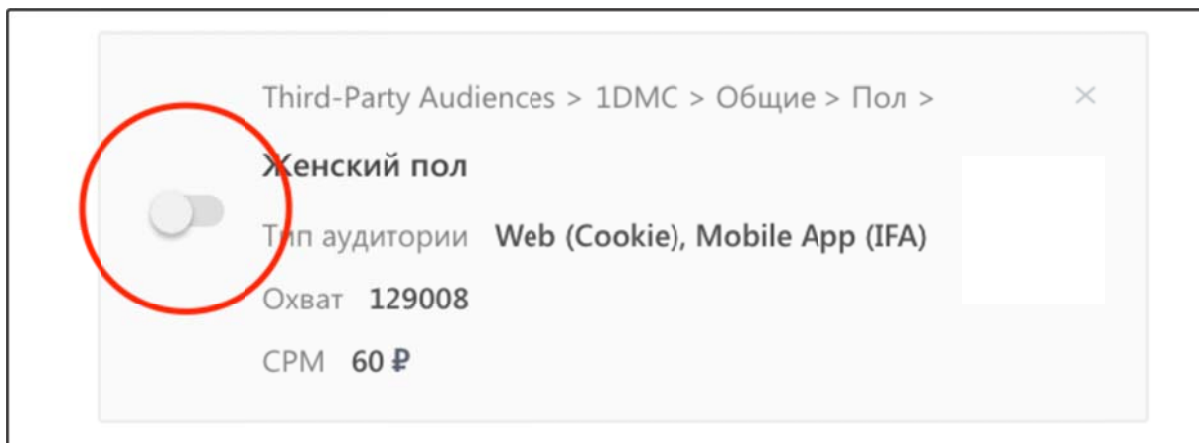


Рисунок 28 – Скрытие аудитории из показа

Аудиторные каналы и мои аудитории. Аудитории создаются заранее через левую панель настроек (подробнее см. «Создание аудитории»).

Объявления

На последнем шаге создания рекламной кампании добавляется url-адрес целевой страницы и прописываются utm-метки, которые вы можете оставить по умолчанию или прописать вручную (см. Рисунок 29).

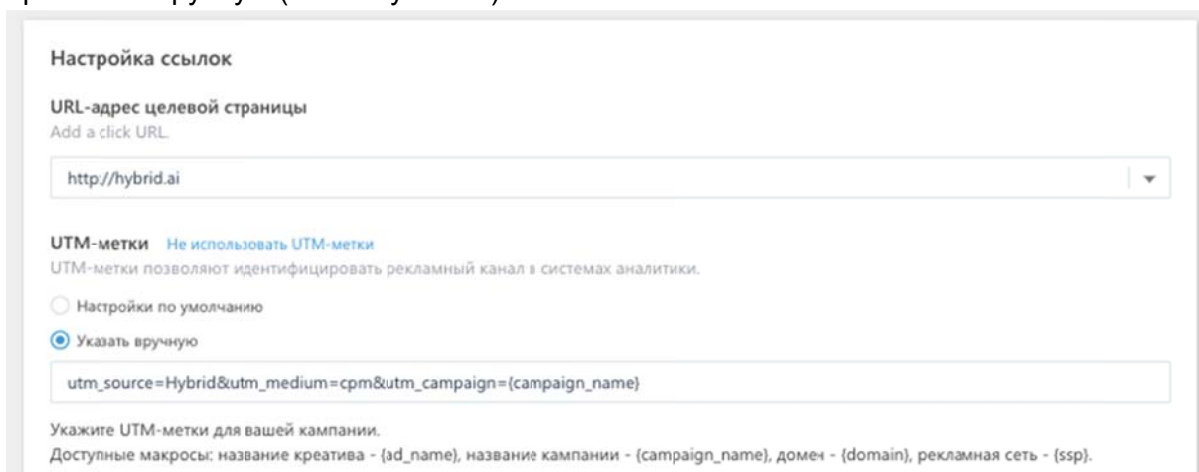


Рисунок 29 – Добавление url-адреса и utm-метки

Счетчик показов сторонних систем. Вы можете добавить счетчик на показ сторонних систем. Эти счетчики будут действовать для всех рекламных объявлений, используемых в данной кампании (см. Рисунок 30).

Добавить счетчик показов сторонних систем [Удалить](#)
 Укажите ссылку на счетчики AdRiver, AdFox, Gemius и т.д.

URL



URL

URL

+ Добавить счетчик показов

Рисунок 30 – Счетчик показов сторонних систем


Вы можете создать новое объявление (не выходя из настроек кампании), при этом функционал сохраняется полностью, как и при загрузке вашего креатива из Библиотеки объявлений в разделе «Объявления» (подробнее см. «Создание объявления») или можете выбрать уже загруженные ранее объявления и просто добавить их в кампанию.

Вы можете выбрать способ отображения креативов в виде картинок или списка с помощью кнопок  или  соответственно.

Вы можете добавить ссылку на показ для каждого отдельного объявления, которая будет работать исключительно для данного креатива (см. Рисунок 31).

Объявления

[Создать новое объявление](#) [Выбрать из библиотеки объявлений](#)

Добавленные объявления (2) [Удалить все](#) 

Тип	Название	URL целевой страницы	createcampaigns.analyt_sys_title
<input type="checkbox"/> HTML5 300x250	1	<input type="text" value="http://hybrid.a"/>	+ Счетчик показов
<input type="checkbox"/> Native Native	достависта_.jpg	<input type="text" value="http://hybrid.a"/>	+ Счетчик показов

Рисунок 31 – Добавления ссылки на показ объявления

После создания кампании вы можете сохранить кампанию как черновик (и вернуться к настройкам позже) или нажать кнопку «Сохранить и запустить кампанию», после чего она отправится на модерацию.

Созданная рекламная кампания отображается в личном кабинете в разделе «Рекламодатели» на странице выбранного рекламодателя.

Анализ статистики рекламной кампании

Анализ статистики рекламной кампании позволяет вовремя вносить коррективы и добиваться от кампании большей эффективности. В личном кабинете рекламной кампании для этого есть все необходимые метрики.

Ниже приведено краткое описание основных метрик, которые доступны в личном кабинете рекламной кампании:

- Показы — количество показов вашего объявления. В некоторых случаях пользователь может не увидеть объявление (например, если оно находится в конце страницы), тем не менее показ будет засчитан.
- Просмотры — количество реально просмотренных объявлений. Просмотр засчитывается в том случае, если минимум 50% объявления было в поле зрения пользователя не менее одной секунды.
- Ставки — количество сделанных в аукционе ставок за право показа рекламного объявления пользователю.
- Клики — количество кликов (нажатий) на объявление.
- Конверсии (настраиваются дополнительно) — количество целевых действий, выполненных на сайте (заполнение формы, совершение покупки и т.д.).
- Отказы — процент пользователей, которые перешли на сайт по рекламе, но провели на нём менее 15 секунд или посмотрели не более 1 страницы.
- Охват — количество уникальных пользователей, которым была показана реклама за определённый период проведения рекламной кампании.
- Частота — частота показов объявления одному пользователю (в сутки).
- Общий расход — сумма средств, израсходованных за всё время проведения кампании.
- CTR — процентное соотношение количества кликов по объявлению к количеству показов.
- CPM — средняя стоимость тысячи показов объявления.
- CPC — средняя стоимость одного клика по объявлению.
- Viewability — процентное соотношение просмотров объявления к показам.

Для настройки отображения метрик в общей таблице статистики в личном кабинете рекламной кампании нажмите на кнопку «Основные». В выпадающем списке нажмите кнопку «Настроить» (см. Рисунок 32).

Hybrid ⚙ 🕒 📄 ₽ 4 93812 📅 Прошлый месяц ◀ ▶

ПОКАЗЫ 57 913 КЛИКИ 112 CTR 0.19 % CPC ₽ 25.39 CPM ₽ 49.1 OXBAT 50 658 РАСХОД ЗА ТРАФИК ₽ 2 843.77 РАСХОД ЗА ДАННЫЕ ₽ 0 РАСХОД В АНТИФРОД... ₽ 0 РАСХОД ЗА АНТИФРОД... ₽ 0 ОБЩИЙ РАСХОД ₽ 2 843.77

➕ Создать 🔍 🔄 📄 ☰ Основные ⌵ ☰ Все ⌵ 📊 График ⌵

Название	Суточный лимит	Ставка	Показы	Клики	CTR	CPM	Отказы
> Новая группа кампаний	<input checked="" type="checkbox"/>		49 821	112	1.22 %	₽ 27.55	0 %
> Новая группа кампаний			0	0	0 %	₽ 0	0 %
> W			0	0	0 %	₽ 0	0 %
> лпирцклоар			0	0	0 %	₽ 0	0 %
> Новая группа кампаний			0	0	0 %	₽ 0	0 %
> Новая группа кампаний			0	0	0 %	₽ 0	0 %
> Новая группа кампаний			0	0	0 %	₽ 0	0 %
> Video TestTV	₽ 0 / 1 000	₽ 200	8 052	0	0 %	₽ 181.82	0 %
> Display Кампания 25.04.20...	₽ 0 / 17 800	₽ 40	0	0	0 %	₽ 0	0 %
> Mobile test one.co	₽ 0 / 1 000	₽ 8	0	0	0 %	₽ 0	0 %
Итого по кампаниям			57 913	112	0.19 %	₽ 49.1	0 %

Рисунок 32 – Кнопка «Настроить»

Отображается страница «Настройка колонок» (см. Рисунок 33).

Настройка колонок ✕

Основные

Результативность

Видео

Приложения

Hybrid Canvas

Настройки

Google

Adloox

Event Statistics

Creative

Yandex

Сбросить настройки

Отмена Применить

Выбранные колонки: 18 (осталось: 0)

Суточный лимит

Ставка

Ставки ✕

Показы ✕

Охват ✕

Клики ✕

CTR ✕

CPC ✕

CPM ✕

Отказы ✕

Расход за трафик ✕

Основные

Ставки

Показы

Клики

Расход за трафик

Расход за данные

Расход за антифрод (pre-bid)

Расход за антифрод (post-bid)

Общий расход

Доставка

Результативность

Viewability

CPC

CPM

Рисунок 33 – Страница «Настройка колонок»

После выбора колонки нажмите кнопку «Применить». Для отмены нажмите кнопку «Отменить». Для сброса выбранных колонок нажмите кнопку «Сбросить настройки» (см. Рисунок 33).

Модерация рекламных объявлений

После создания и запуска рекламной кампании внесенная информация должна пройти модерацию.

Если вы хотите узнать статус модерации креатива, вам нужно зайти в статистику кампании, раздел «Объявления» (см. Рисунок 34).

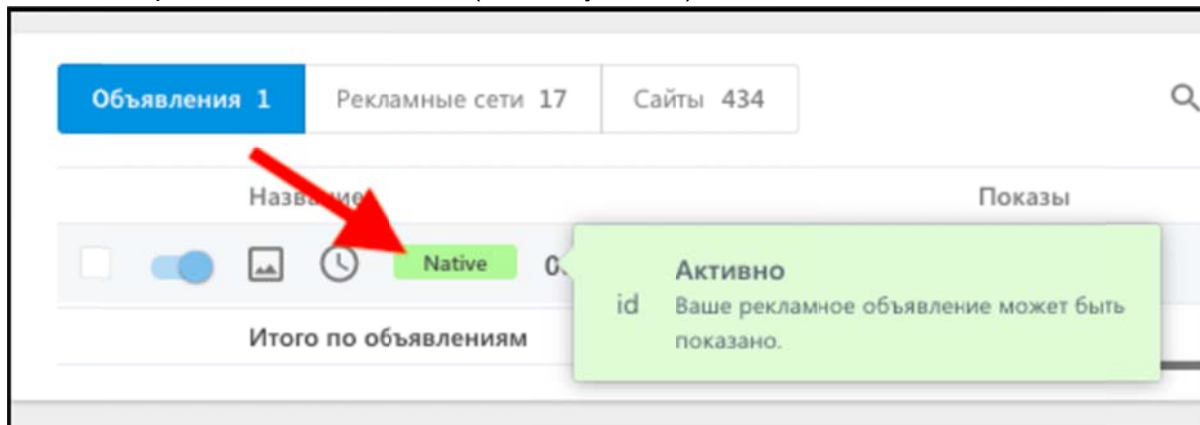


Рисунок 34 – Статус модерации объявления

Рядом с названием каждого объявления расположен статус модерации (см Рисунок 34):

- зеленый цвет – объявление активно и может быть показано.
- серый цвет – объявление находится на модерации.

Для того чтобы увидеть подробную информацию о статусе модерации, наведите курсор на значок с форматом креатива (см. Рисунок 34).

Нажмите на иконку с часами, чтобы увидеть статус модерации по каждой SSP, а также причины отклонения креатива (см. Рисунок 35).

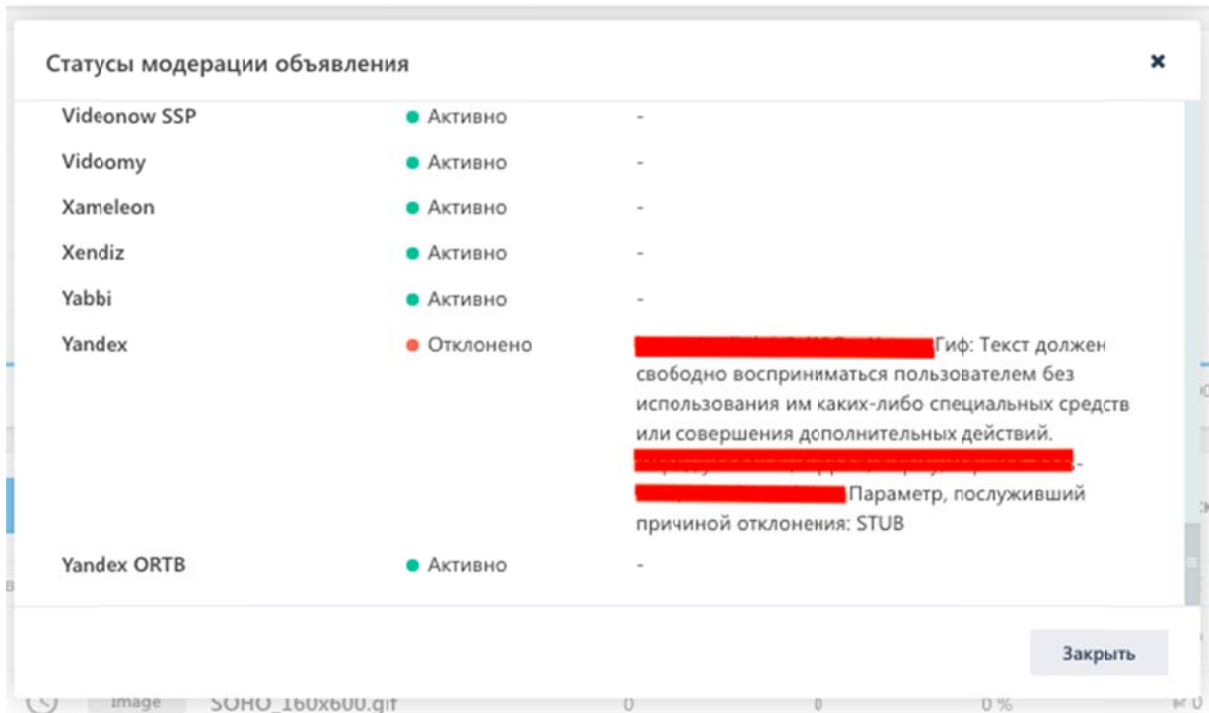


Рисунок 35 – Подробная информация о статусе модерации

Существуют следующие статусы показа рекламной кампании (см. Рисунок 36):

- зеленый – ваша кампания активна.
- серый – кампания находится на рассмотрении.
- красный – кампания выключена.
- оранжевый – кампания сохранена как черновик.

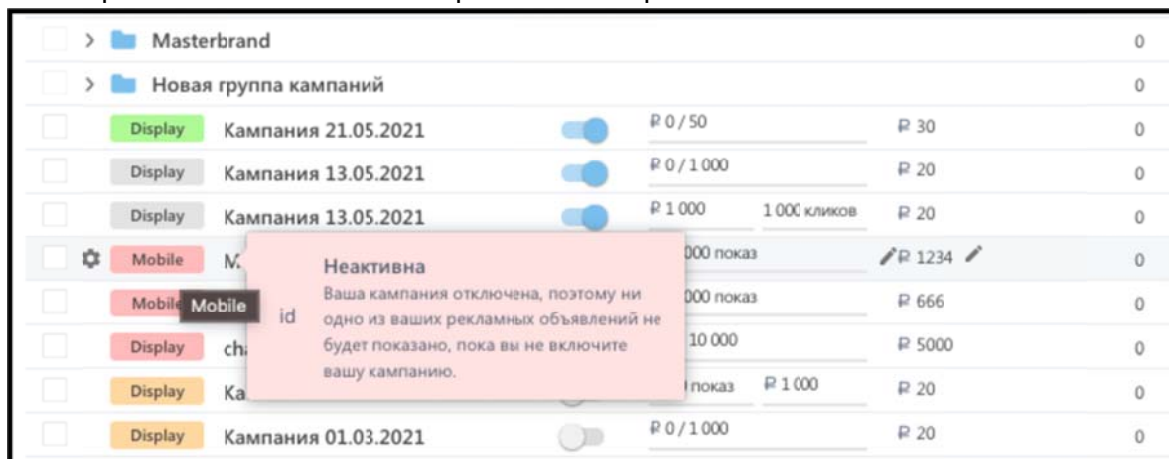


Рисунок 36 – Статусы показа рекламной кампании

Создание заказа

Для создания заказа нажмите кнопку «Создать заказ» в разделе «Заказы» (см. Рисунок 37).

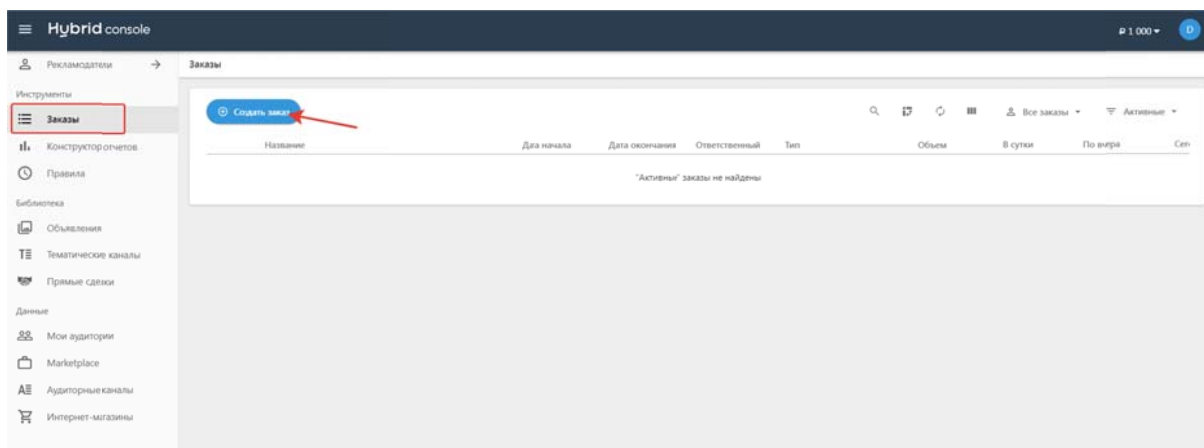


Рисунок 37 – Кнопка «Создать заказ»

Отображается страница «Создание заказа» (см. Рисунок 38). На странице «Создание заказа» внесите краткую информацию о заказе, выберите формат рекламы и рекламодателя (см. Рисунок 38). После заполнения информации на странице «Создание заказа» нажмите кнопку «Создать заказ» (см. Рисунок 38).

Созданный заказ отображается в личном кабинете в разделе «Заказы».

Название заказа
Введите название заказа

Insertion Order
Insertion Order

Ответственный
Demo (demo@test.com)

Период размещения
26 октября 2023

Продажная стоимость без НДС
Продажная стоимость без НДС

Метрика
Метрика

Объем
Объем

Тип цели
Тип цели не выбран

Значение цели
Значение цели

[+ Добавить цель](#)

Формат рекламы
Выберите формат рекламы

Рекламодатель

Нет данных для отображения

Создать заказ **Отмена**

Рисунок 38 – Страница «Создание заказа»

Конструктор отчетов

Конструктор отчетов предназначен для формирования базовых и детальных отчетов по рекламодателю.

Для формирования базового отчета перейдите в раздел «Конструктор отчетов» и на странице «Базовые отчеты» выберите необходимые параметры (см. Рисунок 39).

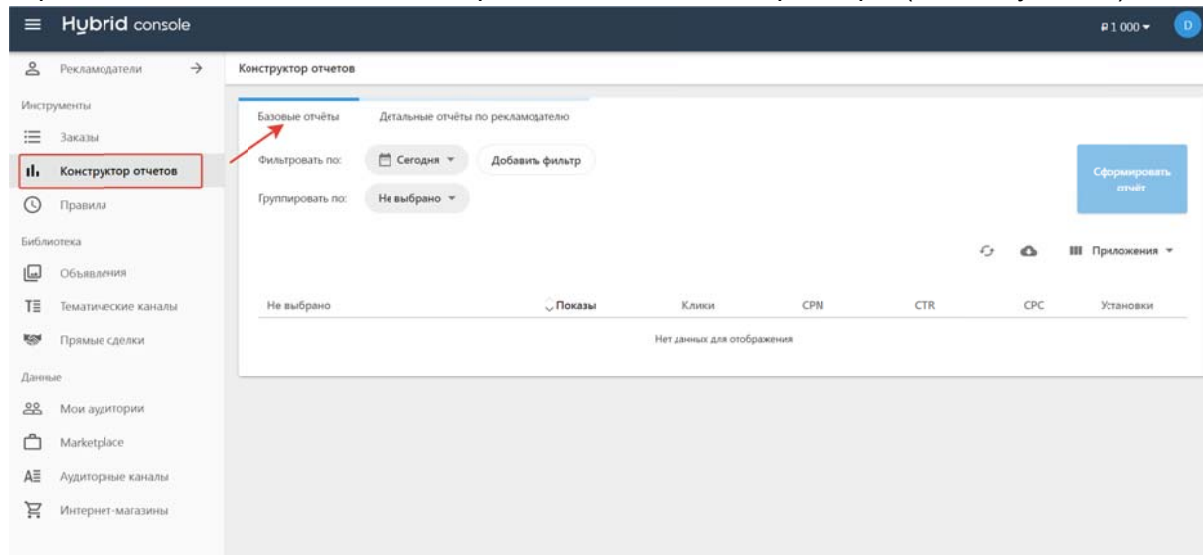


Рисунок 39 – Страница «Базовые отчеты»

Для формирования детального отчета перейдите в раздел «Конструктор отчетов» и на странице «Детальные отчеты по рекламодателю» выберите необходимые параметры (см. Рисунок 40).

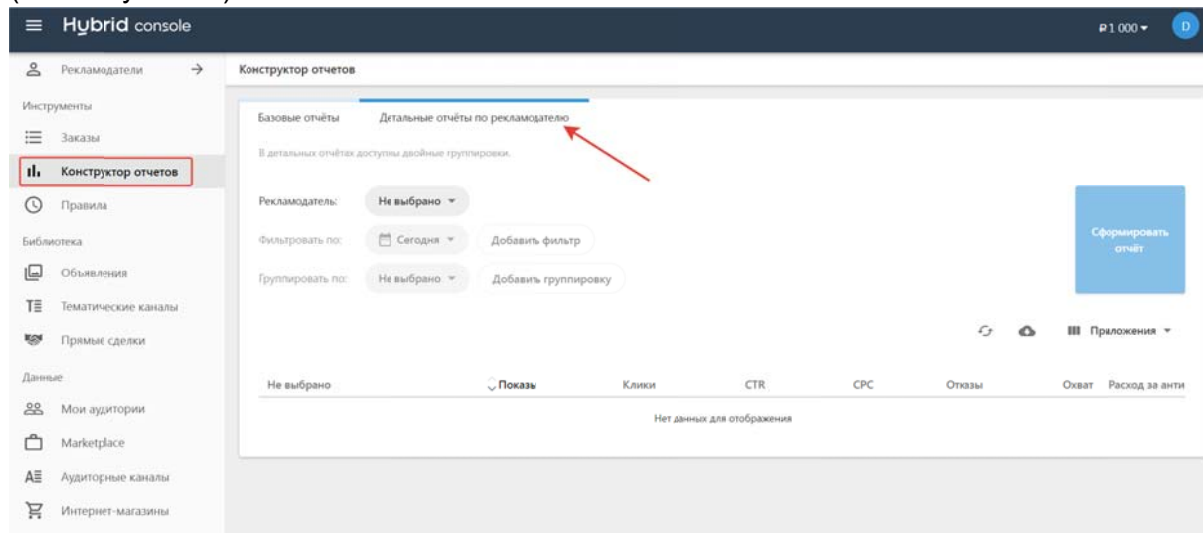


Рисунок 40 – Страница «Детальные отчеты по рекламодателю»

Сформированный базовый отчет отображается в личном кабинете в разделе «Конструктор отчетов» на странице «Базовые отчеты».

Сформированный детальный отчет отображается в личном кабинете в разделе «Конструктор отчетов» на странице «Детальные отчеты по рекламодателю».

Создание автоматизированного правила

Правила – инструмент для автоматической оптимизации рекламной кампании, а также выполнения определенных действий с заданной периодичностью, в рамках одной или нескольких рекламных кампаний. Другими словами, автоматизированные правила помогают упростить ручную оптимизацию рекламных кампаний, выполняя простые алгоритмы действий.

Для создания автоматизированного правила перейдите в раздел «Правила» и нажмите кнопку «Создать правило» (см. Рисунок 41).

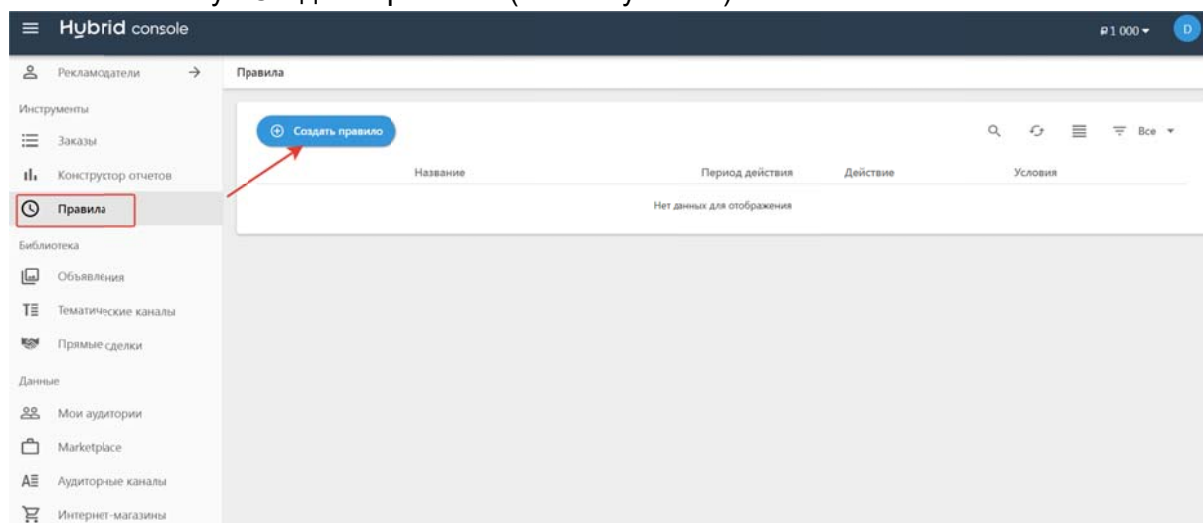


Рисунок 41 – Кнопка «Создать правило»

Отображается страница «Создание автоматизированного правила» (см. Рисунок 42). На странице «Создание автоматизированного правила» заполните поля необходимой информацией (название, период действия и т.д.) (см. Рисунок 42).

Название

Название

Период действия

27 октября 2023 - 26 ноября 2023

Действие

Выберите действие

Условия (0)

Добавить условие

Для рекламодателя

Выберите рекламодателя

Периодичность выполнения

Выберите период с использованием статистики за Выберите пери...

Оповещения

Выберите способ оповещения

Создать правило Отмена

Рисунок 42 – Страница «Создание автоматизированного правила»

Название. Укажите название правила.

Период действия. Максимальный период активности правила – 2 месяца. По истечении этого периода для продолжения работы правила зайдите в редактирование правила и установите новый период.

Действие. Доступны следующие варианты действий:

- Запустить кампании.
- Остановить кампании.
- Изменить ставку.
- Изменить бюджет.
- Отключить баннер.

- Отключить SSP.
- Отключить домены/приложения.

Условие. При каких условиях будет выполняться указанное выше действие. Между условий ставится логическое «И», «ИЛИ» для указания того, как должны взаимодействовать условия между собой. В качестве условий доступны все ключевые метрики из статистики по рекламной кампании (см. Рисунок 43). Максимальное количество условий – 10. Пример условия представлен ниже (см. Рисунок 44).



Рисунок 43 – Новое условие

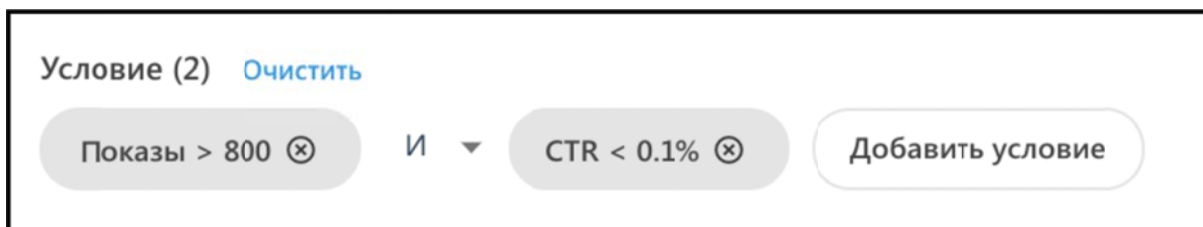


Рисунок 44 – Пример условия

Применить к кампаниям. Указываем, с какими рекламными кампаниями будет работать правило. Можно выбирать кампании из разных рекламодателей. Максимальное количество рекламных кампаний – 100 (см. Рисунок 45).

Применить к кампаниям

MTC

Поиск ▼ All

<input type="checkbox"/> Всего: 5	Выбрано: 3 ✕
<input checked="" type="checkbox"/> MTC_inapp_burger	Рекламодатель "МТС" ✕
<input checked="" type="checkbox"/> MTC_inapp_wl_burger	MTC_inapp_burger ✕
<input checked="" type="checkbox"/> MTC_desktop_biglion	MTC_inapp_wl_burger ✕
<input type="checkbox"/> MTC_Desktop_pizza	MTC_desktop_biglion ✕
<input type="checkbox"/> MTC_desktopmob_burger	

Рисунок 45 – Применение к кампаниям

Периодичность выполнения. В этом пункте указывается, когда будет выполняться правило и какой период статистики рекламной кампании будет использован для проверки выполнения условий (см. Рисунок 46).

Периодичность выполнения

Ежедневно ▼ 09:00 ▼

с использованием статистики за Последние 7 дня (дней) ▼

Рисунок 46 – Периодичность выполнения

Оповещения. Если необходимо, можно настроить уведомления на почту при каждом выполнении правила, либо при возникновении ошибки (см. Рисунок 47).

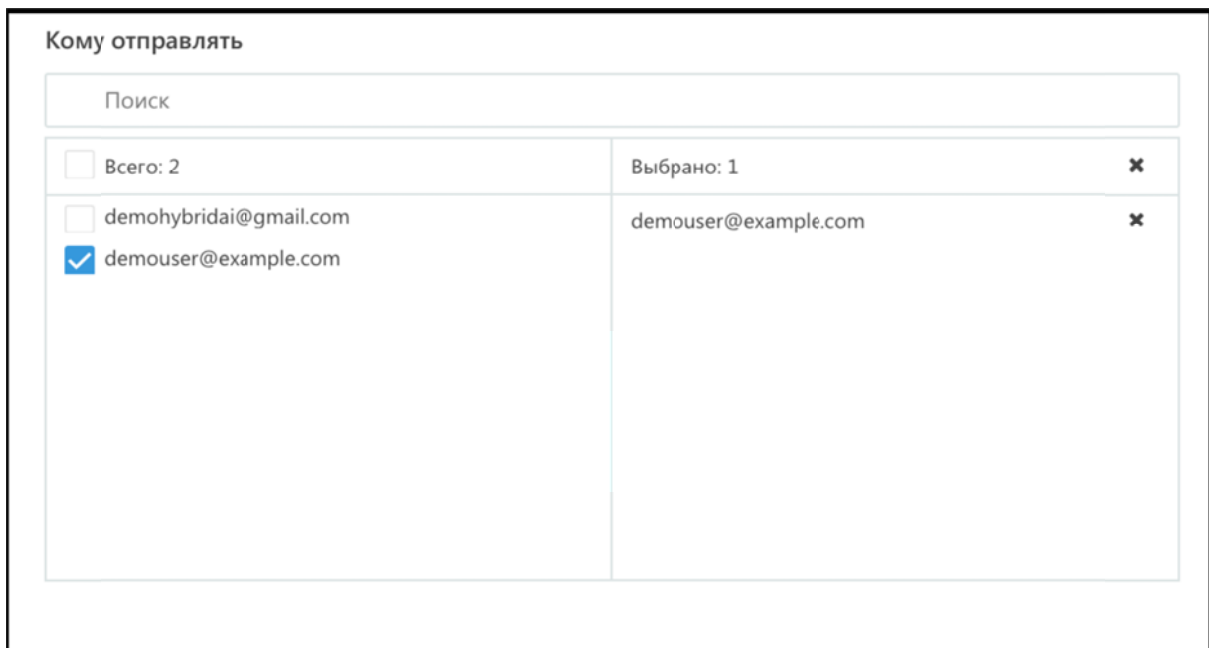


Рисунок 47 – Настройка оповещений

Для подтверждения создания автоматизированного правила нажмите кнопку «Создать правило» (см. Рисунок 42).


Для просмотра истории изменений, которые были внесены правилами в рекламные кампании, нажмите кнопку  (см. Рисунок 48). Пример отображения страницы истории изменений представлен ниже (см. Рисунок 49).



Рисунок 48 – Кнопка для просмотра истории изменений

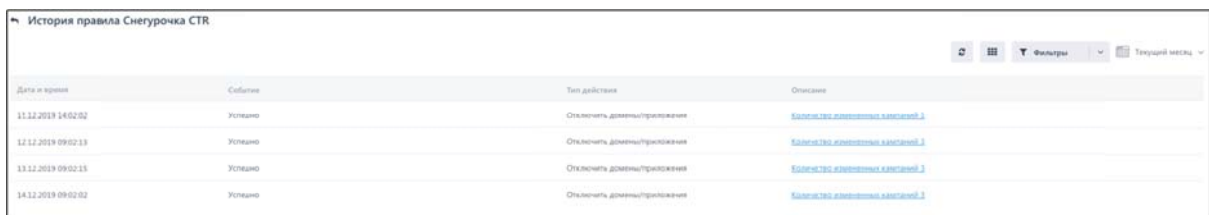


Рисунок 49 – Пример отображения страницы истории изменений

Созданное автоматизированное правило отображается в личном кабинете в разделе «Правила».

Создание объявления

Для создания объявления перейдите в раздел «Объявления» и нажмите кнопку «Создать» и выберите «Создать объявление» (см. Рисунок 50).

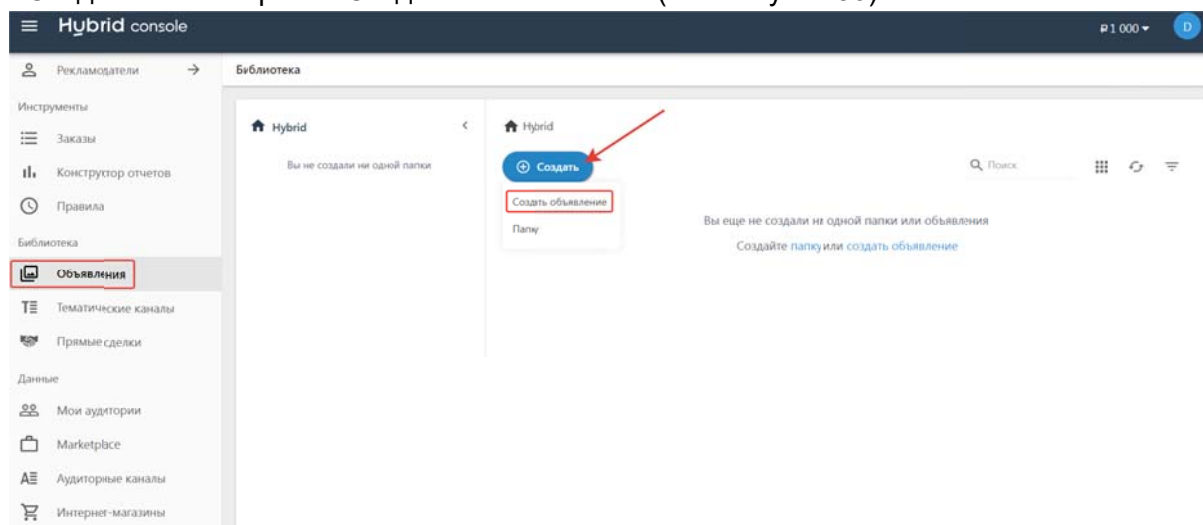


Рисунок 50 – Кнопка «Создать»

Отображается страница «Выберите тип объявления» (см. Рисунок 51). На странице «Выберите тип объявления» выберите тип объявления (см. Рисунок 51).

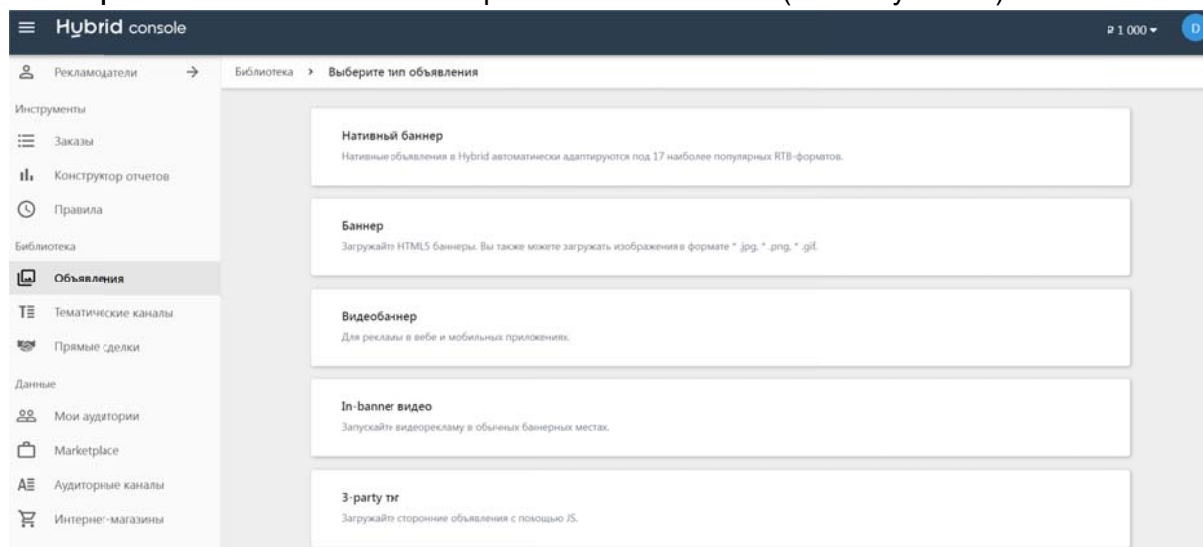


Рисунок 51 – Страница «Выберите тип объявления»

При выборе типа объявления отображается страница настроек создаваемого объявления. Ниже представлен пример отображения страницы настроек для объявления типа «Динамический креатив» (см. Рисунок 52).

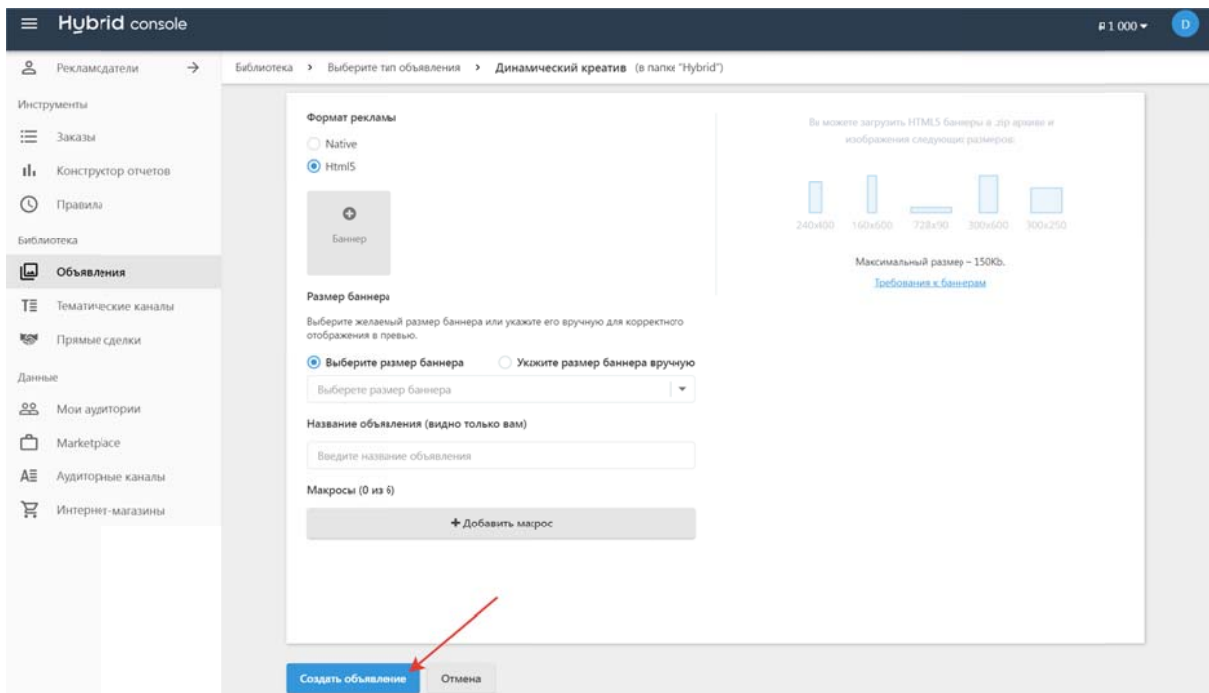


Рисунок 52 – Страница настроек для объявления типа «Динамический креатив»

На странице настроек для объявления типа «Динамический креатив» присутствует возможность выбора формата креативов:

- HTML5 баннер.
- Нативное объявление.

HTML5 баннер. В данном случае загружается креатив с использованием макросов для картинок или текста. В шаблоне HTML5 креатива прописываются макросы, а в конструкторе объявлений добавляются значения для макросов.

Доступны следующие макросы (см. Рисунок 53):

- Картинка.
- Текст.

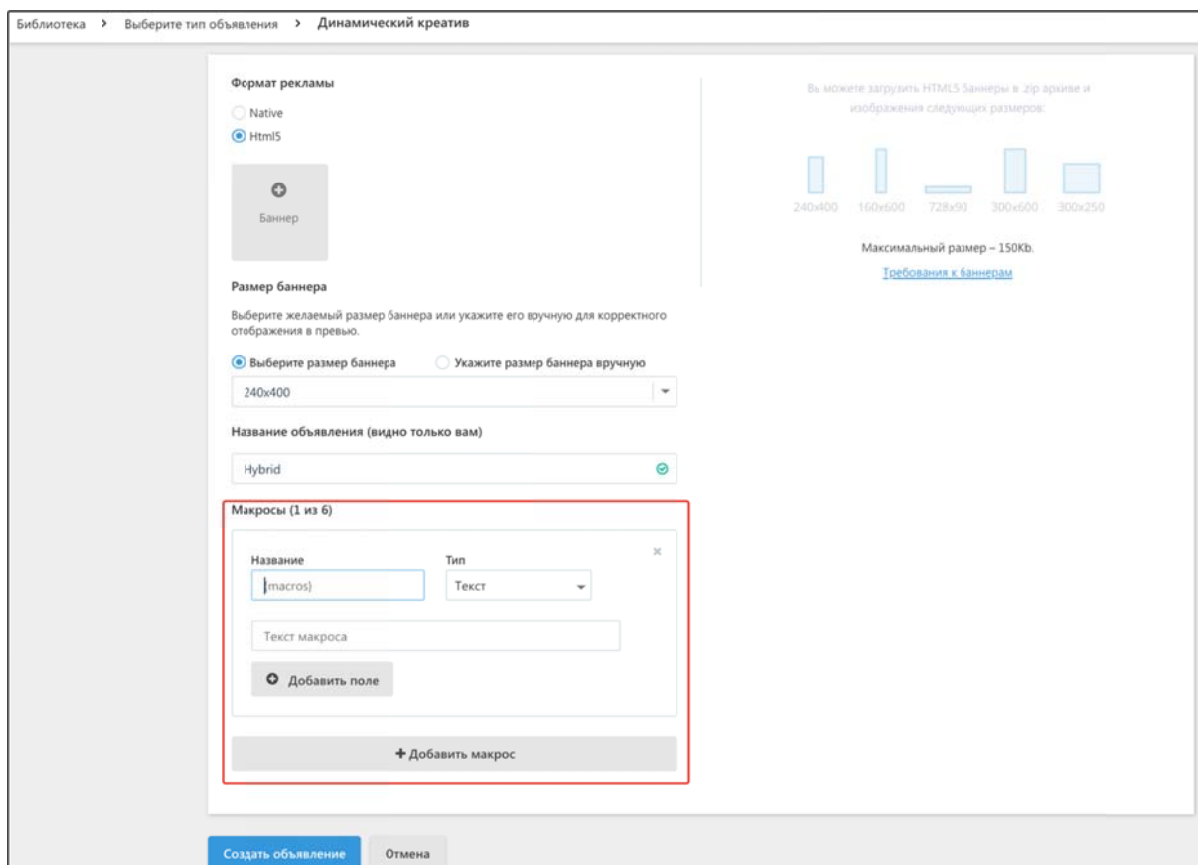


Рисунок 53 – Добавление макроса

При создании объявления типа «Динамический креатив» используются алгоритмы Dynamic Creative Optimization (DCO). DCO – это технология, которая создает персонализированное рекламное объявление в реальном времени на основе внешних условий (триггеров), чтобы сделать их релевантными для пользователя.

Гибкие технические возможности DCO позволяют реализовать индивидуальные сценарии и существенно увеличить результаты эффективности рекламной кампании, применяя алгоритмы AI (искусственного интеллекта).

AI Creative Optimization — это автоматическое сопоставление разных вариантов рекламы с правильной аудиторией. По результатам многовариантного тестирования, AI-алгоритмы выбирают наиболее эффективную комбинацию элементов креатива для конкретного пользователя.

Нативное объявление. Состоит из картинки, текста и СТА. В платформу загружаются несколько картинок, несколько вариантов текстов и СТА. Пример отображения страницы с форматом креатива «Нативное объявление» представлен ниже (см. Рисунок 54).

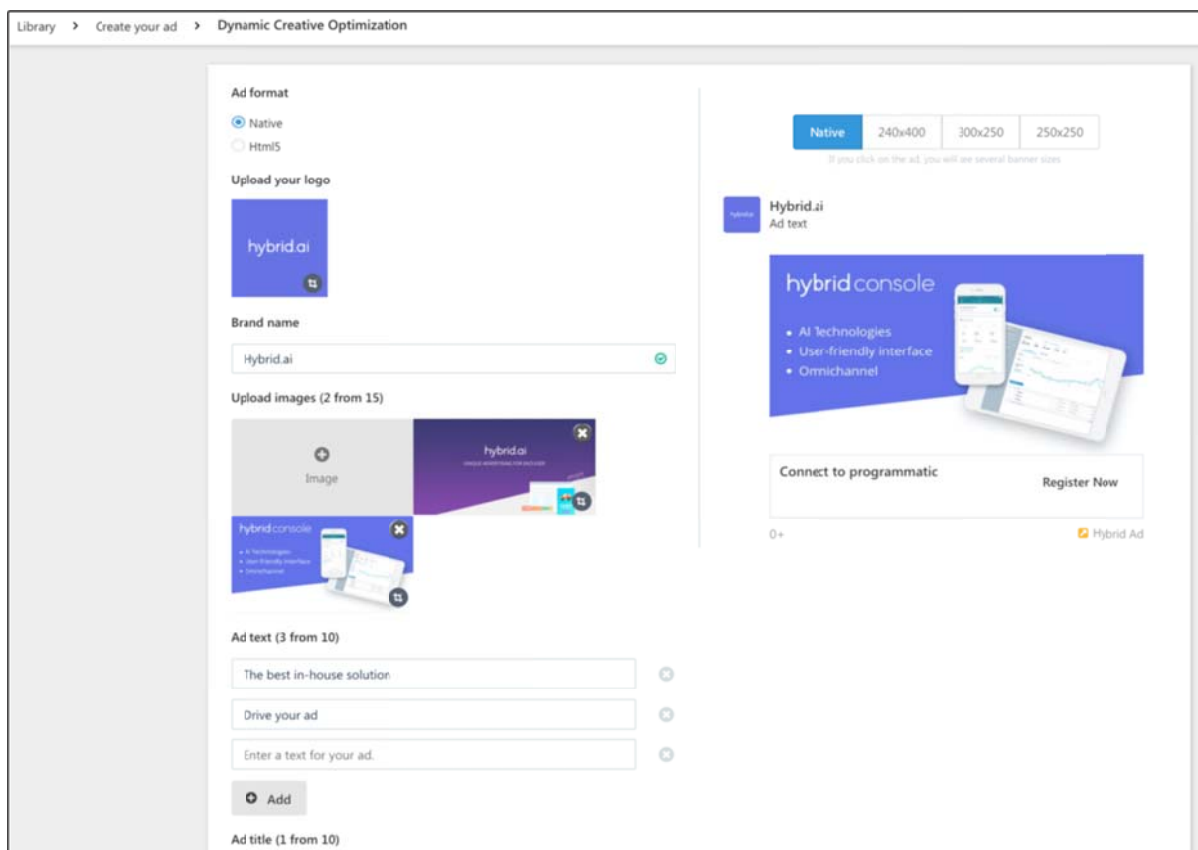


Рисунок 54 – Пример отображения страницы с форматом креатива «Нативное объявление»

Для подтверждения создания объявления нажмите кнопку «Создать объявление» (см. Рисунок 52).

Созданное объявление отображается в личном кабинете в Библиотеке объявлений в разделе «Объявления».

Создание тематического канала

Для создания тематического канала перейдите в раздел «Тематические каналы» и нажмите кнопку «Создать канал» (см. Рисунок 55).

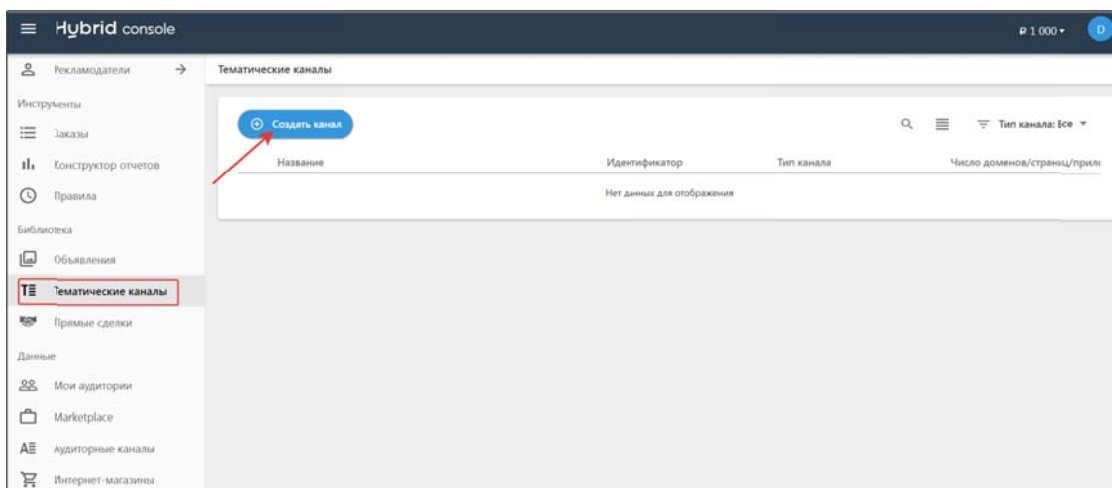


Рисунок 55 – Кнопка «Создать канал»

Отображается страница «Выберите тип канала» (см. Рисунок 56). На странице «Выберите тип канала» выберите тип канала (см. Рисунок 56).

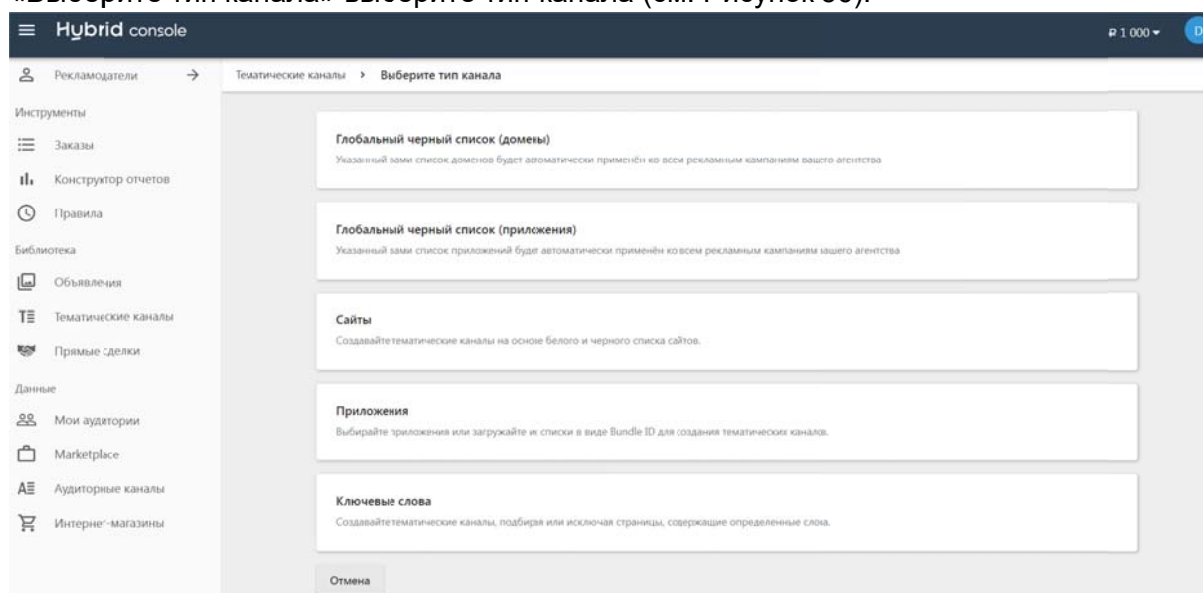


Рисунок 56 – Страница «Выберите тип канала»

При выборе типа канала отображается страница настроек создаваемого тематического канала. Ниже представлен пример отображения страницы настроек для тематического канала типа «Ключевые слова» (см. Рисунок 57).

Создание канала на основе ключевых слов

Дайте название каналу

Канал 27.10.2023

Выберите ключевые слова
Введите ключевое слово и нажмите Enter. Добавьте знак "-" перед словом, чтобы исключить его.

Введите ключевое слово или фразу или **Импорт множества слов**

Список доменов
Указывайте домены, которые вы хотите добавить в создаваемый канал. Каждый домен указывается с новой строки.

example.com

Строк: 0

Создать канал **Отмена**

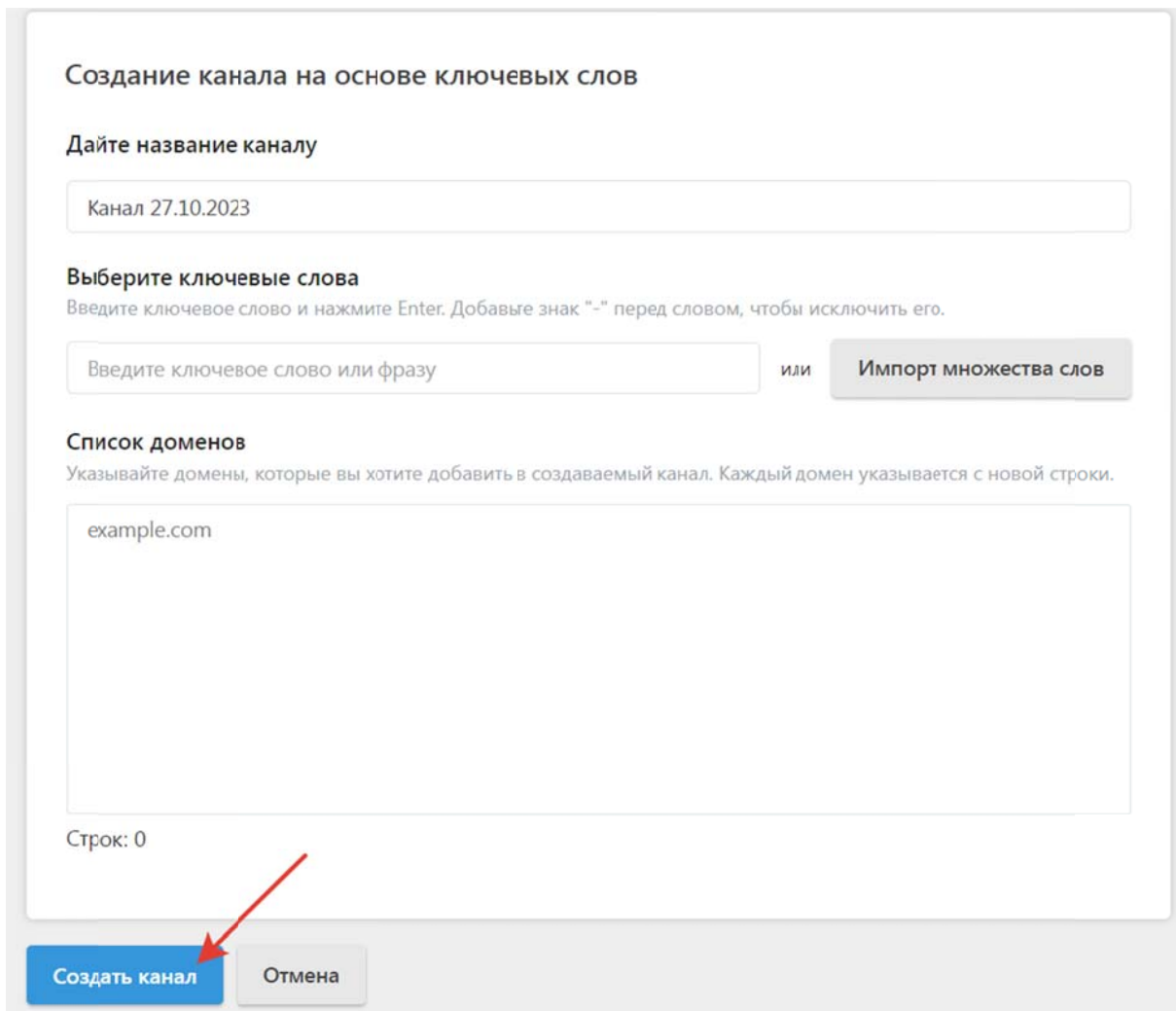


Рисунок 57 – Страница настроек для тематического канала типа «Ключевые слова»

На странице настроек для тематического канала типа «Ключевые слова» добавьте название тематическому каналу.

В момент добавления ключевого слова появляется возможность выбрать формат работы ключа: добавить как обязательное условие или в качестве исключения («минус слова» помогают нам избежать показ на сайтах с нежелательным контентом) (см. Рисунок 58). В один тематический канал можно добавить не более 100 ключевых слов.

Создание канала на основе ключевых слов

Дайте название каналу

Канал 19.05.2021

Выберите ключевые слова

Введите ключевое слово и нажмите Enter. Добавьте знак "-" перед словом, чтобы исключить его.

или **Импорт множества слов**

сема	ШИРОКОЕ СООТВЕТСТВИЕ, ЛЮБОЙ ПОРЯДОК	Не показывайте рекламу тем пользователям, которые посетили страницы, включающие это ключевое слово.
-сема	ОТРИЦАТЕЛЬНОЕ СООТВЕТСТВИЕ	

ается с

новой строки.

Строк: 0

Создать канал Отмена

Рисунок 58 – Добавление ключевого слова

Для подтверждения создания тематического канала нажмите кнопку «Создать канал» (см. Рисунок 57).

Созданный тематический канал отображается в личном кабинете в разделе «Тематические каналы».

Как только тематический канал будет создан, его необходимо добавить в кампанию. Для этого нужно перейти в шаг «Инвентарь» (подробнее см. «Создание рекламной кампании») и выбрать в выпадающем списке созданный ранее канал (см. Рисунок 59).

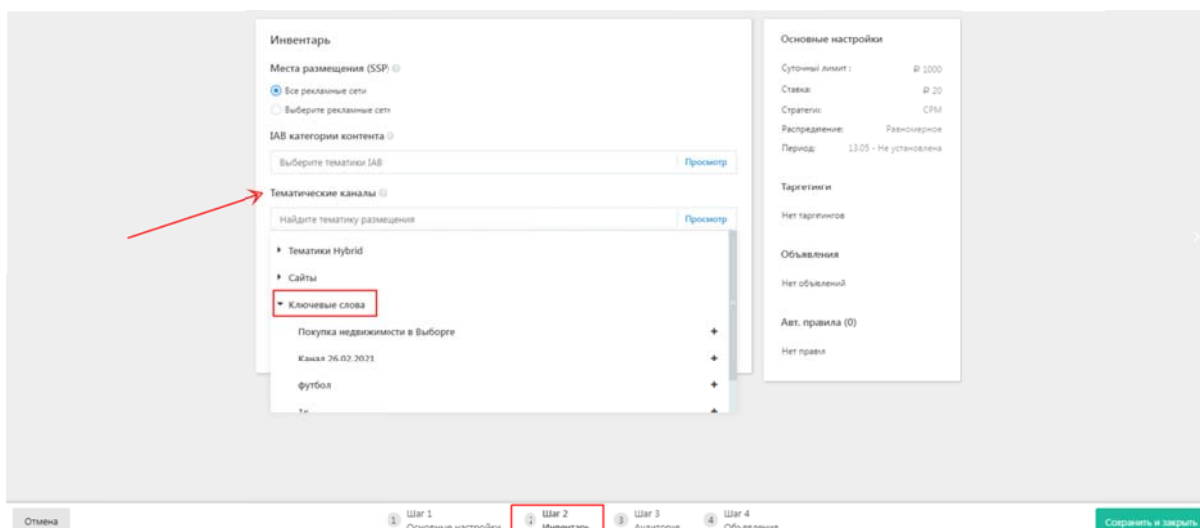


Рисунок 59 – Добавление тематического канала в кампанию

В разделе «Тематические каналы» присутствует возможность изменения созданного канала. Для этого поставьте галочку напротив названия канала и нажмите на значок шестеренки, которая расположена рядом с кнопкой «Создать канал». Вы можете удалить уже добавленные ключевые слова или добавить новые (см. Рисунок 60). При этом тематический канал будет полностью обновлен и начнет собираться заново.

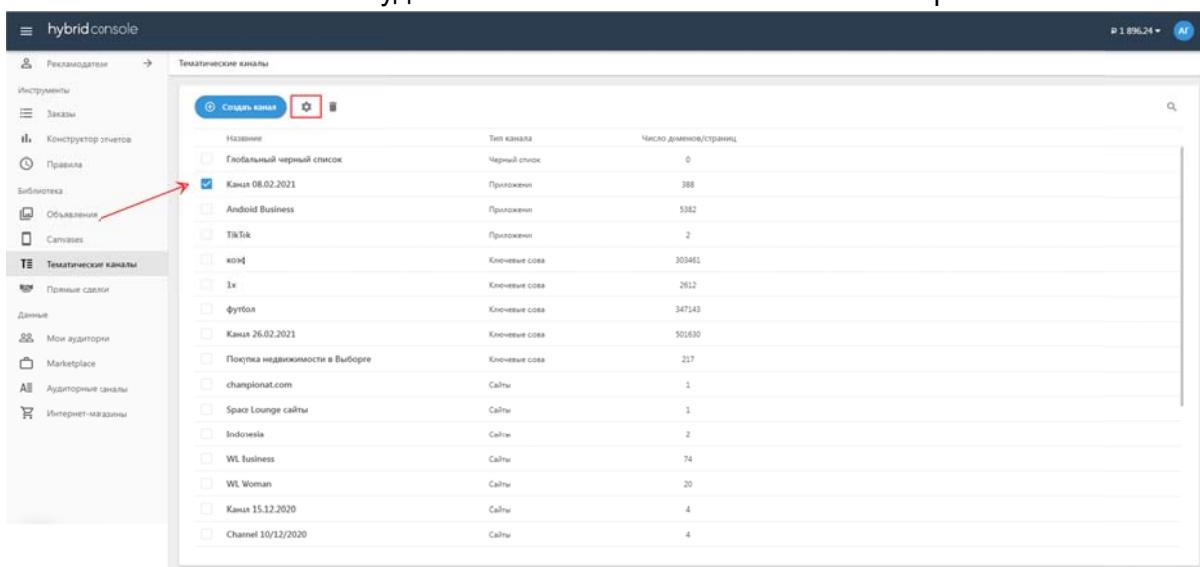


Рисунок 60 – Изменения созданного канала

Просмотр прямых сделок

Для возможности просмотра прямых сделок в личном кабинете рекламной кампании обратитесь в поддержку для их добавления в раздел «Прямые сделки». Для просмотра прямых сделок перейдите в раздел «Прямые сделки» (см. Рисунок 61).

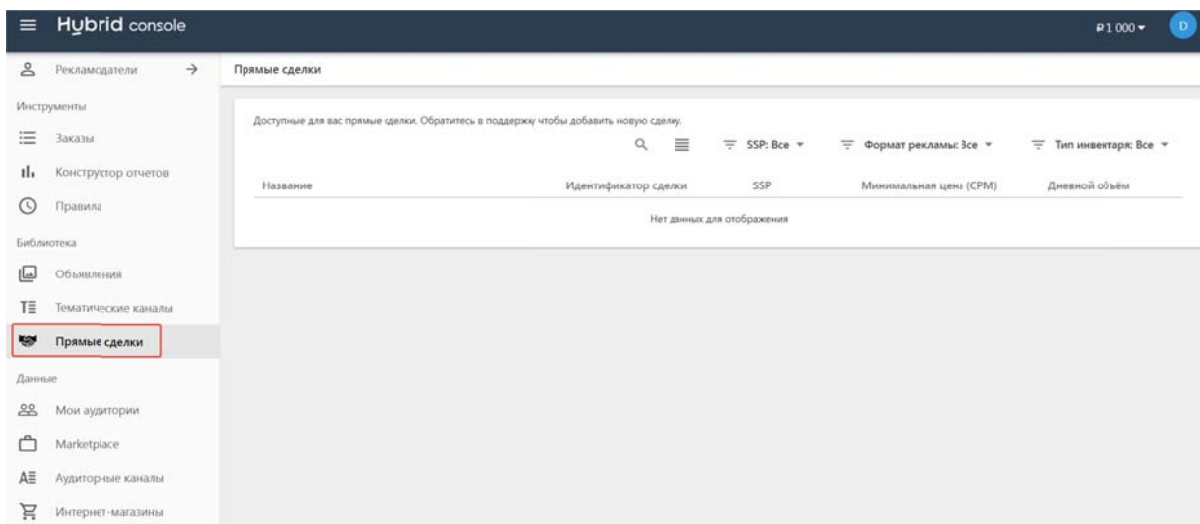


Рисунок 61 – Раздел «Прямые сделки»

Создание аудитории

Для создания аудитории перейдите в раздел «Мои «Создать облако данных» (см. Рисунок 62). В разделе «Мои аудитории» также отображаются созданные облака данных во время создания рекламодателя (подробнее см. «Описание интерфейса»

Интерфейс личного кабинета рекламной кампании интуитивно понятен и удобен для пользователя.

Интерфейс личного кабинета рекламной кампании представлен ниже (см. Рисунок 5).

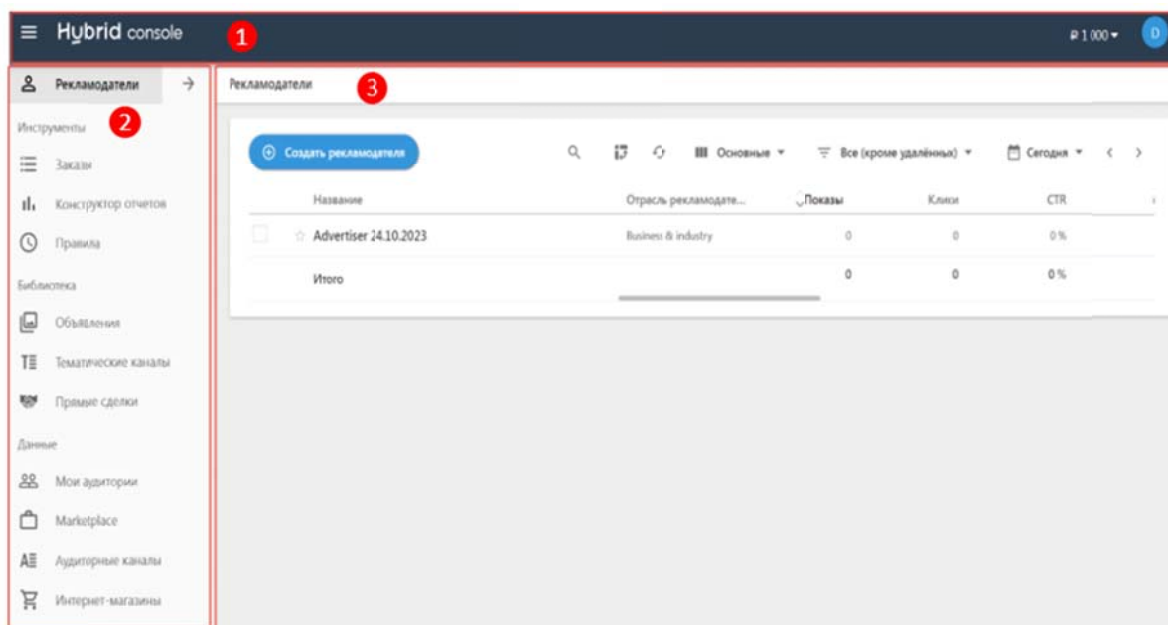


Рисунок 5 – Интерфейс личного кабинета рекламной кампании

Интерфейс поделен на следующие элементы:

- ① – Шапка.
- ② – Боковое меню.
- ③ – Страница раздела.

Функционал личного кабинета рекламной кампании поделен на следующие разделы:

- Раздел «Рекламодатели».
- Раздел «Заказы».
- Раздел «Конструктор отчетов».
- Раздел «Правила».
- Раздел «Объявления».
- Раздел «Тематические каналы».
- Раздел «Прямые сделки».
- Раздел «Мои аудитории».
- Раздел «Marketplace».
- Раздел «Аудиторные каналы».
- Раздел «Интернет-магазины».


Навигация между разделами осуществляется с помощью бокового меню (см. Рисунок 5).

В шапке интерфейса личного кабинета рекламной кампании расположены следующие элементы (см. Рисунок 6):

- ① – кнопка свернуть/развернуть боковое меню.
- ② – кнопка пополнения счета.
- ③ – кнопка меню личного кабинета.



Рисунок 6 – Шапка интерфейса

Для того, чтобы свернуть боковое меню нажмите на кнопку . Боковое меню свернуто (см. Рисунок 7).

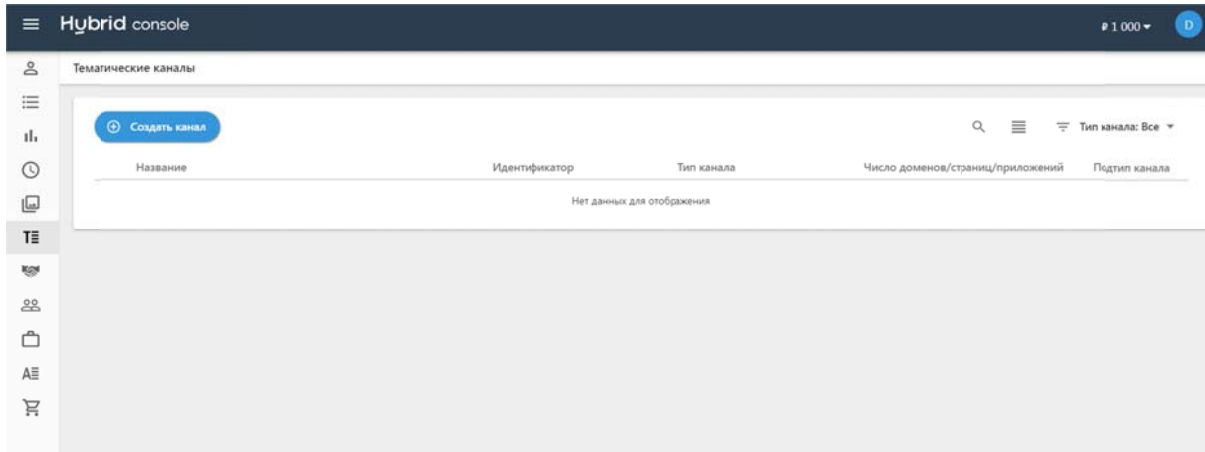



Рисунок 7 – Боковое меню свернуто

Для того, чтобы развернуть боковое меню нажмите на кнопку . Боковое меню развернуто (см. Рисунок 5).

Пополнение счета

Для пополнения счета нажмите кнопку пополнения счета (подробнее см. «Описание интерфейса») и в выпадающем списке выберите «Пополнить счет». Отображается страница пополнения счета (см. Рисунок 8, Рисунок 9).

Рисунок 8 – Страница пополнения счета

Рисунок 9 – Страница пополнения счета

На странице пополнения счета заполните информацию о плателъщике и его реквизиты. После заполнения информации на странице пополнения счета для подтверждения введенной информации нажмите кнопку «Сохранить».

Меню личного кабинета

Для открытия меню личного кабинета нажмите кнопку меню личного кабинета с иконкой названия личного кабинета (см. Рисунок 10).

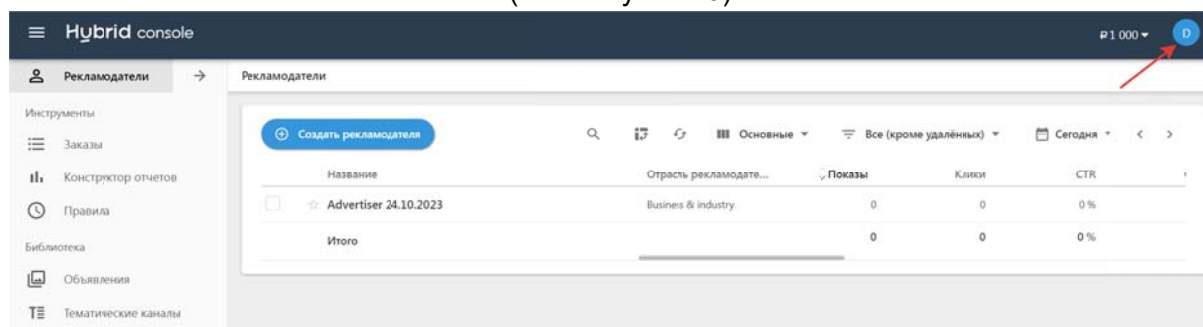


Рисунок 10 – Кнопка меню личного кабинета

После нажатия на кнопку меню личного кабинета отображается меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

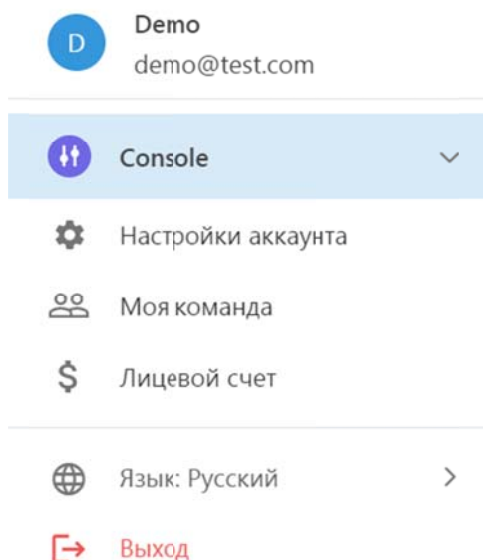


Рисунок 11 – Меню личного кабинета

Настройки аккаунта

Для настройки аккаунта нажмите кнопку «Настройки аккаунта» в меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

Отображается страница «Настройки аккаунта» (см. Рисунок 12).

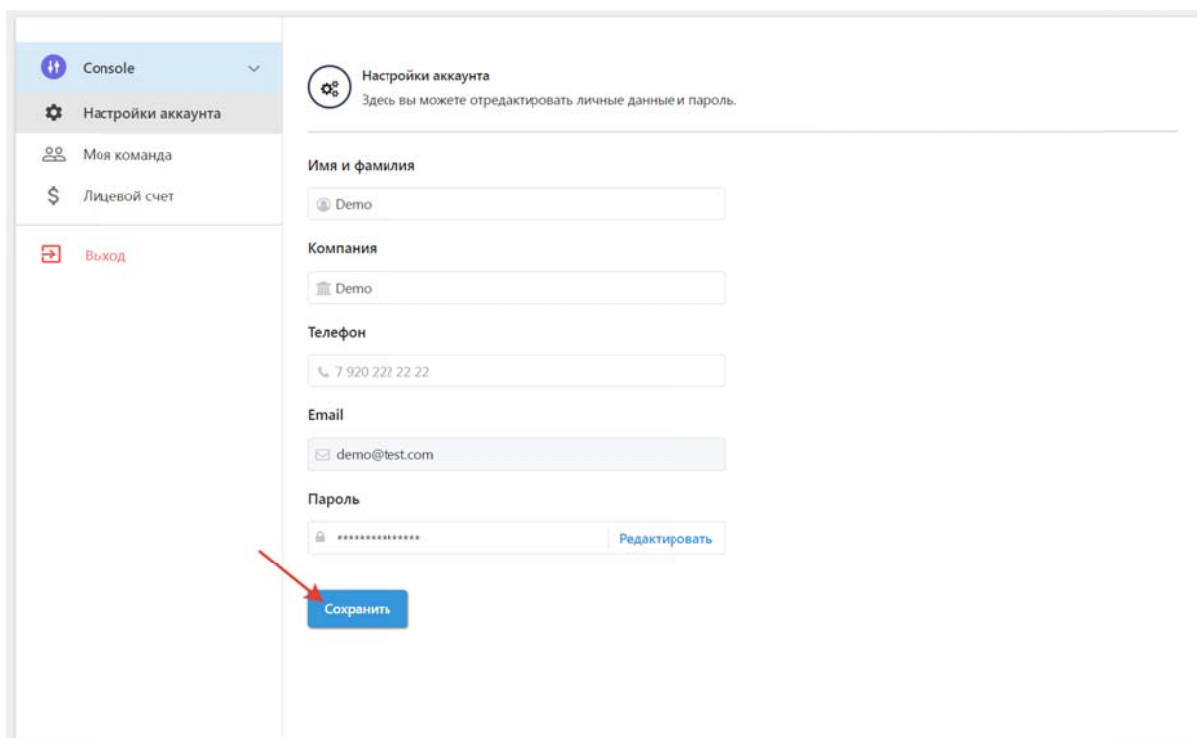


Рисунок 12 – Страница «Настройки аккаунта»

На странице «Настройки аккаунта» заполните необходимую информацию об аккаунте. Для подтверждения введенной информации об аккаунте нажмите кнопку «Сохранить». Введенные данные применяются к аккаунту.

Моя команда

Для просмотра команды рекламной кампании и создания нового аккаунта в команде рекламной кампании нажмите кнопку «Моя команда» в меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

Отображается страница «Моя команда» (см. Рисунок 13).

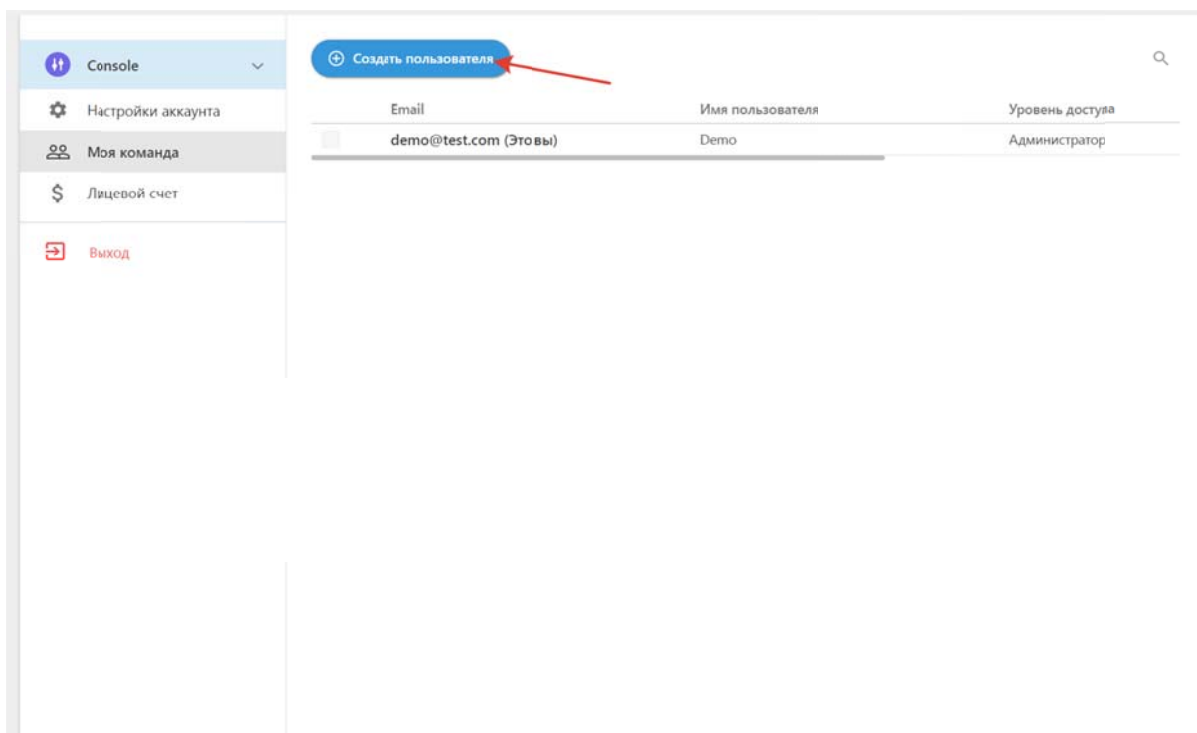


Рисунок 13 – Страница «Моя команда»

На странице «Моя команда» отображаются данные пользователя, который добавлен в команду рекламной кампании.

Для добавления нового пользователя в команду рекламной кампании на странице «Моя команда» нажмите кнопку «Создать пользователя» (см. Рисунок 13).

Отображается страница «Добавление пользователя» (см. Рисунок 14).

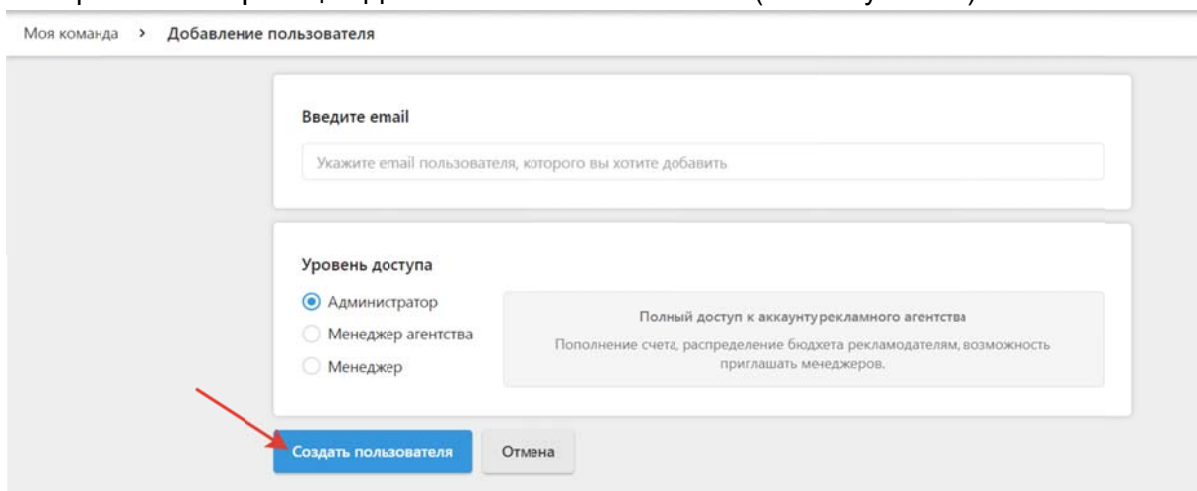


Рисунок 14 – Страница «Добавление пользователя»

На странице «Добавление пользователя» укажите email пользователя, которого вы хотите добавить в команду рекламной кампании.

На странице «Добавление пользователя» выберите уровень доступа для пользователя, которого вы хотите добавить в команду рекламной кампании.

Для подтверждения добавления нового пользователя в команду рекламной кампании нажмите кнопку «Создать пользователя» (см. Рисунок 14). Для отмены добавления нового пользователя в команду рекламной кампании нажмите кнопку «Отмена» (см. Рисунок 14).

После подтверждения добавления нового пользователя в команду рекламной кампании новый пользователь отображается на странице «Моя команда».

Лицевой счет

Для просмотра истории операций с лицевым счетом нажмите кнопку «Лицевой счет» в меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

Отображается страница «Лицевой счет» (см. Рисунок 15).

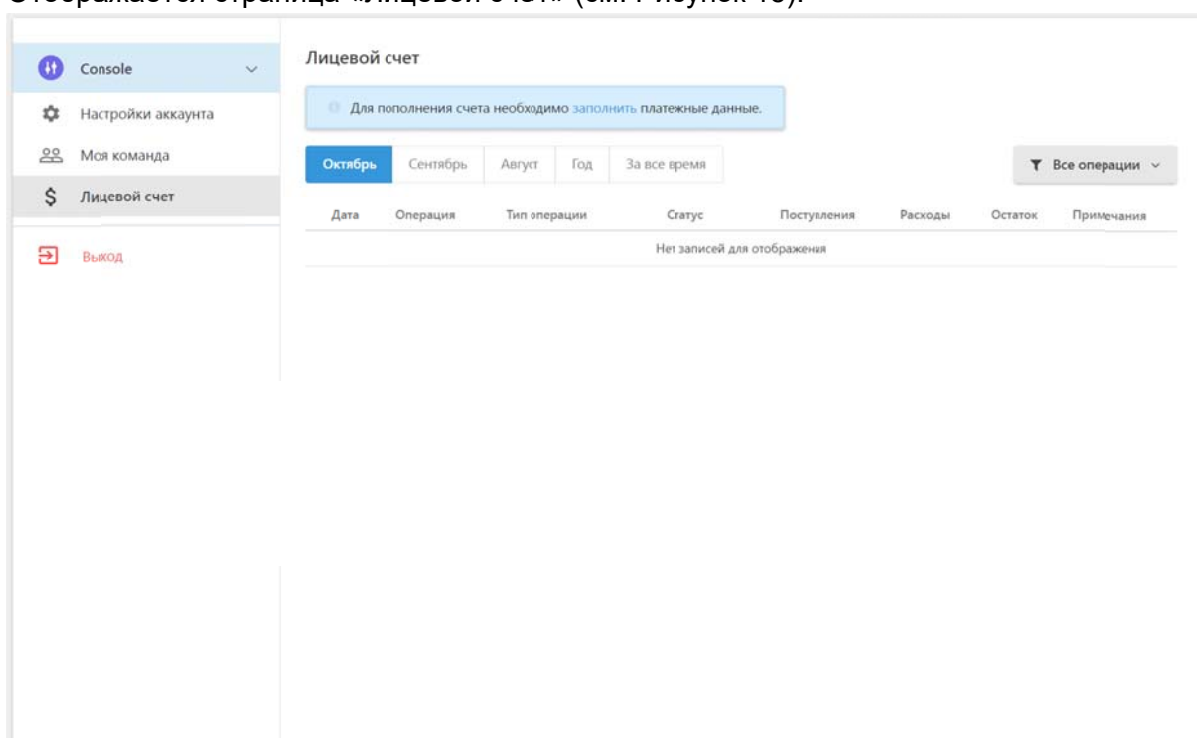


Рисунок 15 – Страница «Лицевой счет»

Для просмотра данных за месяц выберите на странице «Лицевой счет» необходимый месяц, за который необходимо просмотреть историю операций по лицевому счету. Отображаются данные истории операций по лицевому счету за выбранный месяц.

Для просмотра данных за год выберите на странице «Лицевой счет» кнопку «Год». Отображаются данные истории операций по лицевому счету за год.

Для просмотра данных за все время выберите на странице «Лицевой счет» кнопку «За все время». Отображаются данные истории операций по лицевому счету за все время.

Для выбора необходимого фильтра для отображения данных истории операций по лицевому счету нажмите кнопку «Все операции» и из выпадающего списка выберите

необходимый вариант. Данные истории операций по лицевому счету отображаются в соответствии с выбранным фильтром.

Выбор языка интерфейса

Платформа позволяет отображать интерфейс на двух языках: русский и английский. Для выбора языка интерфейса наведите курсор в меню личного кабинета на поле «Язык» (см. Рисунок 11). Отобразится выпадающий список с вариантами «Русский» и «Английский» (см. Рисунок 16). Для отображения интерфейса на английском языке нажмите на вариант «Английский».

Для отображения интерфейса на русском языке нажмите на вариант «Русский».

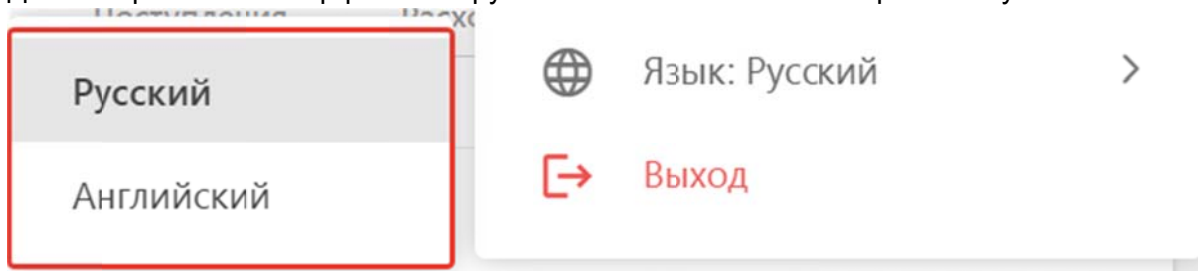


Рисунок 16 – Выпадающий список с вариантами языков интерфейса

Выход из личного кабинета

Для выхода из личного кабинета нажмите кнопку «Выход» в меню личного кабинета (см. Рисунок 11).

Выполнен выход из личного кабинета рекламной кампании и отображается страница входа на платформу (подробнее см. «Авторизация на платформе»).

Создание рекламодателя») (см. Рисунок 62).

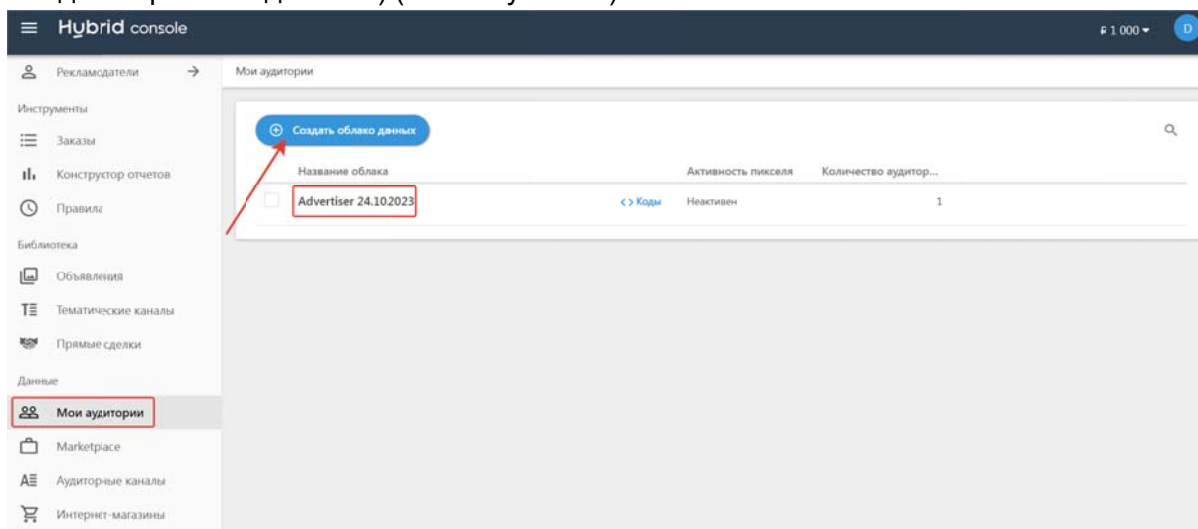


Рисунок 62 – Раздел «Мои аудитории»

Отображается страница «Создание облака данных» (см. Рисунок 63). На странице «Создание облака данных» заполните информацию о создаваемом облаке данных (см. Рисунок 63). Для подтверждения создания облака данных нажмите кнопку «Создать». (см. Рисунок 63).

Создание облака данных ?

Название

Введите название

Источники данных

После активации источников данных (пиксели, счётчики и тд.) вы получите доступ к созданию аудиторий на основе этих данных, внутри облака. Hybrid SmartPixel активирован по-умолчанию.

Hybrid (SmartPixel) Неактивен

Период учета конверсии (клики) Период учета конверсии (показы)

1 дней 30 дней

myTarget (Счётчик Top@Mail.Ru) Создать счётчик

Дополнительные настройки

+ Параметр для рекомендательной системы (Retail)

Создать Отмена

Рисунок 63 – Страница «Создание облака данных»

Созданное облако данных отображается в личном кабинете в разделе «Мои аудитории».

После создания облака данных нажмите на созданное облако данных в разделе «Мои аудитории» и нажмите кнопку «Создать аудиторию» (см. Рисунок 64).

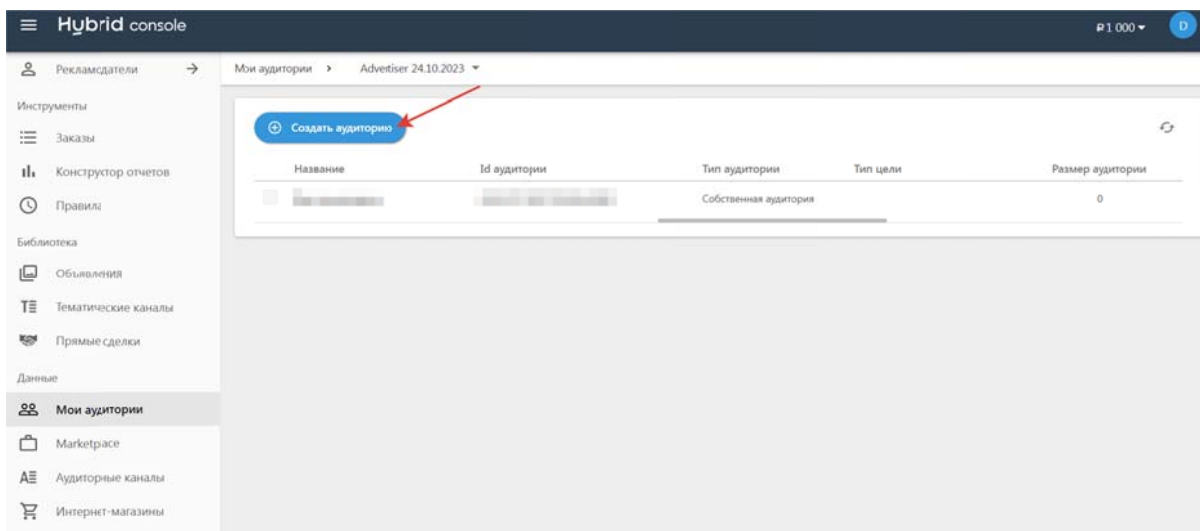


Рисунок 64 – Кнопка «Создать аудиторию»

Отображается страница «Выберите тип аудитории» (см. Рисунок 65). Для показа полного списка типов аудиторий нажмите кнопку «Другие аудитории» (см. Рисунок 65). На странице «Выберите тип аудитории» выберите тип аудитории (см. Рисунок 65).

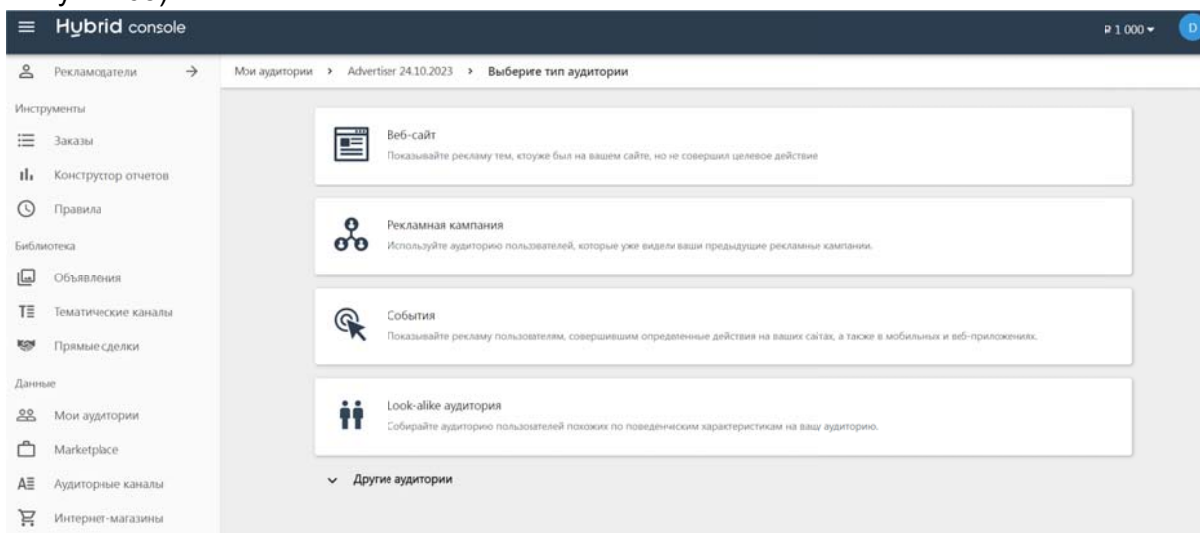


Рисунок 65 – Страница «Выберите тип аудитории»

При выборе типа аудитории отображается страница настроек создаваемой аудитории. Ниже представлен пример отображения страницы настроек для аудитории типа «Рекламная кампания» (см. Рисунок 66). На странице настроек для аудитории типа «Рекламная кампания» заполните необходимую информацию (см. Рисунок 66).

Название

Аудитория 27.10.2023

Тип аудитории

В аудиторию будут включены пользователи которые хоть раз совершили указанное ниже действие в выбранных вами кампаниях

Показы

Выберите рекламодателя

Выберите рекламодателя

Создать аудиторию Отмена

Рисунок 66 – Страница настроек для аудитории типа «Рекламная кампания»

Для подтверждения создания аудитории нажмите кнопку «Создать аудиторию» (см. Рисунок 66).

Созданная аудитория отображается в личном кабинете в разделе «Мои аудитории» на странице выбранного облака данных.

Просмотр данных рынка

Для просмотра данных рынка перейдите в раздел «Marketplace». В раздел «Marketplace» будут отображаться данные рынка в соответствии с выбранными параметрами (облако данных и аудитория) (см. Рисунок 67).

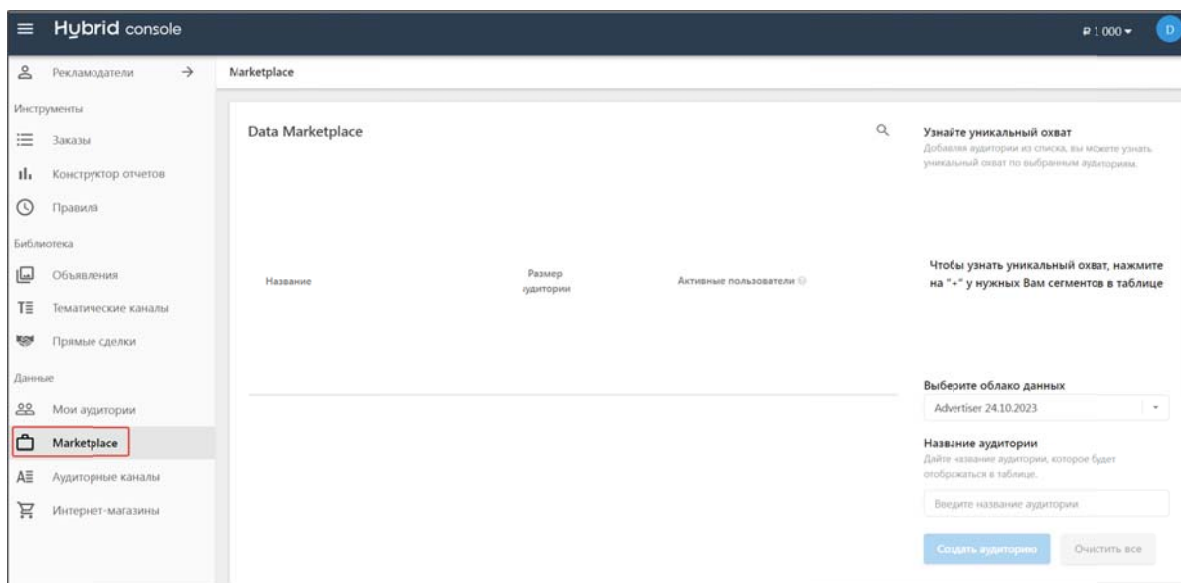


Рисунок 67 – Раздел «Marketplace»

Создание аудиторного канала

Для создания аудиторного канала перейдите в раздел «Аудиторные каналы» и нажмите кнопку «Создать канал» (см. Рисунок 68).

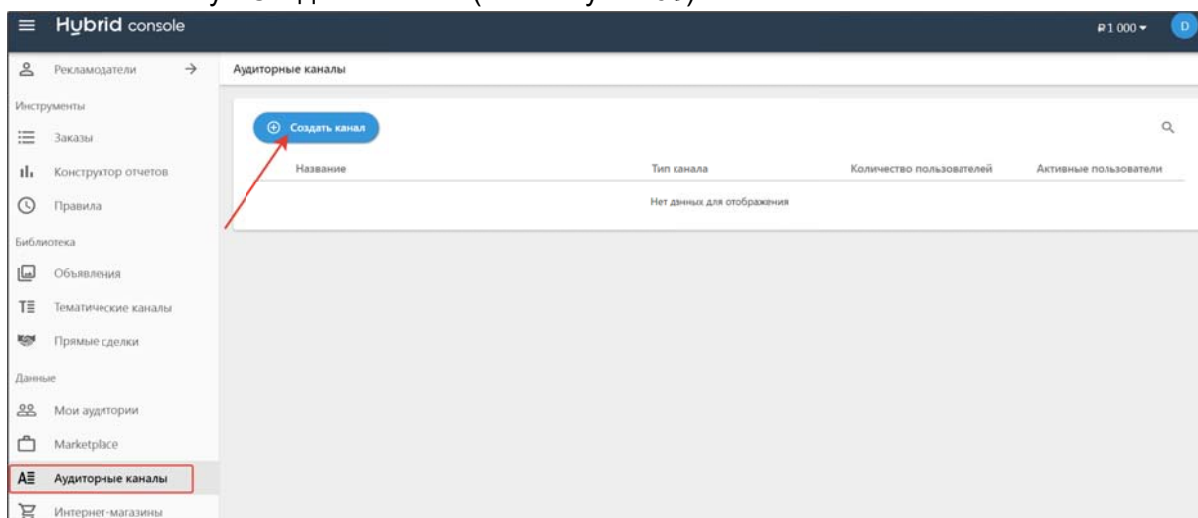


Рисунок 68 – Кнопка «Создать канал»

Отображается страница «Выберите тип канала» (см. Рисунок 69). На странице «Выберите тип канала» выберите тип канала (см. Рисунок 69).

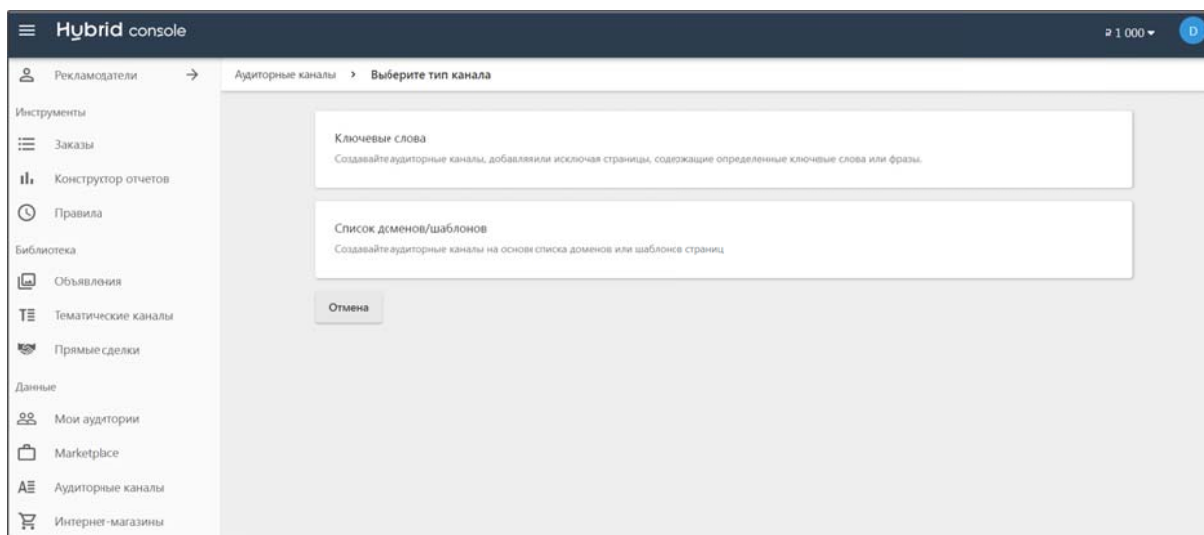


Рисунок 69 – Страница «Выберите тип канала»

При выборе типа канала отображается страница настроек создаваемого аудиторного канала. Ниже представлен пример отображения страницы настроек для аудиторного канала типа «Ключевые слова» (см. Рисунок 70).

Создайте аудиторный канал

Дайте название каналу

Канал 19.05.2021

Выберите ключевые слова

Таргетируйте пользователей по истории посещений, указывая нужные ключевые слова и фразы.

Долгосрчный интерес (3 дня)
 Краткосрчный интерес (1 час)

Вы будете показывать рекламу пользователям, которые в течение 3х последних дней посещали сайты с указанными ключевыми словами.

Примерный объем аудитории, содержащей ключевое слово

< 1 000
 1 000 - 10 000
 10 000 - 100 000
 100 000 - 1 000 000
 + 1 000 000

-се x или Импорт множества слов

се	ШИРОКОЕ СООТВЕТСТВИЕ, ЛЮБОЙ ПОРЯДОК	Не показывайте рекламу тем пользователям, которые посещали страницы, включающие это ключевое слово.
-се	ОТРИЦАТЕЛЬНОЕ СООТВЕТСТВИЕ	

Создать канал Отмена

Рисунок 70 – Страница настроек для аудиторного канала типа «Ключевые слова»

На странице настроек для аудиторного канала типа «Ключевые слова» добавьте название аудиторному каналу.

Для аудиторного канала вы можете задать срок интереса пользователей к используемым ключам, а также исключить аудиторию, которая посещала сайты с заданными ключевыми словами.

Для подтверждения создания аудиторного канала нажмите кнопку «Создать канал».

Созданный аудиторный канал отображается в личном кабинете в разделе «Аудиторные каналы».

Как только аудиторный канал будет собран, его необходимо добавить в кампанию. Для этого нужно перейти в шаг «Аудитория» (подробнее см. «Создание рекламной кампании») и выбрать в выпадающем списке созданный ранее канал (см. Рисунок 71).

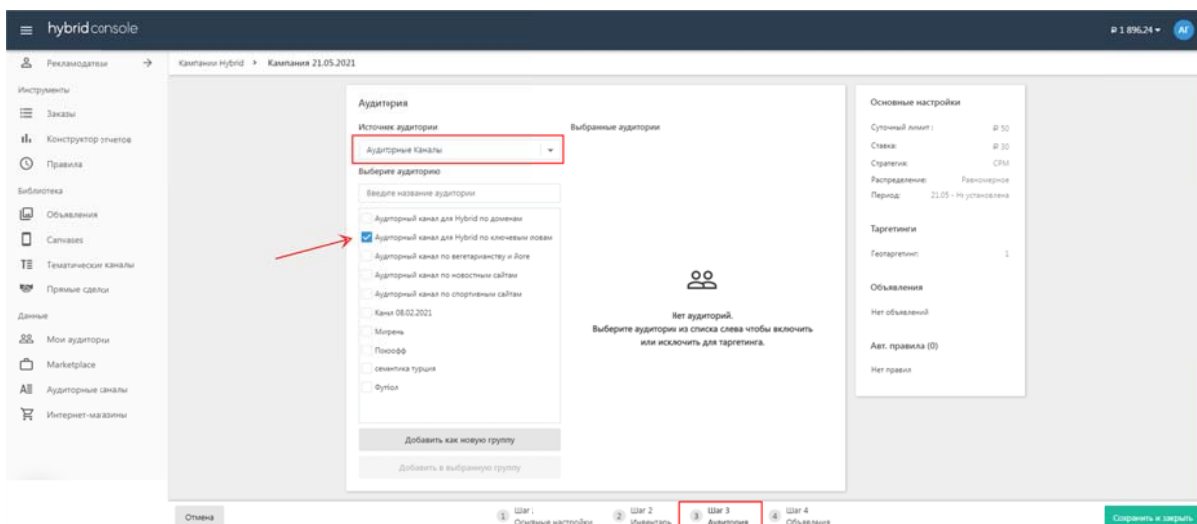


Рисунок 71 – Добавление аудиторного канала в кампанию

Все каналы собираются в режиме реального времени и периодически обновляются. В разделе «Тематические каналы» присутствует возможность изменения созданного канала. Для этого поставьте галочку напротив названия канала и нажмите на значок шестеренки, которая расположена рядом с кнопкой «Создать канал». Вы можете удалить уже добавленные ключевые слова или добавить новые. При этом аудиторный канал будет полностью обновлен и начнет собираться заново.

Создание интернет-магазина

Для создания интернет-магазина перейдите в раздел «Интернет-магазины» и нажмите кнопку «Создать интернет-магазин» (см. Рисунок 72).

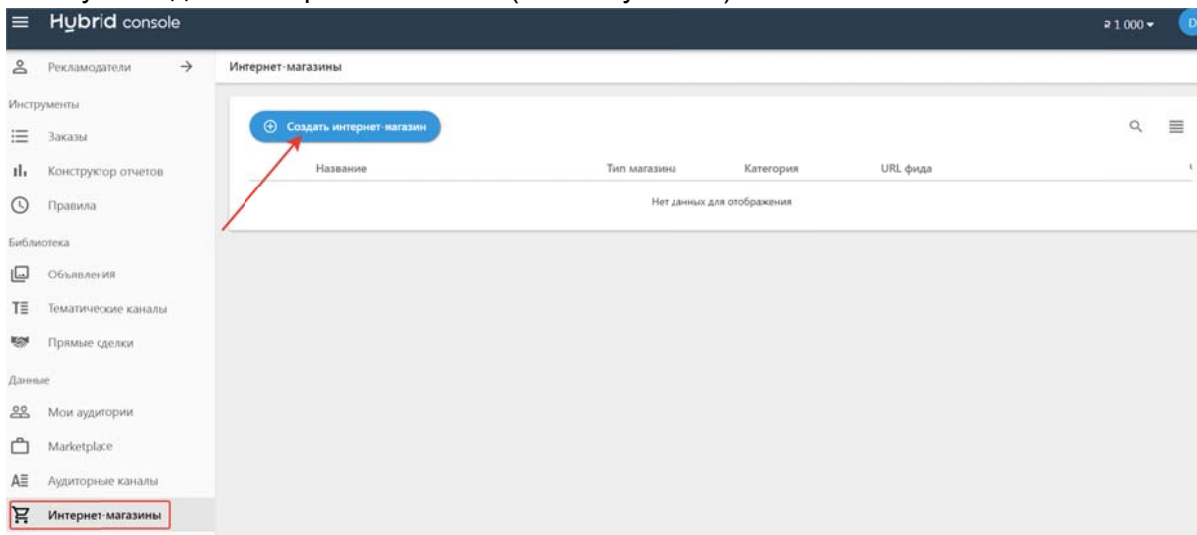


Рисунок 72 – Кнопка «Создать интернет-магазин»

Отображается страница «Выберите тип» (см. Рисунок 73). На странице «Выберите тип» выберите тип интернет-магазина (см. Рисунок 73).

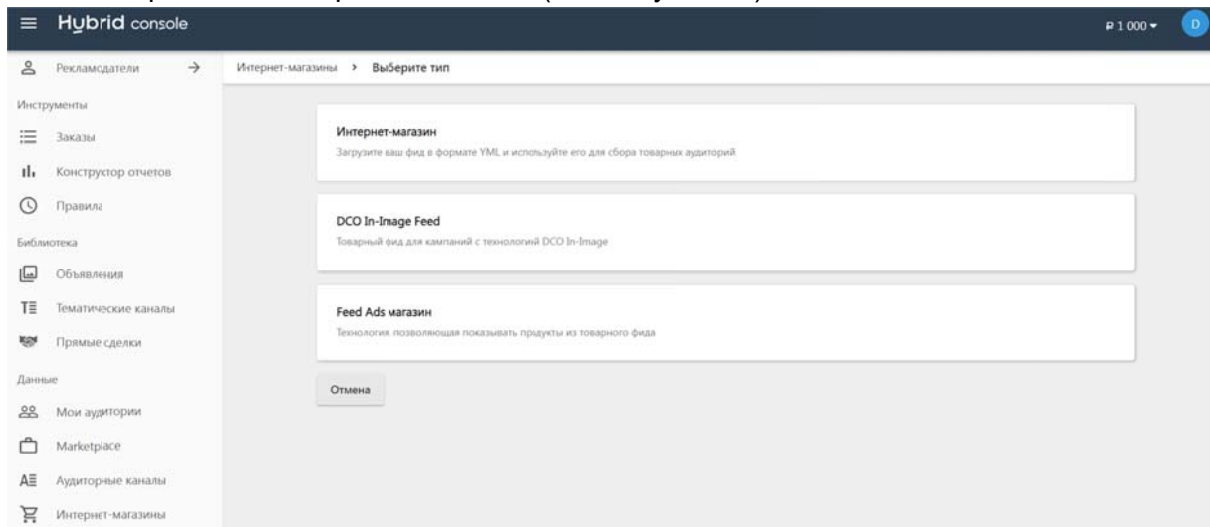


Рисунок 73 – Страница «Выберите тип»

При выборе типа интернет-магазина отображается страница настроек создаваемого интернет-магазина. Ниже представлен пример отображения страницы настроек для интернет-магазина типа «Интернет-магазин» (см. Рисунок 74).

Создание интернет-магазина

Название

Введите название

URL фида

Загрузите до 150 фидов с вашими товарами в формате YML (Yandex Market Language). Используйте http/https протокол. Фида обновляются 1 раз в сутки. Id города применяются к соответствующим фидам сразу, но в случае редактирования Id, изменения будут применены спустя сутки.

[Выключить все](#)

Постоянная ссылка на файл (например: http://myshop.ru/product.xml)

Добавить URL

Загрузите логотип

Вы можете загрузить логотип в формате .png, .jpg или .gif. Размер логотипа не должен превышать 100x100 пикселей.

Загрузите логотип **Выберите файл**

Укажите категорию

Например: Спортивные товары

URL магазина

http://myshop.com

Создать интернет-магазин **Отмена**

Рисунок 74 – Страница настроек для интернет-магазина типа «Интернет-магазин»

При создании интернет-магазина вам потребуется:

- загрузить фид товаров в формате YML (Yandex Market Language).
- указать периодичность его обновления.
- добавить логотип.
- выбрать категорию.
- задать URL магазина.

На странице настроек для интернет-магазина типа «Интернет-магазин» заполните требующиеся параметры.

Для подтверждения создания интернет-магазина нажмите кнопку «Создать интернет-магазин».

Созданный интернет-магазин отображается в личном кабинете в разделе «Интернет-магазины».

Создание рекламной кампании типа «retail»

Одним из видов рекламных кампаний, доступных к запуску в личном кабинете, является тип «retail». С помощью данного типа кампании вы можете показывать рекламу товаров вашего интернет-магазина, используя динамические креативы. Ниже описан алгоритм действия для запуска рекламной кампании типа «retail».

Создание интернет-магазина в личном кабинете. Создайте интернет-магазин в разделе «Интернет-магазины» (подробнее см. «Создание интернет-магазина»). Созданный интернет-магазин отображается в личном кабинете в разделе «Интернет-магазины».

Создание аудитории на основе посетителей интернет-магазина. Для того чтобы начать собирать пользователей в сегмент, может использоваться SmartPixel (который не является обязательным для использования и функционирования ПО «Hybrid Console») после его установки на каждую страницу вашего сайта.

Установите SmartPixel на каждую страницу вашего сайта по инструкции. После установки SmartPixel появляется возможность сегментации аудитории по следующим действиям:

- посмотрели товар.
- положили товар в корзину
- купили товар.

Для создания аудитории на основе интернет-магазина перейдите в раздел «Мои аудитории». Зайдите в облако данных, соответствующее названию созданного ранее интернет-магазина. Нажмите кнопку «Создать аудиторию». Для показа полного списка типов аудиторий нажмите кнопку «Другие аудитории» и выберите из списка тип аудитории «Интернет-магазин» (подробнее см. «Создание аудитории»).

При выборе типа аудитории отображается страница настроек создаваемой аудитории. На странице настроек для аудитории типа «Интернет-магазин» в зависимости от выбора действия пользователей добавьте дополнительный js код в конец уже установленного SmartPixel. Пример добавления дополнительного js кода в конец уже установленного SmartPixel представлен ниже (см. Рисунок 75).

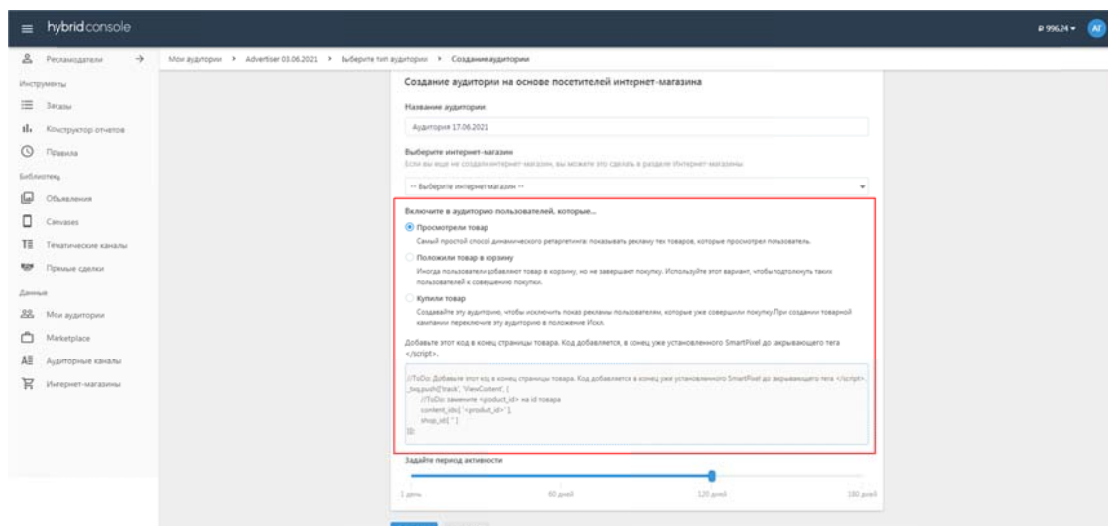


Рисунок 75 – Пример добавления дополнительного js кода в конец уже установленного SmartPixel

После дополнения дополнительного js кода в конец уже установленного SmartPixel и заполнения необходимой информации на странице настроек для аудитории типа «Интернет-магазин» подтвердите создание аудитории на основе посетителей интернет-магазина с помощью нажатия кнопки «Создать».

Созданная аудитория отображается в личном кабинете в разделе «Мои аудитории» на странице облака данных, которое соответствует названию созданного ранее интернет-магазина.

Создание рекламной кампании типа «retail». Основные отличия в создании рекламной кампании типа «retail» относительно рекламной кампании типа «display» (подробнее см. «Создание рекламной кампании») появляются на шаге «Инвентарь» и «Объявления» (подробнее см. «Создание рекламной кампании»).

На шаге «Инвентарь» для рекламной кампании типа «retail», помимо настроек с SSP, тематическими каналами и IAB категориями, доступен выбор самого интернет-магазина и соответствующей аудитории, которые были созданы ранее (см. Рисунок 76).

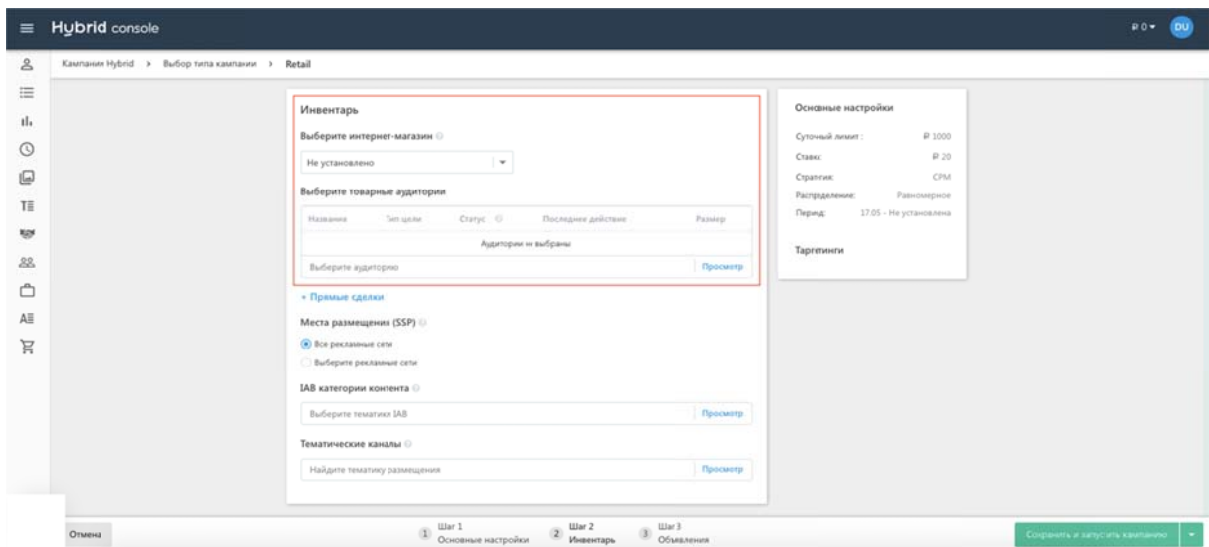


Рисунок 76 – Страница настроек для рекламной кампании типа «retail»

На шаге «Объявления» для рекламной кампании типа «retail» доступны следующие настройки (см. Рисунок 77):

- выбор шаблона баннера.
- выбор размера баннера.
- ввод текста баннера.
- выбор цвета элементов креатива баннера.

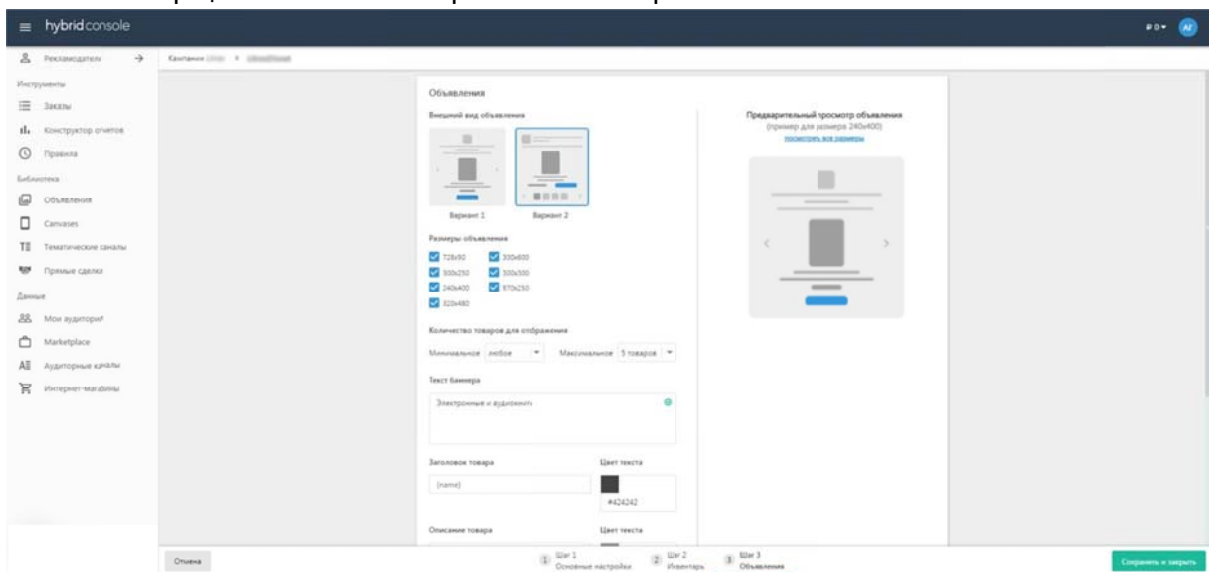


Рисунок 77 – Страница настроек для рекламной кампании типа «retail»

После выбора и ввода необходимой информации по рекламной кампании типа «retail» объявление будет сформировано автоматически. Рекламная кампания типа «retail» готова к запуску.

Для подтверждения создания рекламной кампании типа «retail» и перехода к ее запуску нажмите кнопку «Сохранить и закрыть (см. Рисунок 77).
Созданная рекламная кампания отображается в личном кабинете в разделе «Рекламодатели» на странице выбранного рекламодателя.

Решение типовых проблем

Проблемы с авторизацией на сайте

Если при попытке входа под вашими логином и паролем вы получаете ошибку "Неверный логин или пароль", обратите внимание на:

- Корректность выбранной в текущий момент раскладки клавиатуры (выбранный язык).
- Отсутствие при вводе пустых символов (пробел считается символом).
- Правильность указания ваших данных.

Если войти не получается при соблюдении вышеперечисленных условий, обратитесь в службу технической поддержки.

Нет доступа к платформе

Проверьте наличие интернет-соединения, открыв любую другую страницу в браузере.

В случае обнаружения проблем с соединением, обратитесь к своему провайдеру.

Проверьте настройки и активность VPN-сервиса, отключите его.

Если предыдущие шаги не помогли, обратитесь в службу технической поддержки.