AdStart — документація

Відеоплеєр CSAI/SSAI, відеоаналітика, self-service для SMB

Згенеровано 2026-11-12 · https://support.adaptek.tv

Зміст

1. AdStart
2. AdStart — часті питання
3. Портал AdStart — огляд
4. Облікові записи, ролі й контакти
5. Створення ролика з брифу (AI)
6. Розрахунки — рахунки, оплата, акти
7. Статуси, публікація і зміни кампанії
8. Створення рекламної кампанії
9. Креативи — вимоги, документи і перевірка
10. Реєстрація, вхід і профіль
11. Звіти й аналітика
12. Самообслуговування для малого бізнесу

AdStart

Сучасний відеоплеєр з клієнтською та серверною рекламою, відеоаналітикою і самообслуговуванням для малого бізнесу.

AdStart — платформа керування відеорекламою з одного центру: легкий вбудовуваний плеєр, що працює з вашим ад-сервером (Google Ad Manager або будь-яким VAST), у двох режимах — клієнтському (CSAI) і серверному (SSAI через SSAI.TV).

Демо: demo-player.adstart.tv

Що вирішує

Типові проблеми застарілих плеєрів, які ми бачимо у медіа:

- зависання, зациклення, дублювання реклами, відсутній автоплей;
- контекст відео не передається рекламодавцю (а це найбільший важіль CPM);
- немає Adpod, оцінки перегляду, header bidding, FAST-каналів;
- втрачається інвентар: резюм-роли, пауз-роли, оверлеї, компаньйон-банери;
- до третини реклами «з'їдають» блокувальники;
- чужа телеметрія й неконтрольовані канали монетизації всередині плеєра.

Можливості

Реклама	Pre/mid/post-roll, пауз- і резюм-роли, поди, VMAP або медіаплан CMS, key-values контексту, PPID
Два режими	CSAI через Google IMA SDK або SSAI — склеєний потік без клієнтської рекламної сесії
Власний ад-сервер	Будь-яка мережа GAM — лише network code і ad unit у конфігу
Аналітика	Повний словник подій: контент, реклама, якість відтворення (QoE) — у ваш збирач або GA4. Відеоаналітика плеєра
Приватність	Жодної нашої телеметрії в збірці, інлайн-конфіг без мережевих запитів до нашої інфраструктури
Детектор блокувальників	Надійний сигнал + повідомлення глядачу
Будь-яка CMS	Джерело контенту — одна функція; готовий адаптер для VideoCMS

Самообслуговування для малого бізнесу

Окремий модуль — продаж реклами МСБ без менеджера: Самообслуговування для малого бізнесу. Покрокова інструкція до кабінету — Портал AdStart.

Встановлення

Три ролі — розробник порталу, ad ops, інженер SSAI — і чек-листи приймання:

Встановлення плеєра — огляд.

AdStart — часті питання

Кампанії, креативи, ціна, звіти, облікові записи і контакти в порталі AdStart — коротко про те, що питають найчастіше.

Відповіді описують поточну поведінку порталу AdStart. Покроковий процес для малого бізнесу — Самообслуговування для малого бізнесу.

Перед початком

Чому я не бачу потрібної кампанії чи кнопки?

Перевірте **активну компанію** у верхній панелі: кампанії, звіти й контакти показуються в межах вибраної компанії. Зміна компанії не змінює вашу роль. Якщо кнопки немає або вона неактивна, перевірте також свою роль, стан запису і чи виконано обов'язкові умови (наприклад, компанію погоджено).

Які ролі є в порталі?

Ролі порталу — Owner, Admin, AdOps. Ролі компаній: адміністратор, менеджер і валідатор правовласника; адміністратор, менеджер і спостерігач рекламодавця. Один обліковий запис може мати різні ролі в різних компаніях.

Кампанії

Що підготувати для кампанії?

Погоджену компанію-рекламодавця, унікальну назву кампанії, бренд, бюджет, дати, регіони та аудиторію, пакет каналів, готовий відеокреатив, категорію продукту IAB і, за потреби, `https://` трекер початку перегляду.

Чернетка зберігається?

Так, форма зберігає чернетку автоматично приблизно через секунду після змін — час останнього збереження видно над формою. Автозбереження не замінює кнопки «Зберегти без відправлення» чи «Опублікувати».

Що означають порожні фільтри?

Не вибраний жанр, пакет, місто чи аудиторний параметр означає **весь доступний інвентар**, а не порожню аудиторію. Окуповані території виключаються завжди; території з активними чи можливими бойовими діями додаються лише за вашим вибором.

Кампанія може тривати кілька місяців?

Може, але зараз вона потрапляє до замовлення місяця початку — перевірка покаже попередження. Облік показів і витрат наступного місяця погоджуйте з бухгалтерією.

Частота і час показу — у якому часовому поясі?

Частота — максимум показів на користувача за день, тиждень, місяць чи всю кампанію. Частини дня (ранок 06–10, день 10–16, прайм 16–23, ніч 23–06) застосовуються в часовому поясі рекламної мережі.

Ціна в кампанії — це рахунок?

Ні. Базовий CPM, модифікатори, орієнтовні покази й витрати — розрахункова підказка на основі продуктів порталу. Це не рахунок і не списання коштів.

Що відбувається після «Опублікувати»?

Для рекламодавця «Опублікувати» — це подання на розгляд команді порталу, а не одразу запис у Google Ad Manager. Портальна роль схвалює кампанію, повертає на доробку з коментарем або публікує в GAM після всіх блокуючих перевірок: компанію погоджено, креатив схвалено, документи є, оплату отримано.

Можна редагувати опубліковану кампанію?

Так, з обмеженнями: між змінами може діяти пауза (портал покаже найраніший час); перед збереженням портал звіряє кампанію з GAM. Якщо кампанію змінили безпосередньо в GAM, автоматичне застосування змін заморожується, і запит чекає погодження портальною роллю.

Креативи

Які вимоги до відео?

Для OTT: MP4, 1920×1080, 16:9, від 25 fps, H.264, AAC stereo 192 кбіт/с, 48 кГц, **ціла кількість секунд**. Максимум 100 МБ. Файли понад налаштований поріг (типово 30 МБ) оптимізуються в браузері перед завантаженням — не закривайте сторінку до завершення. Детальні вимоги для серверної вставки — Вимоги до рекламних креативів.

Чи треба завантажувати ролик щоразу заново?

Ні. Завантажений креатив з'являється в реєстрі креативів рекламодавця — його можна вибрати в новій кампанії. Назва креативу має бути унікальною для рекламодавця і бренду.

Навіщо категорія IAB?

Категорія продукту визначає, на яких каналах і в яких блоках креатив допустимий, і потрібна для перевірки. Обирайте найточнішу категорію. Змістовна перевірка креативу (право, музика, документи) — відповідальність рекламодавця, правовласник чи sales house погоджують креатив окремо.

Звіти

Чому звіт порожній?

Звіт обмежується вашим доступом: рекламодавець бачить лише свої кампанії,

правовласник чи OTT — пов'язаний інвентар. Перевірте період, активну компанію, наявність опублікованих кампаній і чи надійшли дані з GAM.

Чим базові звіти відрізняються від розширених?

Базові будуються одразу під формою: метрика (покази, охоплення, дохід), рядки й стовпці для порівняння, період до трьох місяців. **Розширені** завжди створюють файл у реєстрі: більше метрик і розрізів (година, пристрій, регіон, місто). Спосіб виконання портал обирає сам — автоматично, асинхронним запитом до GAM або вручну командою порталу.

Що означають значки в реєстрі звітів?

 готово · у черзі · помилка · автоматично · вручну · позначено як бракований · спільний результат іншого замовника. Однаковий запит не дублюється — готовий результат додається до вашого реєстру як спільний.

Чому охоплення не можна рахувати за довільний період?

Охоплення — унікальні глядачі, його не можна просто скласти по днях. За довільний період воно рахується окремим розширеним запитом.

Облікові записи і контакти

Чим обліковий запис відрізняється від контакту?

Обліковий запис дає вхід у портал, ролі й доступ до компаній. Контакт — запис про людину в картці компанії, він може не мати входу. Форма контакту не створює облікового запису: спершу створіть акаунт, потім пов'яжіть його з контактом.

Як тимчасово закрити доступ?

Відкрийте акаунт, встановіть статус «Неактивний» і збережіть. Видалення — не спосіб тимчасово закрити доступ: воно видаляє акаунт і звільняє email, але не видаляє компанію та контакти. Власний акаунт видалити чи деактивувати не можна.

Відеодокази

Що таке відеодоказ?

Запис екрана під час показу ролика на конкретному каналі OTT-провайдера плюс покадрові знімки — підтвердження для рекламодавця, що реклама справді вийшла. Реєстр показує по одному рядку на креатив і чіпи провайдерів, де він мав покази. Для запису на більшості провайдерів потрібне розширення браузера; дозвіл на запис екрана зберігається для наступних записів у тому самому вікні.

Портал AdStart — огляд

Що вміє кабінет AdStart, хто в ньому працює, як іде кампанія від чернетки до ефіру і де що шукати в меню.

Портал AdStart (кабінет на adstart.tv) дає рекламодавцю можливість самостійно спланувати, погодити, оплатити й запустити відеорекламу в OTT/CTV — на Smart TV, у застосунках і на вебі — без знання Google Ad Manager і технології серверної вставки. Правовласники, OTT-платформи й sales house працюють у тому самому кабінеті, кожен у своїх межах.

Хто працює в порталі

Тип компанії	Що робить
Рекламодавець	Створює кампанії, завантажує креативи, оплачує рахунки, дивиться звіти
Агенція	Працює від імені рекламодавців, де це дозволено
Правовласник	Володіє каналами; погоджує креативи для своїх рекламних місць
Sales house	Продає рекламу на закріплених каналах; може отримати делеговану перевірку креативів
OTT-платформа	Розповсюджує канали глядачам; бачить статистику свого інвентарю
AdStart	Команда порталу: погоджує компанії, перевіряє й публікує кампанії, підтримує клієнтів

Компанія, контакт і обліковий запис — різні речі: одна людина може мати доступ до кількох компаній з різними ролями. Докладно — Облікові записи, ролі й контакти.

Шлях кампанії

1. **Реєстрація** компанії й підтвердження email — Реєстрація, вхід і профіль.
2. **Погодження компанії** командою AdStart. Без нього чернетку можна зберегти, але не подати.
3. **Кампанія** — одна форма з п'яти секцій: основне, аудиторія й пакети, креатив, ціна, перевірка — Створення рекламної кампанії.
4. **Креатив** — завантажений ролик або згенерований у порталі з брифу — Креативи — вимоги, документи і перевірка, Створення ролика з брифу (AI).
5. **Перевірка** — технічна, команди AdStart і, якщо канал цього вимагає, правовласника чи sales house.
6. **Оплата** рахунку — карткою або переказом — Розрахунки — рахунки, оплата, акти .
7. **Публікація** в Google Ad Manager командою порталу і показ у погоджений період — Статуси, публікація і зміни кампанії.
8. **Звіти й аналітика** — покази, охоплення, виконання плану — Звіти й аналітика.
9. **Відеодоказ** — запис екрана з показом ролика на каналі — Відеодоказ показу.

Меню

Розділ	Що там
Головна	Активні кампанії, покази за вчора, охоплення за платформами, виконання плану й бюджету
Кампанії	Реєстр кампаній, створення, паспорт і аналітика кампанії
Креативи	Креативні пакети: відео, документи, перевірки; створення креативу з брифу
Відеодоказ	Записи показів роликів на каналах
Інвентар	Канали, платформи, пакети, рекламні місця (для правовласників і команди порталу)
Звіти	Базові й розширені звіти, реєстр файлів
Розрахунки	Рахунки, оплата, баланс, акти
Підтримка	Довідка з пошуком і звернення вашої компанії
Адміністрування	Облікові записи, компанії, ролі — за правами ролі

Недоступні вашій ролі розділи просто не показуються.

Активна компанія

У верхній панелі обирається компанія, від імені якої ви працюєте. Кампанії, звіти, рахунки й контакти показуються в межах цієї компанії. Перед створенням кампанії чи замовленням звіту перевірте, що вибрана правильна компанія. Зміна компанії не змінює вашу роль і не розширює права.

Що далі

- Рекламодавцю — почніть з Реєстрація, вхід і профіль і Створення рекламної кампанії.
- Правовласнику чи sales house — Для правовласників і sales house.
- Відповіді на часті питання — AdStart — часті питання.

Облікові записи, ролі й контакти

Як адміністратор компанії додає користувачів, призначає ролі, веде контакти і тимчасово закриває доступ.

Обліковий запис і контакт

- **Обліковий запис** — вхід у портал, ролі й доступ до компаній.
- **Контакт** — запис про людину в картці компанії (менеджер, договори, фінанси, технічний, контакт клієнта); може не мати входу.

Форма контакту не створює облікового запису. Коли адміністратор зберігає акаунт із призначенням на компанію, портал сам створює або пов'язує контакт із таким самим email.

Ролі

Роль	Може
Адміністратор рекламодавця	Усе в своїй компанії, зокрема призначати менеджерів і спостерігачів
Менеджер рекламодавця	Створювати й вести кампанії, креативи, звіти
Спостерігач рекламодавця	Лише переглядати
Адміністратор правовласника / sales house	Керувати своєю компанією, призначати менеджерів і валідаторів
Менеджер правовласника / sales house	Працювати з інвентарем і кампаніями на своїх каналах
Валідатор	Лише погоджувати, відхиляти чи запитувати зміни в креативах для своїх рекламних місць
AdStart Owner / Admin / AdOps	Команда порталу

Один обліковий запис може мати різні ролі в різних компаніях — додавайте окремий рядок призначення, а не новий акаунт. Роль не можна призначити вище за власні повноваження.

Додати користувача

1. **Адміністрування → Облікові записи → Додати обліковий запис.**
2. Ім'я, унікальний email, телефон (якщо відомий), статус.
3. Рядок призначення: компанія → роль; за потреби — опис області доступу.
4. **Зберегти.** Щоб людина створила пароль, надішліть **запрошення** — посилання прийде на її email.

Статуси

Статус	Що означає
Активний	Може працювати згідно з ролями

Запрошений	Акаунт створено, пароль ще не встановлено або email не підтверджено
Неактивний	Вхід призупинено

Тимчасово закрити доступ — відкрийте акаунт, оберіть «Неактивний» і збережіть. **Видалення** стирає акаунт і звільняє email, але не видаляє компанію й контакти. Власний акаунт видалити чи деактивувати не можна.

Контакти

Робочі контакти ведіть у **картці компанії → Контакти**:

1. **Додати контакт** → тип, ім'я, email, телефон, примітки.
2. За потреби виберіть **Пов'язаний обліковий запис** — ім'я, email і телефон підставляться з акаунта; можна одразу додати роль у цій компанії, не змінюючи доступ в інших.
3. Щоб уникнути дублів — один робочий email і перевірка списку перед створенням.

Картка компанії

Логотип, сайт, юридичні дані (ЄДРПОУ, ПДВ, адреси, IBAN), договори (формуються з шаблону: чернетка → сформовано → очікує підпису → підписано) і контакти. Статус перевірки компанії змінює лише команда AdStart.

Створення ролика з брифу (AI)

Як заповнити бриф, проаналізувати сайт, згенерувати варіанти відео, додати ціни, контакти, QR-код, озвучення і музику, пройти чек-лист і отримати документ про походження.

Якщо готового ролика немає, його можна створити в порталі: **Креативи → Створити креатив**. Спершу заповнюється **бриф** (паспорт створення), потім генеруються варіанти відео.

1. Бриф

Бриф зберігається як чернетка з першого введеного символу — незавершені брифи видно в списку «Незавершені заявки на креатив».

Секція	Що заповнити
Сайт компанії	Адреса сайту — кнопка Проаналізувати сайт запропонує бренд, продукти, аудиторію й тон комунікації. Результат лише підказка: перевірте його і натисніть Використати в брифі
Продукт	Назва (обов'язково), опис, побажання до реклами: що обов'язково має бути в ролику, акценти, заборони
Цільова аудиторія	Хто конкретно дивитиметься рекламу — не лише вік і стать. Чим точніше опис, тим точніше сцена
Заклик до дії	З готових варіантів або власний; з'являється і текстом на екрані, і в озвученні
Тривалість	Тривалість ролика в секундах
Контакти	Телефон, email, адреса, сайт
Ціни	Рядки «за що — сума — валюта»
Фото продукту	До 3 фото — щоб продукт у ролику виглядав як насправді, а не як наближення
Розміщення на екрані	Ціна й контакти знизу або зверху; QR-код автоматично стає з протилежного боку
QR-код	Куди веде і з якого боку екрана

Ціни, контакти й QR-код накладаються на готове відео точно, як введено, — їх не «домальовує» модель, бо помилкова ціна в рекламі — юридична проблема.

Коли бриф готовий, натисніть **Позначити готовим**.

> **Примітка:** Якщо у вас портальна роль і компанію не вибрано, портал спершу спитає, для якої компанії створюється креатив.

2. Баланс і оплата генерації

Генерація оплачується з балансу компанії. Кожен запуск створює кілька варіантів відео — **оплачуються всі згенеровані варіанти**, незалежно від того, який ви оберете. Поповнити баланс можна карткою (від 10 грн) кнопкою **Поповнити баланс**.

3. Генерація варіантів

1. Натисніть **Згенерувати варіанти** — генерація триває кілька хвилин.
2. Перегляньте варіанти і натисніть **Обрати цей варіант** — портал накладе ціну, контакти й QR-код і збереже **фінальний ролик**.
3. За бажанням натисніть **Додати озвучення та музику**.

> **Увага:** Необрані варіанти автоматично видаляються через добу після генерації — завантажте потрібні відео заздалегідь.

Накладення і звук обробляються в браузері; якщо виникає помилка — спробуйте Chrome або Edge.

4. Комплаєнс і документи

Дорадчий чек-лист за Законом України «Про рекламу» (не юридична консультація):

Стаття	Що перевірити
ст. 7–8	Точність і достовірність фактів, цін і тверджень
ст. 8	Заборонений контент: дискримінація, підсвідомий вплив, неправдиві знижки, державна символіка, зображення реальних людей без згоди
ст. 10	Добросовісність: реклама не вводить в оману щодо якості, властивостей чи походження
ст. 20	Реклама для дітей: без прямих закликів до купівлі, небезпечних сцен і зброї
ст. 21	Лікарські засоби: лише безрецептурні, застереження «Самолікування може бути шкідливим для вашого здоров'я»
ст. 32	Мова: текст і озвучення беруться лише з ваших українських полів брифу — виконується автоматично

Пункти, що стосуються вашого продукту (наприклад, ліки чи діти), позначаються окремо. Підтвердіть чек-лист — після цього доступний **Документ про походження**: модель, промпт, дата створення й ліцензійні умови для ваших записів.

Блок **Схожі креативи** показує текстову схожість з іншими вашими брифами — це орієнтир, а не перевірка авторських прав.

5. Використання в кампанії

Фінальний ролик з'являється серед креативів рекламодавця — виберіть його в секції «Креатив» кампанії: 3. Креатив.

Розрахунки — рахунки, оплата, акти

Як формується вартість, як оплатити рахунок карткою чи переказом, баланс компанії, акти й акт звірки, повернення коштів.

Вартість

- Модель — **CPM**, ціна за 1000 показів. Базові ставки опубліковано на сторінці «Ціни та тарифи» на adstart.tv.
- Остаточна вартість кампанії залежить від каналів, аудиторії, періоду, тривалості ролика й обсягу розміщення — її видно в секції «Ціна» кампанії та у виставленому рахунку.
- Ціни в кабінеті — **без ПДВ**; до суми рахунку додається **ПДВ 20%**. Рахунок показує суму без ПДВ, ПДВ і суму до сплати.

Рахунки

Розрахунки — усі рахунки вашої компанії:

Статус	Що означає
Чернетка	Рахунок готується
Виставлено	Очікує оплати до зазначеної дати
Оплачено	Оплату отримано (повністю або частково — видно в колонці «Оплата»)
Прострочено	Строк оплати минув
Скасовано	Рахунок анульовано

Рахунок можна завантажити. Кампанія запускається на показ після надходження оплати (передоплата).

Як оплатити

- **Карткою** Visa/Mastercard — кнопка **Оплатити карткою** (LiqPay, ПриватБанк). Дані картки обробляє лише платіжний сервіс; портал їх не зберігає.
- **Банківським переказом** за реквізитами в рахунку — у призначенні платежу обов'язково вкажіть **номер рахунку**.

Баланс

Переплата залишається на **балансі компанії**. На рахунку можна позначити **«Використати баланс»** — сума спишеться з балансу; зніміть позначку, щоб повернути суму на баланс і використати для іншого рахунку. Той самий баланс оплачує генерацію роликів — 2. Баланс і оплата генерації.

Акти

- **Акт наданих послуг** доступний після оплати і завершення кампанії.

- **Акт звірки** формується за період — спершу оберіть компанію в перемикачі згори.

Повернення коштів

- Кампанія ще не запускалася — кошти повертаються повністю.
- Кампанію виконано частково — повертається вартість невикористаного обсягу показів, пропорційно.
- Повернення — тим самим способом: на картку через LiqPay до 30 днів (залежно від банку), переказом — протягом 3 банківських днів.
- Надішліть запит на пошту, вказану на сайті adstart.tv, з номером рахунку чи кампанії та причиною — розгляд до 3 робочих днів.

Повні умови — у публічній оферті та розділі «Оплата та повернення» на adstart.tv.

Статуси, публікація і зміни кампанії

Що відбувається після подання — статуси кампанії, повернення на доробку, умови публікації, пауза, синхронізація з GAM і зміни вже опублікованої кампанії.

Статуси

Статус	Що означає
Чернетка	Кампанію збережено, її можна редагувати
На розгляді	Подано команді порталу
Погоджена / Відхилена	Рішення команди порталу
Очікує оплати / Оплачена	Стан рахунку
Готова до публікації	Усі перевірки пройдено
Публікується	Триває запис у Google Ad Manager
В ефірі	Кампанія опублікована і показується
На паузі	Покази тимчасово зупинено
Завершена	Період кампанії минув
Потрібна звірка	Результат публікації неоднозначний — команда порталу перевіряє вручну
Заблоковано	Кампанія не пройде публікацію, доки не усунено причини
Помилка	Публікація не вдалася

Повернення на доробку

Команда порталу може повернути кампанію в чернетку з **обов'язковим коментарем**. Коментар видно над формою кампанії: виправте зазначене й подайте знову.

Умови публікації

Кампанію публікує в Google Ad Manager команда порталу, коли:

- компанію погоджено;
- продукт та інвентар визначено;
- креатив погоджено AdStart і, якщо потрібно, правовласником чи sales house;
- документи погоджено або вони не потрібні;
- оплату отримано (або команда порталу дозволила ручну оплату);
- технічна перевірка готовності пройдена.

Причини блокування видно в паспорті кампанії.

Паспорт кампанії

Відкрийте кампанію в реєстрі. Вкладка **Паспорт** показує всі налаштування, готовність, документи, оплату, технічний стан і журнал дій (хто, коли, що змінив).

Вкладка **Аналітика** — фактичні покази й охоплення: Аналітика кампанії.

Після публікації

Команді порталу доступні:

- **синхронізація з GAM** — звірка фактичного стану кампанії;
- **пауза і відновлення** в GAM;
- порівняння налаштувань порталу і GAM.

Зміни опублікованої кампанії

- Між змінами може діяти **пауза (cooldown)** — портал покаже найраніший час наступної зміни. Для термінових змін зверніться в підтримку.
- Перед збереженням портал заново звіряє кампанію з GAM.
- Якщо кампанію змінили **безпосередньо в GAM**, портал позначає «Змінено з боку GAM», заморожує автоматичне застосування змін і створює **запит на зміну** зі статусом «Очікує погодження». Команда порталу спершу вручну узгоджує стан у GAM, потім погоджує або відхиляє запит.

> **Увага:** Не позначайте кампанію узгодженою, доки стан у GAM фактично не перевірено.

Кампанії в реєстрі

Реєстр підтримує пошук (назва, рекламодавець, бренд), сортування, фільтр статусів і вивантаження в Excel. Масові дії залежать від ролі: дублювання, архівування, публікація й синхронізація з GAM — для команди порталу.

Створення рекламної кампанії

Покроково — п'ять секцій форми кампанії, географія й територіальні ризики, аудиторія, частота й час показу, креатив, ціна і перевірка готовності.

Кампанія заповнюється в одній формі з п'яти секцій: **Основна інформація → Аудиторія та пакети → Креатив → Ціна → Перевірка**. Праворуч (на телефоні — під формою) видно **паспорт кампанії** з усіма вибраними параметрами.

Що підготувати

- погоджену компанію-рекламодавця;
- назву кампанії, бренд, бюджет у гривнях і дати;
- регіони, міста, аудиторію і пакет каналів;
- готовий відеоролик — або спершу створіть його з брифу: Створення ролика з брифу (AI);
- категорію рекламованого продукту за IAB;
- за потреби — трекер початку перегляду (`https://…`) від вашого вимірювача.

Як почати

1. Перевірте **активну компанію** у верхній панелі.
2. Відкрийте **Кампанії → Створити кампанію**.
3. Переконайтеся, що в полі «Рекламодавець» вибрана потрібна компанія.

Форма зберігає чернетку автоматично приблизно через секунду після кожної зміни — час останнього збереження видно над формою. Автозбереження не замінює кнопок у кінці форми.

1. Основна інформація

Поле	Правило
Назва кампанії	Унікальна в межах рекламодавця. Її бачите лише ви й команда порталу; в Google Ad Manager передається конфіденційний псевдонім
Рекламодавець	Компанія, від імені якої ведеться кампанія
Бренд	Обов'язково
Бюджет	У гривнях, без ПДВ
Дата початку і завершення	Завершення не раніше початку

> **Примітка:** Кампанія може перетинати межу місяця, але зараз вона враховується в замовленні місяця початку — перевірка покаже попередження.

2. Аудиторія та пакети

Регіони і територіальні ризики

1. Оберіть один або кілька регіонів (областей).

2. Режим **«Усі, окрім окупованих»** увімкнено завжди — окуповані території виключаються автоматично.
3. За бажанням додайте категорії **«Можливі бойові дії»** і **«Активні бойові дії»**. Населені пункти, де не працюють зв'язок чи інфраструктура, не додаються навіть тоді.

Міста

Шукайте місто за назвою, після вибору регіону чи району, за типом населеного пункту або швидким фільтром: понад 50 тис., понад 100 тис., обласні центри, міста-мільйонники, районні центри, курортні міста. Якщо місто не вибрано — кампанія охоплює всі доступні міста в межах інших умов.

Жанри, стать, вік і пакети

- **Жанри** — тематика каналів за класифікацією IAB.
- **Стать** і **вікові групи** — аудиторія каналів.
- **Пакети** — готові набори каналів (наприклад, жіночий, чоловічий, дитячий, музичний).

Порожній вибір означає **весь доступний інвентар**, а не порожню аудиторію. Кнопка **«Переглянути відповідні канали»** показує, які канали підходять під вибрані умови, — це лише перегляд.

Частота і час показу

Параметр	Варіанти
Частота	Максимум показів одному глядачеві за день, тиждень, місяць або весь період
Дні	Усі, лише будні, лише вихідні
Частини дня	Ранок 06:00–10:00 · День 10:00–16:00 · Вечір / прайм 16:00–23:00 · Пізня ніч 23:00–06:00

Час показу застосовується в часовому поясі рекламної мережі.

3. Креатив

У полі «Джерело креативу» оберіть:

- **Існуючий** — креатив цього рекламодавця з реєстру; перевірте тривалість, категорію IAB і трекер.
- **Додати новий** — введіть унікальну назву, додайте відеофайл і дочекайтеся завершення оптимізації та завантаження.

Правила для нового ролика:

- до **100 МБ**; файли понад 30 МБ браузер автоматично оптимізує перед завантаженням — не закривайте сторінку;
- тривалість визначається автоматично; вона має бути цілою кількістю секунд;
- назва не повторюється для того самого рекламодавця і бренду;
- трекер — повна `https://` адреса.

Технічні вимоги й перевірки — Креативи — вимоги, документи і перевірка.

4. Ціна

Секція показує базовий CPM, сукупний модифікатор, орієнтовний CPM, **орієнтовну кількість показів** (бюджет ÷ CPM × 1000) і витрати. Це розрахункова підказка на основі тарифів порталу, а не рахунок. Ціни — без ПДВ. Публічні базові ставки — на сторінці «Ціни та тарифи» сайту adstart.tv.

5. Перевірка

Індикатори готовності:

- компанію погоджено;
- креатив має тривалість;
- документи погоджені або не потрібні;
- креатив затверджено;
- оплату отримано.

Кнопки:

Кнопка	Що відбувається
Зберегти без відправлення	Кампанія лишається чернеткою
Опублікувати	Кампанія подається на розгляд команді порталу (для рекламодавця це не запис у Google Ad Manager)

Що відбувається далі — Статуси, публікація і зміни кампанії.

Чекліст перед поданням

- вибрано правильного рекламодавця;
- назва кампанії унікальна;
- бюджет і бренд заповнені;
- перевірено попередження про перехід через місяць;
- перевірено географію та територіальні ризики;
- перевірено частоту, дні й частини дня;
- креатив завантажено або вибрано, заповнено категорію IAB;
- документи погоджені або не потрібні;
- компанію погоджено.

Креативи — вимоги, документи і перевірка

Технічні вимоги до відео, креативний пакет, гарантійний лист і музична довідка, статуси перевірки AdStart і правовласника.

Розділ **Креативи** об'єднує все, що потрібно для запуску ролика: відео, документи й результати перевірок. Одиниця роботи — **креативний пакет**.

Технічні вимоги до відео

Параметр	Вимога
Контейнер	MP4
Роздільна здатність	1920×1080 (1080p), 16:9
Частота кадрів	від 25 fps
Відеокодек	H.264
Аудіо	AAC stereo, 192 кбіт/с, 48 кГц
Тривалість	ціла кількість секунд
Розмір	до 100 МБ; понад 30 МБ — автоматична оптимізація в браузері перед завантаженням

Технічна перевірка в пакеті показує по кожному параметру «Пройдено» або «Потрібна увага». Для серверної вставки в OTT краще завантажувати максимальну якість — вимоги SSAI.TV: Вимоги до рекламних креативів.

Креативний пакет

Пакет містить:

- кампанію, рекламодавця, бренд, категорію продукту IAB, дати, рекламне місце і правовласника;
- прев’ю відео;
- технічну перевірку;
- документи;
- стан перевірки AdStart і правовласника або sales house.

Завантажений ролик зберігається в реєстрі креативів рекламодавця — його можна вибрати в наступних кампаніях.

Документи

Документ	Що в ньому
Гарантійний лист	Компанія гарантує наявність усіх прав на креатив для конкретної кампанії, розміщення й періоду і відповідає за зміст матеріалів

Музична довідка	Креатив і версія, кампанія, короткий опис сюжету, музичні твори (назви, хронометраж), автори музики й тексту, виконавці, строк дозволу, виробник відео. Підтверджуються права і відсутність осіб і правовласників із держави-агресора
Додаткові документи	За вимогою каналу чи категорії товару

Документи можна завантажити або створити з шаблону. Статуси: відсутній → завантажено / створено → очікує перевірки → погоджено.

Перевірка креативу

Статус	Що означає
Чернетка	Пакет ще формується
Надіслано	Подано на перевірку
Очікує технічної перевірки	Перевіряються параметри відео
Очікує документів	Бракує документів
Очікує перевірки AdStart	Змістову перевірку робить команда порталу
Очікує перевірки паблішера	Потрібне рішення правовласника або sales house
Погоджено	Креатив можна використовувати
Відхилено / Запитано зміни	Рішення з обов'язковим коментарем

- Для кожного каналу визначено, хто перевіряє креативи: правовласник або делегований sales house. Достатньо одного погодження призначеного валідатора.
- Відхилення і запит змін завжди мають коментар — його видно в пакеті як «Останній коментар».

Категорія IAB

Категорія рекламованого продукту (за таксономією IAB Ad Product) визначає, на яких каналах і в яких блоках креатив допустимий. Обирайте найточнішу.

Зміст і право

Рекламодавець відповідає за зміст ролика і його відповідність Закону України «Про рекламу»: достовірність, заборонений контент, реклама для дітей, лікарські засоби, державна мова. Команда порталу може відмовити в розміщенні матеріалів, що порушують закон. Для роликів, створених у порталі, є дорадчий чек-лист — 4. Комплаєнс і документи.

Реєстрація, вхід і профіль

Як зареєструвати компанію в AdStart, підтвердити email, відновити пароль і налаштувати мову та часовий пояс.

Реєстрація компанії

1. Відкрийте сторінку реєстрації на adstart.tv.
2. Вкажіть ім'я, назву компанії, email і пароль (двічі), пройдіть перевірку «я не робот».
3. Натисніть **Створити обліковий запис** — на email прийде лист із посиланням.
4. Перейдіть за посиланням: email підтверджено, тепер можна увійти.

Реєстрація створює:

- **компанію** зі статусом «Очікує перевірки»;
- **обліковий запис** адміністратора цієї компанії — з доступом лише до неї.

Поки команда AdStart не погодить компанію, ви можете заповнювати дані й зберігати чернетки кампаній, але не подавати їх на публікацію.

> **Примітка:** Один email — один обліковий запис. Якщо email уже зайнятий, увійдіть або відновіть пароль. Надто часті спроби реєстрації тимчасово блокуються.

Статуси компанії

Статус	Що означає
Очікує перевірки	Компанію створено, AdStart перевіряє реквізити
Підтверджено	Можна подавати кампанії й отримувати рахунки
Відхилено	Перевірку не пройдено — зв'яжіться з підтримкою
Призупинено	Робота тимчасово зупинена

Змінювати статус може лише команда AdStart. Для перевірки заповніть у картці компанії юридичні дані: ЄДРПОУ, статус платника ПДВ, юридичну й поштову адресу, IBAN і банк.

Вхід і пароль

- Вхід — за email і паролем. Сесія триває вісім годин, потім потрібно увійти знову.
- **Забули пароль?** На сторінці входу оберіть відновлення: на email прийде посилання для створення нового пароля.
- Якщо обліковий запис створив адміністратор вашої компанії чи команда AdStart, ви отримаєте лист-запрошення з посиланням для створення пароля.

Профіль

Сторінка **Обліковий запис** (картка користувача внизу меню):

- ім'я й телефон; email змінює адміністратор;

- **мова інтерфейсу** — українська, English, русский; змінюється одразу для всього порталу;
- **часовий пояс** — використовується для дат у звітах, кампаніях і розкладах;
- зміна пароля.

Кілька компаній

Якщо ви працюєте з кількома компаніями, у верхній панелі з'являється перемикач компанії. Одна людина може бути, наприклад, менеджером одного рекламодавця і спостерігачем іншого — без другого облікового запису. Див. Облікові записи, ролі й контакти.

Звіти й аналітика

Головна панель, аналітика кампанії, базові й розширені звіти, реєстр звітів і що робити, якщо звіт порожній.

Дані про покази надходять із Google Ad Manager після щоденної синхронізації. До цього звіти коректно показують порожній стан.

Хто що бачить

- Рекламодавець — лише свої кампанії.
- Правовласник, sales house або OTT-платформа — пов'язаний із ними інвентар.
- Команда порталу — усе дозволене або дані вибраної компанії.
- Користувач без компанії чи інвентарю отримає порожній результат.

Головна

Активні кампанії, покази за вчора, покази за період, охоплення за платформами, виконання плану показів і використання бюджету.

Аналітика кампанії

Кампанія → вкладка **Аналітика**:

1. Період: сьогодні, 7 днів, 30 днів, увесь термін або довільний.
2. Розріз: дата, канал або платформа.
3. Покази, охоплення, виконання плану показів і бюджету, графік.

Охоплення за довільний період рахується окремим запитом. Поки кампанія йде, охоплення «попереднє», після завершення — «остаточне».

Додаткові звіти за запитом (регіон, місто, пристрій, година, таргетинг, охоплення за період) формуються в GAM асинхронно — статус «Надіслано → Виконується → Готово».

Базові звіти

Звіти → Базові звіти. Таблиця оновлюється одразу після зміни параметрів.

1. **Метрика:** покази, охоплення або дохід (розрахунок покази × CPM кампанії).
2. **Рядки:** дата, канал, платформа, кампанія.
3. **Стовпці** (необов'язково): для зведеного порівняння, наприклад кампанії × платформи. Дата стовпцем не буває, одна ознака не може бути і рядком, і стовпцем.
4. **Період:** доба, 7 днів, 30 днів, поточний місяць або довільний — до трьох місяців.

Результат можна шукати, сортувати й вивантажити в CSV або Excel.

> **Примітка:** Охоплення — унікальні глядачі, його не можна скласти по днях. Тому для охоплення доступні лише рядки «платформа» або «кампанія», без стовпців і без довільного періоду.

Розширені звіти

Звіти → Розширені звіти — результат завжди файл у реєстрі.

- **Метрики** (кілька): покази, охоплення, дохід, покази × тривалість у секундах, кількість кампаній.
- **Агрегація** для адитивних метрик: сума або середнє за добу.
- **Рядки й стовпці** (кілька): дата, година, канал, платформа, кампанія, пристрій, регіон, місто.
- **Період:** сьогодні по годинах, сьогодні, 7 днів, поточний тиждень, 30 днів, поточний місяць, довільний.

Натисніть **Сформувати** — портал сам обере спосіб: автоматично з щоденних даних, асинхронним запитом до GAM або ручним замовленням для команди порталу. Однаковий запит не дублюється — готовий результат додається до вашого реєстру як спільний.

Реєстр звітів

Значок	Що означає
	Готово — натисніть ID, щоб завантажити файл
	У черзі або виконується
	Помилка
/	Автоматичне / ручне формування
	Позначено як бракований
	Спільний результат іншого замовника

Дії: скопіювати параметри в конструктор (дати не копіюються), /поставити або зняти позначку бракованого, перегенерувати бракований, видалити власне замовлення. Спільний запис не можна видалити як власний. Коли звіт готовий, компанія отримує сповіщення.

Звіт порожній

Перевірте період, активну компанію, чи є опубліковані кампанії і чи пройшла синхронізація з GAM (дані з'являються наступного дня).

Самообслуговування для малого бізнесу

Як МСБ купує відеорекламу без менеджера — реєстрація, оферта, креатив, валідація, оплата, публікація через GAM.

Модуль AdStart для продажу реклами малому та середньому бізнесу без участі менеджера. Правовласник зберігає контроль на кожному етапі.

Як це працює

1. **Реєстрація.** Компанія реєструється на порталі й підписує онлайн-оферту; договір автоматично надсилається в систему електронного документообігу.
2. **Кампанія.** Після підтвердження компанія створює рекламну кампанію і додає креатив — власний або згенерований через інтегрований відеогенератор.
3. **Валідація.** Правовласник перевіряє креатив, система сканує супровідні документи.
4. **Оплата** — прямо на порталі.
5. **Публікація** через Google Ad Manager. Правовласник може заблокувати кампанію на будь-якому етапі.
6. **Докази виходу** — запис відеодоказів показу.

Покроково кожен етап описано в розділі Портал AdStart: реєстрація, кампанія, креативи, ролик з брифу, оплата, публікація, відеодоказ.

> **Примітка:** Модуль розгортається під конкретного правовласника. Щоб обговорити запуск — створіть звернення або напишіть на support@adaptek.tv.