SSAI.TV — документація

Серверна вставка реклами для OTT/CTV, playout, FAST-канали

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

Зміст

1. SSAI.TV
2. Вимоги до рекламних креативів
3. SSAI.TV — часті питання
4. Як працює SSAI.TV

SSAI.TV

Хмарний сервіс серверної персоналізованої вставки реклами для OTT-платформ, ТВ-каналів і FAST.

SSAI.TV — хмарний сервіс персоналізованої вставки реклами для OTT-платформ, які транслюють ТВ-канали та відео на запит. Сервіс змінює плейлист (маніфест) для кожного глядача окремо, зберігаючи цілісність і якість потоку.

Чому серверна вставка

- **Не блокується.** Реклама — частина того самого потоку, що й контент. Блокувальники на рівні браузера відсікають близько 30% клієнтської реклами; у SSAI цих втрат немає.
- **Однаково на всіх екранах.** Smart TV, приставки, мобільні застосунки, веб — без SDK на кожній платформі.
- **Якість як у ТБ.** Креативи перекодовуються під профілі потоку, гучність нормалізується за EBU R 128, без «чорних екранів» між контентом і рекламою.
- **Персоналізація.** Гео, пристрій, частота, соцдем та інші параметри за згодою сторін — те, чого немає в лінійному ТБ.
- **Не залежить від фронтенду.** Інтеграція на рівні доставки потоку, плеєр змінювати не обов'язково.

Що вміє

Можливість	Сторінка
Live-канали з мітками SCTE-35	Мітки SCTE-35 на каналі
VOD і FAST-канали з VOD-контенту	Як працює SSAI.TV
Будь-який VAST 3+ ад-сервер, зокрема Google Ad Manager	Технічні умови для ад-сервера, Налаштування Google Ad Manager для SSAI.TV
Доставка креативів через CDN оператора	CDN — вимоги для SSAI
Трекінг на сервері (S2S) або на клієнті	Client Side Tracking
Оверлеї та інтерактивні креативи (SIMID)	Оверлеї (SSAI Overlay), Інтерактивні креативи (SIMID)
Програматик-попит Google через PAL	Google PAL SDK для SSAI
Playout: власні канали Adaptek в HLS	Playout Adaptek — API та HLS-доставка

З чого почати

1. Прочитайте Як працює SSAI.TV — 5 хвилин, щоб зрозуміти ролі сторін.
2. Технічна команда OTT — огляд інтеграції і ТЗ інтеграції для OTT-платформи.
3. Команда каналу / playout — Мітки SCTE-35 на каналі.
4. Ad ops — Налаштування Google Ad Manager для SSAI.TV і Вимоги до рекламних креативів.

Питання, які виникають найчастіше, — у SSAI.TV — часті питання.

Вимоги до рекламних креативів

Формат, якість і звук відеокреативів для серверної вставки SSAI.TV.

Креатив перекодовується під профілі кожного потоку, тож на вході потрібна максимальна якість.

Параметр	Вимога
Відео	1920×1080, 25 fps, H.264, від 15 Мбіт/с
Аудіо	AAC, 48 / 96 кГц, 128 кбіт/с, одна доріжка 2.0 stereo
Контейнер	.mp4, .mov, .mxf, .mpeg
Доріжки	Обов'язково і відео, і аудіо
Гучність	Нормалізується автоматично за EBU R 128

Поради

- Креатив має бути придатним до транскодування: без захисту, без змінної частоти кадрів.
- Тривалість креативів у блоці краще підбирати під типову довжину рекламних блоків каналу — залишок заповнюється філлером.
- У line items ад-сервера має бути розмір **1920×1080**: запит без цього розміру часто повертає порожню відповідь. Див. Порожній VAST або NO AD.
- Безкоштовний GAM обмежує вбудований хостинг креативу 30 МБ — стисніть або використовуйте зовнішній хостинг.

> **Примітка:** Новий креатив перед першим показом транскодується, тому перший запит зазвичай дає філлер, а креатив з'являється в наступних блоках.

Валідація змісту креативу (права, музика, документи) — відповідальність сейлзхаусу й правовласника: Ролі та відповідальність.

SSAI.TV — часті питання

Відповіді на питання, які найчастіше ставлять OTT-платформи, канали й ad ops — мітки, інтеграція, заповнення блоків, статистика, трекінг.

Питання зібрані з реальних запусків і згруповані за темами. Якщо відповіді немає — створіть звернення.

Загальне

Чим SSAI кращий за клієнтську вставку (CSAI)?

Реклама — частина потоку, тож блокувальники її не бачать (у вебі вони відсікають близько 30% CSAI-реклами). Немає обриву потоку між контентом і рекламою, якість і гучність однакові, не треба підтримувати SDK під кожну платформу. Порівняння — Як працює SSAI.TV.

Чи потрібно змінювати плеєр?

Ні. Інтеграція на рівні доставки потоку: плеєр отримує звичайний HLS/DASH. Він має лише коректно обробляти `#EXT-X-DISCONTINUITY` на межі реклами. Для оверлеїв і клієнтського трекінгу потрібна невелика доробка — Оверлеї (SSAI Overlay), Client Side Tracking.

Який ад-сервер підтримується? Чи потрібна власна ad-платформа?

Власна платформа не обов'язкова: у рішення входить ад-сервер/DSP, у якому ваша команда створює кампанії (дати, покази або бюджет, таргетинг, частота) і завантажує ролики — решту робить SSAI.TV. Якщо у вас вже є ад-сервер, підключаємо будь-який, що віддає VAST 3+ і дозволяє server-to-server запити, зокрема Google Ad Manager / GAM 360 — Технічні умови для ад-сервера, Налаштування Google Ad Manager для SSAI.TV. Кілька ад-серверів можна поєднати каскадом (waterfall). Як заводити кампанії — Кампанії в ад-сервері для SSAI.

Чи підтримується MPEG-DASH?

Так. Основний сценарій — HLS, DASH підключається за окремими рекомендаціями (рекламний блок подається окремим Period). HLS і DASH часто співіснують: DASH/Widevine — Smart TV, Android, веб; HLS/FairPlay — пристрої Apple. Можна стартувати з того протоколу, який домінує у вашій аудиторії, а другий додати пізніше — поки що ці глядачі бачать оригінальний потік без вставок.

Які вимоги до HLS?

- Аудіо й відео в одному сегменті (muxed). Окремі аудіодоріжки в master-плейлисті (demuxed renditions) для SSAI не підтримуються — плеєр не зможе взяти аудіо для реклами. Вихід: одна доріжка або CMAF muxed.
- `RESOLUTION` у master-плейлисті у форматі `ШИРИНАxВИСОТА` (напр. `1920x1080`), обидва значення парні.

- Мітки SCTE-35 у кожному субманіфесті — Вимоги до міток у HLS.

Чи впливає стітчинг на якість і затримку?

Ні. Клієнт так само поступово отримує чанки плейлиста — просто частина чанків посилається на рекламу. Контент і реклама віддаються з тих самих кеш-серверів OTT. Затримка ефіру визначається протоколом (HLS/DASH) і CDN платформи: різні глядачі одного каналу природно мають різну затримку.

Як бути з DRM?

SSAI працює з маніфестом і не торкається контенту, тож DRM на контенті не заважає. Рекламні сегменти віддаються без шифрування; плеєр має коректно перемикатися між зашифрованими і незашифрованими сегментами. Якщо у вас secure link або токени в URL сегментів — передайте їх у запиті до SSAI, щоб посилання в плейлисті лишилися робочими.

Чи працює з VOD і архівом?

Так. У VOD брейки ставляться з медіаплану CMS, за ad rules (VMAP) або на стиках елементів контенту — пре-роли, мід-роли, пост-роли. Для архіву (catch-up, пауза, start over) реклама вставляється так само, як у live, якщо запис зберігає мітки SCTE-35 (формат TS, а не MP4) і запит плейлиста запису йде через SSAI. Архів, що зберігається в MP4, міток не має — для нього підходить пре-рол на старті.

Як працює реклама у FAST-каналах?

FAST — це модель монетизації, технічно це звичайний live-канал. Якщо канал збирається з VOD-бібліотеки плейаутом, мітки ставить плейаут: зазвичай пре-рол на початку епізоду і мід-роли кожні 15 хвилин. Плейаут Adaptek віддає готовий HLS з мітками — Playout Adaptek — API та HLS-доставка.

Мітки SCTE-35

Що таке CUE-OUT і CUE-IN?

CUE-OUT — вихід з ефіру в рекламу (початок блоку, містить тривалість). CUE-IN — повернення в ефір. У мітці SCTE-35 `splice_insert` це прапор `out_of_network_flag`: `true` — початок, `false` — повернення.

Що має зробити канал?

- Передавати мітки SCTE-35 окремим PID у транспортному потоці, з точною тривалістю блоку (duration).
- Ставити мітку на опорний кадр (IDR) на стику контенту, а не «по таймеру» посеред сцени.
- Мати бампери «реклама» і ставити мітки всередині них — тоді похибка нарізки лягає на бампер.

Параметри — Мітки SCTE-35 на каналі, порядок запуску — Запуск каналу — чекліст.

Звідки беруться мітки і чому їх може не бути в HLS?

Мітка проходить ланцюг: плейаут каналу (SCTE-104 у SDI) → енкодер (SCTE-35 окремим PID) → дистриб'ютор або телепорт → транскодер і пакувальник OTT → HLS/DASH → SSAI. Будь-яка ланка може її відкинути. Якщо в потоці немає навіть PID з мітками — його зрізала проміжна ланка, і потрібно запросити «версію з мітками». Якщо PID є, а міток у плейлисті немає — у пакувальнику OTT не ввімкнено розмітку HLS (SCTE-35 passthrough / manifest decoration).

У каналі кілька PID з мітками. Який брати?

Правовласник може розділяти мітки: одні — для лінійної реклами, інші — для динамічної. SSAI використовує лише погоджений PID динамічних блоків; інші блоки заміщувати не можна. OTT має залишити в потоці для SSAI тільки цей PID. Фільтрувати мітки краще один раз вище за ланцюгом, ніж нестандартно на кожному OTT.

Мітка без тривалості — це проблема?

Так. Тривалість з CUE-OUT визначає, скільки реклами підібрати: коли приходить закриваюча мітка, блок уже минув. Якщо канал не може передавати duration, можна домовитися про фіксовану тривалість брейку — SSAI підставить її. У пакувальнику OTT для таких міток обирайте завершення блоку «за закриваючою міткою», а не «за тривалістю».

Мітки тоновими сигналами або QR-кодами підходять?

Тільки як проміжний етап. SSAI працює з SCTE-35 у плейлисті: тонові сигнали (DTMF), QR-коди в кадрі тощо спершу має перетворити на SCTE-35 плейаут або партнер — до пакування, бо пакувальник, зустрівши SCTE-35, підрізає сегменти під мітку. Розпізнавати відео на стороні кожного OTT — ненадійно.

Як перевірити, що мітки є?

- У транспортному потоці: `ffprobe <url>` — у списку потоків має бути `Data: scte_35`. У RTMP окремої таблиці PMT немає, мітки йдуть окремою data-доріжкою.
- У плейлисті: теги `#EXT-X-CUE-OUT`, `#EXT-X-DATERANGE`, `#EXT-OATCLS-SCTE35` тощо — Формати міток у HLS.
- У кабінеті SSAI.TV біля кожного джерела видно зловлені мітки і статус: немає міток понад 4 години або вставки неможливі — червоний, у мітках бракує тегів, але вставки можливі — жовтий.

Мітки на каналі можуть виходити рідко — для перевірки попросіть у каналу розклад міток на кілька днів уперед.

Можна вставляти рекламу без міток?

У live — лише примусово за розкладом (наприклад, для тестування плеєрів), контент при цьому обривається без урахування сюжету. Для VOD — пре-роли і мід-роли за тривалістю або на стиках контенту. SSAI не вставляє рекламу «за сіткою мовлення» чи монтажним листом — лише за мітками.

Інтеграція з OTT

Що потрібно від OTT-платформи?

HLS (або DASH) з мітками, доступний для серверів SSAI.TV, і посилання на плейлист SSAI для глядачів замість оригінального. Разом із запитом плейлиста передаються IP глядача, User-Agent і унікальний ID пристрою — без них не працюють гео, частота й охоплення. Покроково — ТЗ інтеграції для OTT-платформи.

Як виглядає посилання на потік з рекламою?

`https://<хост>/out/<ключ>/master.m3u8?uid={ID_користувача}&cdn={ваш_CDN}` — `uid` обов'язковий, без нього реклама не підбирається; `cdn` підставляється в посилання на контент. Для архіву — `.../vod/<ключ>/master.m3u8?src={url_запису}`. Хост може бути вашим доменом (CNAME), за яким працює SSAI.TV.

Навіщо кешувати рекламу на нашому CDN?

Під реальним навантаженням рекламні сегменти мають віддаватися з CDN оператора, як і контент: `https://<ваш-cdn>/creatives/*` → `https://cdn.ssai.tv/creatives/*`, кеш до 7 днів. Якщо креативи тягнуться для кожного глядача окремо, перед рекламою можливі фрізи. Плейлисти не кешуються — вони персональні. Деталі — CDN — вимоги для SSAI.

Які домени додати у whitelist?

Домен першого рівня `*.ssai.tv` — конкретні піддомени можуть змінюватися. IP-адреси серверів, що забирають ваш origin, надасть ваш менеджер.

Що буде, якщо SSAI.TV недоступний?

OTT перемикає глядача на оригінальний потік без реклами — на старті сесії, якщо плейлист від SSAI не отримано. Перемикати глядача посеред сесії не варто: у плейлистах різна нумерація сегментів, і плеєр може зависнути.

Ми редиректимо плейлист через свій CDN. На що зважати?

- Запити SSAI за оригінальним плейлистом не мають редиректитися назад на SSAI, інакше виникне нескінченна петля. Використовуйте окремий домен для origin або параметр у запиті.
- Не хардкодьте один домен SSAI і одну ноду CDN — вони можуть змінюватися.
- Прокидайте заголовки: IP (`X-Forwarded-For` / `X-Real-IP`), User-Agent і ID пристрою.
- Найпростіша схема: плеєр одразу отримує посилання SSAI, а сегменти тягне з вашого CDN.

Реклама і заповнення блоку

Що, якщо реклами на весь блок не вистачило?

Залишок заповнює філлер, погоджений з каналом. Якщо реклами менше за поріг fillfloor (за замовчуванням 50% тривалості блоку, налаштовується для кожного каналу), вставки немає — іде оригінальний ефір. Для довгих брейків (3 хвилини і

більше) потрібно кілька кампаній або заглушки, інакше блок рідко досягне порогу.

Яким має бути філлер?

Без сюжету і не коротшим за 60 с — він обрізається під залишок блоку в довільному місці. Сюжетний ролик як філлер дратує глядача. Альтернатива — нарізка анонсів тривалістю 1, 2, 3, 5, 10, 15, 20, 30 с. Універсальні анонси прописуються в системі і стають лише в кінець блоку, строкові канал заводить як звичайні кампанії.

Як позначити анонси й соціальну рекламу?

Додайте до назви креативу префікс `promo_`. Такі ролики не отримують титр «реклама», не тарифікуються і рахуються окремо від комерційних.

Хто накладає логотип каналу і напис «реклама»?

SSAI.TV автоматично: на рекламу — логотип і «реклама», на анонси й добивки — лише логотип. Якщо канал віддає анонси вже з логотипом, накладання на них вимикаємо. Правила каналу (графіка, нормалізація звуку) і матеріали для них надає канал.

Чому в одному брейку немає двох роликів з однієї кампанії?

Так працюють DSP: у рекламний блок потрапляє лише один переможець від кампанії, щоб лишити місце іншим рекламодавцям. Кілька креативів в одному профілі (line item) ніколи не стануть в один брейк. Один і той самий креатив може виграти двічі, якщо він є у двох різних кампаніях.

Коли новий креатив з'явиться в ефірі?

Після першої відповіді ад-сервера з новим креативом SSAI.TV завантажує, транскодує і перевіряє його — цей блок іде без нього. Наступні відповіді вже вставляються. Скільки це триває, залежить від частоти реальних брейків і запитів глядачів.

Реклама гучніша за контент. Що робити?

Гучність креативів нормалізується автоматично за EBU R 128. Якщо окремий ролик виділяється — повідомте його назву: креатив перетранскодується, і нова версія з'явиться в наступних блоках. Вимоги — Вимоги до рекламних креативів.

Можна таргетувати на конкретну програму чи жанр?

Так, якщо OTT передає в кожному запиті ID програми, жанр чи назву. Жанр каналу SSAI.TV проставляє сам. Так само працюють сигнали дорослa/дитяча аудиторія, платний/безкоштовний абонент, згода на персоналізацію: наприклад, ролики з віковим обмеженням показуються лише пристроям із підтвердженим віком. Програма ≠ канал: програми виходять у непередбачуваний час, тому потрібен саме сигнал у запиті.

Чому тестувальник не бачить реклами на продакшн-каналі?

На продакшні працюють таргетинг і частота: тестувальник міг вичерпати ліміт показів або не потрапити в цільову групу. «Скинути лічильник» можна лише іншим пристроєм. На тестових каналах креативи віддаються без умов. Також треба увімкнути канал до початку брейку: глядач, який приєднався посеред блоку, бачить

ефір без вставки.

Статистика і трекінг

Які метрики є в кабінеті?

Інвентар (людино-блоки та їх тривалість), покази (кількість і секунди), fill rate, охоплення. Визначення, звіти, CSV і API — Статистика і звітність.

Чому дані не збігаються з телевізійним ефіром?

HLS має затримку до кількох хвилин, глядач може поставити паузу чи перемотати. Час показу для кожного глядача свій, тож «секунда ефіру» для OTT не має сенсу — звітність агрегується по годинах.

Як підключити сторонній вимірювач?

Додайте трекінг-піксель вимірювача у VAST (у кампанії ад-сервера) — SSAI.TV викликає всі імпресійні трекери з VAST із сервера, передаючи IP, User-Agent та ID глядача через макроси. Домен трекера треба заздалегідь додати у whitelist. VPAID і клієнтські скрипти вимірювання в CTV не працюють. Якщо вимірювачу потрібні виклики саме з пристрою — Client Side Tracking.

Чи можна продавати через програматик Google?

Так, з PAL SDK у застосунку: PAL створює сесію, яку SSAI.TV передає в запит до Google — Google PAL SDK для SSAI. Серверні виклики без клієнтської валідації Google не приймає. Доступ до AdX без власного контракту з Google — через партнерство MCM: GAM 360 · MCM з Adaptek.

Інтерактив

Чи підтримується інтерактивна реклама (SIMID)?

Так, у гібридній схемі: відео вшивається сервером, а інтерактивний шар малює застосунок поверх потоку. SSAI.TV передає застосунку метадані кожного ролика: ID, старт і тривалість у брейку, трекінг-URL, посилання на інтерактивний файл. Для пристроїв без підтримки SIMID креатив має QR-код або кінцеву заставку. Деталі — Інтерактивні креативи (SIMID).

Чи можна показувати плашки (оверлеї)?

Так. Оверлей малює клієнт за сигналом від SSAI.TV, щоб він не накладався на рекламні блоки — Оверлеї (SSAI Overlay).

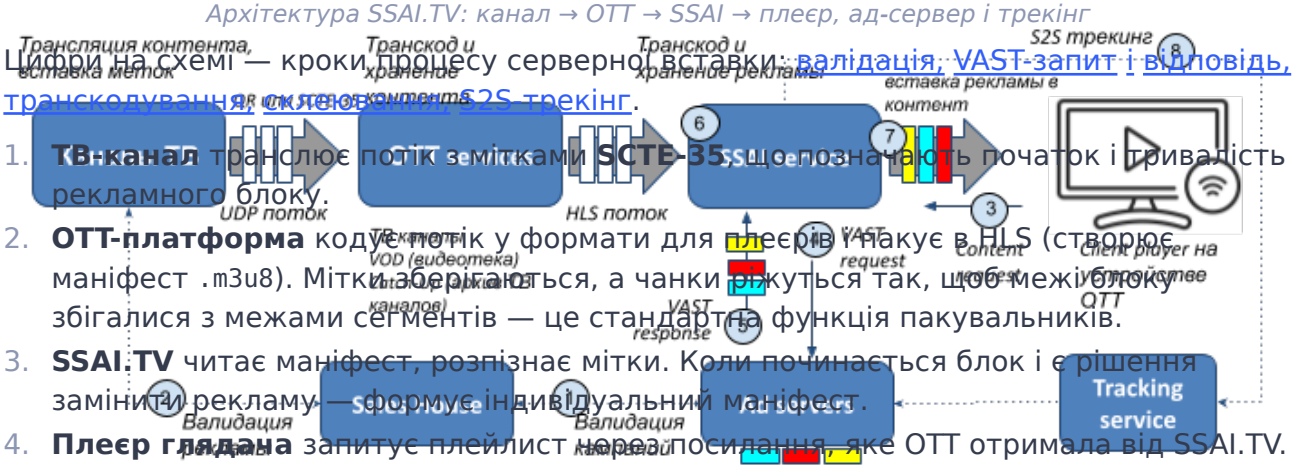
Як працює SSAI.TV

Архітектура, потік запитів і ролі каналу, OTT, ад-сервера та SSAI.

SSAI.TV стоїть у ланцюжку доставки контенту одразу після CDN Origin і обробляє запити плеєрів. Він не пропускає контент через себе — лише формує для кожного глядача власний маніфест, у якому рекламні сегменти замінюють оригінальні.

Потік

Архітектура SSAI.TV: канал → OTT → SSAI → плеєр, ад-сервер і трекінг



Цифри на схемі — кроки процесу серверної вставки: валідація, VAST-запит і відповідь, транскодування, склеювання, S2S-трекінг.

1. **ТВ-канал** транслює потік з мітками **SCTE-35**, що позначають початок і тривалість рекламного блоку.
2. **OTT-платформа** кодує потік у формати для плеєрів і пакує в HLS (створює маніфест `.m3u8`). Мітки зберігаються, а чанки ріжуться так, щоб межі блоку збігалися з межами сегментів — це стандартна функція пакувальників.
3. **SSAI.TV** читає маніфест, розпізнає мітки. Коли починається блок і є рішення замінити рекламу — формує індивідуальний маніфест.
4. **Плеєр глядача** запитує плейлист через посилання, яке OTT отримала від SSAI.TV. Разом із запитом передаються дані пристрою: IP (гео), User-Agent (тип пристрою), ідентифікатор пристрою (частота, охоплення).
5. **SSAI.TV звертається до ад-сервера** (VAST-запит) з параметрами блоку й глядача.
6. **Ад-сервер** визначає, чи належить глядач до цільової аудиторії кампаній, і повертає список креативів в одній відповіді.
7. **SSAI.TV** перекодовує нові креативи у всі профілі потоку (з нормалізацією гучності EBU R 128), збирає рекламний блок, у залишок ставить погоджений з каналом **філлер** і віддає глядачу новий плейлист. Якщо реклами менше за поріг **fillfloor** — вставка не виконується, іде оригінальний ефір.
8. **Трекінг:** SSAI.TV відстежує запити сегментів, рахує фактичну тривалість показу і повідомляє вимірювачів про кожен показ (або передає трекери клієнту — Client Side Tracking).

> **Примітка:** Перший запит на новий креатив зазвичай дає філлер: креатив спершу транскодується, а в ефір потрапляє з наступного запиту. Це штатна поведінка.

Два варіанти розміщення

	SSAI «за» OTT (reverse proxy)	SSAI «перед» OTT
Посилання для глядача	домен OTT	домен SSAI.TV
Хто звертається до SSAI	сервери OTT, передаючи дані глядача в заголовках	плеєр напряму
Сегменти контенту	абсолютні посилання на CDN OTT	абсолютні посилання на CDN OTT

Сегменти реклами	через CDN OTT (/creatives/)	через CDN OTT (/creatives/)

Деталі — у ТЗ інтеграції для OTT-платформи.

Ролі та відповідальність

Сторона	Відповідає за
Правовласник / канал	Мітки SCTE-35, філлер, правила реклами — Мітки SCTE-35 на каналі
Сейлзхаус / ад-сервер	Кампанії, валідація креативів з правовласником, VAST — Технічні умови для ад-сервера
OTT-платформа	Пакування HLS, CDN, передача даних пристрою — ТЗ інтеграції для OTT-платформи, CDN — вимоги для SSAI
Adaptek (SSAI.TV)	Маніпуляція маніфестом, транскодування, трекінг, звітність

> **Важливо:** SSAI.TV не відповідає за дотримання авторських прав і вимог власників контенту — він вставляє креатив за інструкцією ад-сервера, визначеного замовником. Валідація креативів — зона сейлзхаусу та правовласника.

VOD і FAST

Для VOD розкладка брейків береться з медіаплану CMS або з ad rules ад-сервера (VMAP). З VOD-контенту можна зібрати FAST-канал із тією ж серверною вставкою. Точність вставки у VOD обмежена межами сегментів — див. Реклама ріже сцену у VOD.