AdStart — частые вопросы

Кампании, креативы, цена, отчёты, учётные записи и контакты в портале AdStart — кратко о том, что спрашивают чаще всего.

Ответы описывают текущее поведение портала AdStart. Пошаговый процесс для малого бизнеса — Самообслуживание для малого бизнеса.

Перед началом

Почему я не вижу нужной кампании или кнопки?

Проверьте **активную компанию** в верхней панели: кампании, отчёты и контакты показываются в пределах выбранной компании. Смена компании не меняет вашу роль. Если кнопки нет или она неактивна, проверьте также свою роль, состояние записи и выполнены ли обязательные условия (например, компания согласована).

Какие роли есть в портале?

Роли портала — Owner, Admin, AdOps. Роли компаний: администратор, менеджер и валидатор правообладателя; администратор, менеджер и наблюдатель рекламодателя. Одна учётная запись может иметь разные роли в разных компаниях.

Кампании

Что подготовить для кампании?

Согласованную компанию-рекламодателя, уникальное название кампании, бренд, бюджет, даты, регионы и аудиторию, пакет каналов, готовый видеокреатив, категорию продукта IAB и, при необходимости, `https://` трекер начала просмотра.

Черновик сохраняется?

Да, форма сохраняет черновик автоматически примерно через секунду после изменений — время последнего сохранения видно над формой. Автосохранение не заменяет кнопки «Сохранить без отправки» или «Опубликовать».

Что означают пустые фильтры?

Не выбранный жанр, пакет, город или аудиторный параметр означает **весь доступный инвентарь**, а не пустую аудиторию. Оккупированные территории исключаются всегда; территории с активными или возможными боевыми действиями добавляются только по вашему выбору.

Кампания может длиться несколько месяцев?

Может, но сейчас она попадает в заказ месяца начала — проверка покажет предупреждение. Учёт показов и расходов следующего месяца согласуйте с бухгалтерией.

Частота и время показа — в каком часовом поясе?

Частота — максимум показов на пользователя за день, неделю, месяц или всю кампанию. Части дня (утро 06–10, день 10–16, прайм 16–23, ночь 23–06) применяются в часовом поясе рекламной сети.

Цена в кампании — это счёт?

Нет. Базовый CPM, модификаторы, ориентировочные показы и расходы — расчётная подсказка на основе продуктов портала. Это не счёт и не списание средств.

Что происходит после «Опубликовать»?

Для рекламодателя «Опубликовать» — это подача на рассмотрение команде портала, а не сразу запись в Google Ad Manager. Портальная роль одобряет кампанию, возвращает на доработку с комментарием или публикует в GAM после всех блокирующих проверок: компания согласована, креатив одобрен, документы есть, оплата получена.

Можно редактировать опубликованную кампанию?

Да, с ограничениями: между изменениями может действовать пауза (портал покажет самое раннее время); перед сохранением портал сверяет кампанию с GAM. Если кампанию изменили напрямую в GAM, автоматическое применение изменений замораживается, и запрос ждёт согласования портальной ролью.

Креативы

Какие требования к видео?

Для OTT: MP4, 1920×1080, 16:9, от 25 fps, H.264, AAC stereo 192 кбит/с, 48 кГц, **целое количество секунд**. Максимум 100 МБ. Файлы больше настроенного порога (по умолчанию 30 МБ) оптимизируются в браузере перед загрузкой — не закрывайте страницу до завершения. Подробные требования для серверной вставки — Требования к рекламным креативам.

Нужно ли загружать ролик каждый раз заново?

Нет. Загруженный креатив появляется в реестре креативов рекламодателя — его можно выбрать в новой кампании. Название креатива должно быть уникальным для рекламодателя и бренда.

Зачем категория IAB?

Категория продукта определяет, на каких каналах и в каких блоках креатив допустим, и нужна для проверки. Выбирайте самую точную категорию. Содержательная проверка креатива (права, музыка, документы) — ответственность рекламодателя, правообладатель или sales house согласовывают креатив отдельно.

Отчёты

Почему отчёт пустой?

Отчёт ограничен вашим доступом: рекламодатель видит только свои кампании, правообладатель или OTT — связанный инвентарь. Проверьте период, активную компанию, наличие опубликованных кампаний и поступили ли данные из GAM.

Чем базовые отчёты отличаются от расширенных?

Базовые строятся сразу под формой: метрика (показы, охват, доход), строки и столбцы для сравнения, период до трёх месяцев. **Расширенные** всегда создают файл в реестре: больше метрик и разрезов (час, устройство, регион, город). Способ выполнения портал выбирает сам — автоматически, асинхронным запросом к GAM или вручную командой портала.

Что означают значки в реестре отчётов?

 готово · в очереди · ошибка · автоматически · вручную · помечен как бракованный · общий результат другого заказчика. Одинаковый запрос не дублируется — готовый результат добавляется в ваш реестр как общий.

Почему охват нельзя считать за произвольный период?

Охват — уникальные зрители, его нельзя просто сложить по дням. За произвольный период он считается отдельным расширенным запросом.

Учётные записи и контакты

Чем учётная запись отличается от контакта?

Учётная запись даёт вход в портал, роли и доступ к компаниям. Контакт — запись о человеке в карточке компании, у него может не быть входа. Форма контакта не создаёт учётную запись: сначала создайте аккаунт, потом свяжите его с контактом.

Как временно закрыть доступ?

Откройте аккаунт, установите статус «Неактивный» и сохраните. Удаление — не способ временно закрыть доступ: оно удаляет аккаунт и освобождает email, но не удаляет компанию и контакты. Собственный аккаунт удалить или деактивировать нельзя.

Видеодоказательства

Что такое видеодоказательство?

Запись экрана во время показа ролика на конкретном канале OTT-провайдера плюс покадровые снимки — подтверждение для рекламодателя, что реклама действительно вышла. Реестр показывает по одной строке на креатив и чипы провайдеров, где у него были показы. Для записи у большинства провайдеров нужно расширение браузера; разрешение на запись экрана сохраняется для следующих записей в том же окне.