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.