Reklāmas kampaņas izveide

Soli pa solim — piecas kampaņas veidlapas sadaļas, ģeogrāfija un teritoriālie riski, auditorija, rādīšanas biežums un laiks, radošais materiāls, cena un gatavības pārbaude.

Kampaņa tiek aizpildīta vienā veidlapā, kas sastāv no piecām sadaļām: **Pamatinformācija → Auditorija un pakotnes → Radošais materiāls → Cena → Pārbaude**. Pa labi (telefonā — zem veidlapas) redzama **kampaņas pase** ar visiem izvēlētajiem parametriem.

Kas jāsagatavo

- apstiprināts reklāmdevēja uzņēmums;
- kampaņas nosaukums, zīmols, budžets grivnās un datumi;
- reģioni, pilsētas, auditorija un kanālu pakotne;
- gatavs videoklips — vai arī vispirms izveidojiet to no brīfa: Video izveide no brīfa (AI);
- reklamējamā produkta IAB kategorija;
- ja nepieciešams — skatīšanās sākuma izsekotājs (`https://…`) no jūsu mērījumu pakalpojuma sniedzēja.

Kā sākt

1. Pārbaudiet **aktīvo uzņēmumu** augšējā panelī.
2. Atveriet **Kampaņas → Izveidot kampaņu**.
3. Pārliecinieties, ka laukā “Reklāmdevējs” ir izvēlēts vajadzīgais uzņēmums.

Veidlapa automātiski saglabā melnrakstu aptuveni sekundi pēc katras izmaiņas — pēdējās saglabāšanas laiks redzams virs veidlapas. Automātiskā saglabāšana neaizstāj pogas veidlapas beigās.

1. Pamatinformācija

Lauks	Noteikums
Kampaņas nosaukums	Unikāls konkrētā reklāmdevēja ietvaros. To redzat tikai jūs un portāla komanda; uz Google Ad Manager tiek nodots konfidenciāls pseidonīms
Reklāmdevējs	Uzņēmums, kura vārdā tiek vadīta kampaņa
Zīmols	Obligāti
Budžets	Grivnās, bez PVN
Sākuma un beigu datums	Beigas ne agrāk par sākumu

> **Piezīme:** Kampaņa var pārsniegt mēneša robežu, taču pašlaik tā tiek ieskaitīta sākuma mēneša pasūtījumā — pārbaude parādīs brīdinājumu.

2. Auditorija un pakotnes

Reģioni un teritoriālie riski

1. Izvēlieties vienu vai vairākus reģionus (apgabalus).
2. Režīms **“Visi, izņemot okupētos”** ir ieslēgts vienmēr — okupētās teritorijas tiek izslēgtas automātiski.
3. Pēc vēlēšanās pievienojiet kategorijas **“Iespējamas kaujas darbības”** un **“Aktīvas kaujas darbības”**. Apdzīvotas vietas, kurās nedarbojas sakari vai infrastruktūra, netiek pievienotas pat tad.

Pilsētas

Meklējiet pilsētu pēc nosaukuma, pēc reģiona vai rajona izvēles, pēc apdzīvotās vietas tipa vai ar ātro filtru: vairāk nekā 50 tūkst., vairāk nekā 100 tūkst., apgabalu centri, miljonpilsētas, rajonu centri, kūrortpilsētas. Ja pilsēta nav izvēlēta — kampaņa aptver visas pieejamās pilsētas pārējo nosacījumu ietvaros.

Žanri, dzimums, vecums un pakotnes

- **Žanri** — kanālu tematika pēc IAB klasifikācijas.
- **Dzimums** un **vecuma grupas** — kanālu auditorija.
- **Pakotnes** — gatavi kanālu komplekti (piemēram, sieviešu, vīriešu, bērnu, mūzikas).

Tukša izvēle nozīmē **visu pieejamo inventāru**, nevis tukšu auditoriju. Poga **“Apskatīt atbilstošos kanālus”** parāda, kuri kanāli atbilst izvēlētajiem nosacījumiem, — tas ir tikai apskats.

Biežums un rādīšanas laiks

Parametrs	Varianti
Biežums	Maksimālais rādījumu skaits vienam skatītājam dienā, nedēļā, mēnesī vai visā periodā
Dienas	Visas, tikai darba dienas, tikai brīvdienas
Diennakts daļas	Rīts 06:00–10:00 · Diena 10:00–16:00 · Vakars / praimtaims 16:00–23:00 · Vēlā nakts 23:00–06:00

Rādīšanas laiks tiek piemērots reklāmas tīkla laika joslā.

3. Radošais materiāls

Laukā “Radošā materiāla avots” izvēlieties:

- **Esošais** — šī reklāmdevēja radošais materiāls no reģistra; pārbaudiet ilgumu, IAB kategoriju un izsekotāju.
- **Pievienot jaunu** — ievadiet unikālu nosaukumu, pievienojiet video failu un sagaidiet optimizācijas un augšupielādes pabeigšanu.

Noteikumi jaunam videoklipam:

- līdz **100 MB**; failus, kas lielāki par 30 MB, pārlūks pirms augšupielādes optimizē automātiski — neaizveriet lapu;
- ilgums tiek noteikts automātiski; tam jābūt veselam sekunžu skaitam;
- nosaukums neatkārtojas vienam un tam pašam reklāmdevējam un zīmolam;

- izsekotājs — pilna `https://` adrese.

Tehniskās prasības un pārbaudes — Radošie materiāli — prasības, dokumenti un pārbaude.

4. Cena

Sadaļa parāda bāzes CPM, kopējo modifikatoru, aptuveno CPM, **aptuveno rādījumu skaitu** (budžets ÷ CPM × 1000) un izdevumus. Tā ir aprēķina uzziņa, kas balstīta uz portāla tarifiem, nevis rēķins. Cenas — bez PVN. Publiskās bāzes likmes — vietnes adstart.tv lapā “Cenas un tarifi”.

5. Pārbaude

Gatavības indikatori:

- uzņēmums apstiprināts;
- radošajam materiālam ir ilgums;
- dokumenti saskaņoti vai nav nepieciešami;
- radošais materiāls apstiprināts;
- apmaksa saņemta.

Pogas:

Poga	Kas notiek
Saglabāt bez nosūtīšanas	Kampaņa paliek melnraksts
Publicēt	Kampaņa tiek iesniegta izskatīšanai portāla komandai (reklāmdevējam tas nav ieraksts Google Ad Manager)

Kas notiek tālāk — Kampaņas statusi, publicēšana un izmaiņas.

Kontrolsaraksts pirms iesniegšanas

- izvēlēts pareizais reklāmdevējs;
- kampaņas nosaukums ir unikāls;
- aizpildīts budžets un zīmols;
- pārbaudīts brīdinājums par pāreju uz nākamo mēnesi;
- pārbaudīta ģeogrāfija un teritoriālie riski;
- pārbaudīts biežums, dienas un diennakts daļas;
- radošais materiāls augšupielādēts vai izvēlēts, aizpildīta IAB kategorija;
- dokumenti saskaņoti vai nav nepieciešami;
- uzņēmums apstiprināts.