Kreiranje reklamne kampanje

Korak po korak — pet sekcija forme kampanje, geografija i teritorijalni rizici, publika, učestalost i vreme prikazivanja, kreativa, cena i provera spremnosti.

Kampanja se popunjava u jednoj formi od pet sekcija: **Osnovne informacije → Publika i paketi → Kreativa → Cena → Provera**. Sa desne strane (na telefonu — ispod forme) vidi se **pasoš kampanje** sa svim izabranim parametrima.

Šta pripremiti

- odobrenu kompaniju-oglašivača;
- naziv kampanje, brend, budžet u grivnama i datume;
- regione, gradove, publiku i paket kanala;
- gotov video spot — ili ga prvo napravite iz brifa: Kreiranje videa iz brifa (AI);
- kategoriju reklamiranog proizvoda po IAB-u;
- po potrebi — treker početka gledanja (`https://…`) od vašeg merioca.

Kako početi

1. Proverite **aktivnu kompaniju** u gornjoj traci.
2. Otvorite **Kampanje → Napravi kampanju**.
3. Uverite se da je u polju „Oglašivač“ izabrana željena kompanija.

Forma automatski čuva nacrt približno sekundu nakon svake promene — vreme poslednjeg čuvanja vidi se iznad forme. Automatsko čuvanje ne zamenjuje dugmiće na kraju forme.

1. Osnovne informacije

Polje	Pravilo
Naziv kampanje	Jedinstven u okviru oglašivača. Vidite ga samo vi i tim portala; u Google Ad Manager se prenosi poverljivi pseudonim
Oglašivač	Kompanija u čije ime se vodi kampanja
Brend	Obavezno
Budžet	U grivnama, bez PDV-a
Datum početka i završetka	Završetak ne pre početka

> **Napomena:** Kampanja može da prelazi granicu meseca, ali se trenutno obračunava u nalogu meseca u kom počinje — provera će prikazati upozorenje.

2. Publika i paketi

Regioni i teritorijalni rizici

1. Izaberite jedan ili više regiona (oblasti).
2. Režim **„Sve osim okupiranih“** uvek je uključen — okupirane teritorije se isključuju automatski.

3. Po želji dodajte kategorije **„Mogući borbeni dejstva“** i **„Aktivna borbena dejstva“**. Naseljena mesta u kojima ne rade veza ili infrastruktura ne dodaju se ni tada.

Gradovi

Tražite grad po nazivu, nakon izbora regiona ili rejona, po tipu naseljenog mesta ili brzim filterom: preko 50 hiljada, preko 100 hiljada, centri oblasti, gradovi sa više od milion stanovnika, rejonski centri, turistički gradovi. Ako grad nije izabran — kampanja pokriva sve dostupne gradove u okviru ostalih uslova.

Žanrovi, pol, uzrast i paketi

- **Žanrovi** — tematika kanala po IAB klasifikaciji.
- **Pol** i **uzrasne grupe** — publika kanala.
- **Paketi** — gotovi setovi kanala (na primer, ženski, muški, dečji, muzički).

Prazan izbor znači **sav dostupan inventar**, a ne praznu publiku. Dugme **„Pregledaj odgovarajuće kanale“** prikazuje koji kanali odgovaraju izabranim uslovima — to je samo pregled.

Frekvencija i vreme prikazivanja

Parametar	Opcije
Frekvencija	Maksimum prikaza jednom gledaocu za dan, nedelju, mesec ili ceo period
Dani	Svi, samo radni dani, samo vikendi
Delovi dana	Jutro 06:00–10:00 · Dan 10:00–16:00 · Veče / prajm 16:00–23:00 · Kasna noć 23:00–06:00

Vreme prikazivanja primenjuje se u vremenskoj zoni reklamne mreže.

3. Kreativa

U polju „Izvor kreative“ izaberite:

- **Postojeća** — kreativa ovog oglašivača iz registra; proverite trajanje, IAB kategoriju i treker.
- **Dodaj novu** — unesite jedinstven naziv, dodajte video fajl i sačekajte da se završe optimizacija i otpremanje.

Pravila za novi spot:

- do **100 MB**; fajlove veće od 30 MB pregledač automatski optimizuje pre otpremanja — ne zatvarajte stranicu;
- trajanje se određuje automatski; mora biti ceo broj sekundi;
- naziv se ne ponavlja za istog oglašivača i brend;
- treker — puna `https://` adresa.

Tehnički zahtevi i provere — Kreative — zahtevi, dokumenti i provera.

4. Cena

Sekcija prikazuje bazni CPM, ukupni modifikator, orijentacioni CPM, **orijentacioni broj prikaza** (budžet ÷ CPM × 1000) i troškove. To je računski nagoveštaj na osnovu tarifa

portala, a ne račun. Cene su bez PDV-a. Javne bazne cene — na stranici „Cene i tarife“ sajta adstart.tv.

5. Provera

Indikatori spremnosti:

- kompanija je odobrena;
- kreativa ima trajanje;
- dokumenti su odobreni ili nisu potrebni;
- kreativa je odobrena;
- uplata je primljena.

Dugmići:

Dugme	Šta se dešava
Sačuvaj bez slanja	Kampanja ostaje nacrt
Objavi	Kampanja se šalje na razmatranje timu portala (za oglašivača to nije zapis u Google Ad Manager)

Šta se dešava dalje — Statusi, objavljivanje i izmene kampanje.

Ček-lista pre slanja

- izabran je ispravan oglašivač;
- naziv kampanje je jedinstven;
- budžet i brend su popunjeni;
- provereno je upozorenje o prelazu preko meseca;
- provereni su geografija i teritorijalni rizici;
- provereni su frekvencija, dani i delovi dana;
- kreativa je otpremljena ili izabrana, popunjena je IAB kategorija;
- dokumenti su odobreni ili nisu potrebni;
- kompanija je odobrena.