SSAI.TV — biežāk uzdotie jautājumi

Atbildes uz jautājumiem, ko visbiežāk uzdod OTT platformas, kanāli un ad ops — marķieri, integrācija, reklāmas bloku aizpildījums, statistika, tracking.

Jautājumi ir apkopoti no reāliem palaišanas gadījumiem un grupēti pēc tēmām. Ja atbildes nav — izveidojiet pieteikumu.

Vispārīgi

Ar ko SSAI ir labāks par klienta puses ievietošanu (CSAI)?

Reklāma ir daļa no straumes, tāpēc bloķētāji to neredz (tīmeklī tie nogriež aptuveni 30% CSAI reklāmas). Nav straumes pārtraukuma starp saturu un reklāmu, kvalitāte un skaļums ir vienādi, nav jāuztur SDK katrai platformai. Salīdzinājums — Kā darbojas SSAI.TV.

Vai ir jāmaina atskaņotājs?

Nē. Integrācija notiek straumes piegādes līmenī: atskaņotājs saņem parastu HLS/DASH. Tam tikai korekti jāapstrādā `#EXT-X-DISCONTINUITY` reklāmas robežā. Pārklājumiem (overlay) un klienta puses uzskaitei nepieciešami nelieli uzlabojumi — Pārklājumi (SSAI Overlay), Client Side Tracking.

Kurš ad serveris tiek atbalstīts? Vai ir vajadzīga sava ad platforma?

Sava platforma nav obligāta: risinājumā ietilpst ad serveris/DSP, kurā jūsu komanda izveido kampaņas (datumi, rādījumi vai budžets, mērķauditorijas atlase, frekvence) un augšupielādē rullīšus — pārējo izdara SSAI.TV. Ja jums jau ir ad serveris, pieslēdzam jebkuru, kas atdod VAST 3+ un atļauj server-to-server pieprasījumus, tostarp Google Ad Manager / GAM 360 — Tehniskie nosacījumi reklāmu serverim, Google Ad Manager konfigurācija SSAI.TV vajadzībām. Vairākus ad serverus var apvienot kaskādē (waterfall). Kā veidot kampaņas — Kampaņas reklāmu serverī SSAI vajadzībām.

Vai MPEG-DASH tiek atbalstīts?

Jā. Galvenais scenārijs ir HLS, DASH tiek pieslēgts pēc atsevišķām rekomendācijām (reklāmas bloks tiek padots kā atsevišķs Period). HLS un DASH bieži pastāv līdzās: DASH/Widevine — Smart TV, Android, tīmeklis; HLS/FairPlay — Apple ierīces. Var startēt ar to protokolu, kas dominē jūsu auditorijā, bet otru pievienot vēlāk — pagaidām šie skatītāji redz oriģinālo straumi bez ievietojumiem.

Kādas ir prasības HLS?

- Audio un video vienā segmentā (muxed). Atsevišķi audio celiņi master playlistā (demuxed renditions) SSAI netiek atbalstīti — atskaņotājs nevarēs paņemt audio reklāmai. Risinājums: viens celiņš vai CMAF muxed.
- `RESOLUTION` master playlistā formātā `PLATUMSxAUGSTUMS` (piem., `1920x1080`), abas vērtības pāra skaitļi.
- SCTE-35 marķieri katrā submanifestā — Prasības atzīmēm HLS.

Vai stitching ietekmē kvalitāti un aizturi?

Nē. Klients tāpat pakāpeniski saņem playlista gabalus (chunks) — vienkārši daļa no tiem norāda uz reklāmu. Saturs un reklāma tiek atdoti no tiem pašiem OTT kešošanas serveriem. Ētera aizturi nosaka protokols (HLS/DASH) un platformas CDN: dažādiem viena kanāla skatītājiem dabiski ir atšķirīga aizture.

Kā rīkoties ar DRM?

SSAI strādā ar manifestu un neskar saturu, tāpēc DRM uz satura netraucē. Reklāmas segmenti tiek atdoti bez šifrēšanas; atskaņotājam korekti jāpārslēdzas starp šifrētiem un nešifrētiem segmentiem. Ja jums ir secure link vai marķieri segmentu URL — nododiet tos pieprasījumā uz SSAI, lai saites playlistā paliktu darbspējīgas.

Vai tas strādā ar VOD un arhīvu?

Jā. VOD pārtraukumi tiek likti no CMS mediaplāna, pēc ad rules (VMAP) vai satura elementu savienojumos — pre-roll, mid-roll, post-roll. Arhīvam (catch-up, pauze, start over) reklāma tiek ievietota tāpat kā live, ja ierakstā saglabājas SCTE-35 marķieri (formāts TS, nevis MP4) un ieraksta playlista pieprasījums iet caur SSAI. Arhīvam, kas tiek glabāts MP4, marķieru nav — tam piemērots pre-roll palaišanas brīdī.

Kā darbojas reklāma FAST kanālos?

FAST ir monetizācijas modelis, tehniski tas ir parasts live kanāls. Ja kanāls tiek salikts no VOD bibliotēkas ar playout, marķierus liek playout: parasti pre-roll epizodes sākumā un mid-roll ik pēc 15 minūtēm. Adaptek playout atdod gatavu HLS ar marķieriem — Playout Adaptek — API un HLS piegāde.

SCTE-35 marķieri

Kas ir CUE-OUT un CUE-IN?

CUE-OUT — iziešana no ētera uz reklāmu (bloka sākums, satur ilgumu). CUE-IN — atgriešanās ēterā. SCTE-35 marķierī `splice_insert` tas ir karodziņš `out_of_network_flag`: `true` — sākums, `false` — atgriešanās.

Kas jāizdara kanālam?

- Pārraidīt SCTE-35 marķierus atsevišķā PID transporta straumē, ar precīzu bloka ilgumu (duration).
- Likt marķieri uz atslēgkadra (IDR) satura savienojumā, nevis «pēc taimera» ainas vidū.
- Izmantot «reklāmas» bamperus un likt marķierus to iekšpusē — tad sagriešanas kļūda attiecas uz bamperi.

Parametri — SCTE-35 marķieri kanālā, palaišanas kārtība — Kanāla palaišana — kontrolsaraksts.

No kurienes nāk marķieri un kāpēc to var nebūt HLS?

Marķieris iziet ķēdi: kanāla playout (SCTE-104 SDI) → enkoders (SCTE-35 atsevišķā PID) → distributors vai teleports → OTT transkoderis un pakotājs → HLS/DASH → SSAI. Jebkurš posms to var izmest. Ja straumē nav pat PID ar marķieriem — to ir nogriezis starpposms,

un ir jāpieprasa «versija ar marķieriem». Ja PID ir, bet marķieru playlistā nav — OTT pakotājā nav ieslēgta HLS marķēšana (SCTE-35 passthrough / manifest decoration).

Kanālā ir vairāki PID ar marķieriem. Kuru ņemt?

Tiesību turētājs var sadalīt marķierus: vieni — lineārajai reklāmai, citi — dinamiskajai. SSAI izmanto tikai saskaņoto dinamisko bloku PID; citus blokus aizvietot nedrīkst. OTT straumē SSAI jāatstāj tikai šis PID. Marķierus labāk filtrēt vienu reizi augstāk ķēdē, nevis nestandarta veidā katrā OTT.

Vai marķieris bez ilguma ir problēma?

Jā. Ilgums no CUE-OUT nosaka, cik daudz reklāmas atlasīt: kad pienāk aizverošais marķieris, bloks jau ir pagājis. Ja kanāls nevar pārraidīt duration, var vienoties par fiksētu pārtraukuma ilgumu — SSAI to aizstās. OTT pakotājā šādiem marķieriem izvēlieties bloka beigšanu «pēc aizverošā marķiera», nevis «pēc ilguma».

Vai marķieri ar toņu signāliem vai QR kodiem ir piemēroti?

Tikai kā starpposms. SSAI strādā ar SCTE-35 playlistā: toņu signāli (DTMF), QR kodi kadrā utt. vispirms ir jāpārveido par SCTE-35 playout vai partnerim — pirms pakošanas, jo pakotājs, sastopot SCTE-35, piegriež segmentus atbilstoši marķierim. Video atpazīšana katra OTT pusē nav uzticama.

Kā pārbaudīt, vai marķieri ir?

- Transporta straumē: `ffprobe <url>` — straumju sarakstā jābūt `Data: scte_35`. RTMP atsevišķas PMT tabulas nav, marķieri iet atsevišķā data celiņā.
- Playlistā: tagi `#EXT-X-CUE-OUT`, `#EXT-X-DATERANGE`, `#EXT-OATCLS-SCTE35` u.c. — Atzīmju formāti HLS.
- SSAI.TV kabinetā pie katra avota redzami noķertie marķieri un statuss: marķieru nav vairāk nekā 4 stundas vai ievietojumi nav iespējami — sarkans, marķieros nepietiek tagu, bet ievietojumi ir iespējami — dzeltens.

Marķieri kanālā var parādīties reti — pārbaudei palūdziet kanālam marķieru grafiku uz vairākām dienām uz priekšu.

Vai var ievietot reklāmu bez marķieriem?

Live — tikai piespiedu kārtā pēc grafika (piemēram, atskaņotāju testēšanai), turklāt saturs tiek pārtraukts, neņemot vērā sižetu. VOD — pre-roll un mid-roll pēc ilguma vai satura savienojumos. SSAI neievieto reklāmu «pēc raidījumu tīkla» vai montāžas lapas — tikai pēc marķieriem.

Integrācija ar OTT

Kas nepieciešams no OTT platformas?

HLS (vai DASH) ar marķieriem, pieejams SSAI.TV serveriem, un SSAI playlista saite skatītājiem oriģinālās vietā. Kopā ar playlista pieprasījumu tiek nodots skatītāja IP, User-Agent un unikāls ierīces ID — bez tiem nestrādā ģeo, frekvence un pārklājums. Soli pa solim — Integrācijas tehniskā specifikācija OTT platformai.

Kā izskatās saite uz straumi ar reklāmu?

`https://<hosts>/out/<atslēga>/master.m3u8?uid={lietotāja_ID}&cdn={jūsu_CDN}` — `uid` ir obligāts, bez tā reklāma netiek atlasīta; `cdn` tiek ievietots saitē uz saturu. Arhīvam — `.../vod/<atslēga>/master.m3u8?src={ieraksta_url}`. Hosts var būt jūsu domēns (CNAME), zem kura strādā SSAI.TV.

Kāpēc kešot reklāmu mūsu CDN?

Reālā slodzē reklāmas segmentiem jātiek atdotiem no operatora CDN, tāpat kā saturam: `https://<jūsu-cdn>/creatives/* → https://cdn.ssai.tv/creatives/*`, kešs līdz 7 dienām. Ja kreatīvi tiek vilkti katram skatītājam atsevišķi, pirms reklāmas iespējami sastingumi. Playlisti netiek kešoti — tie ir personalizēti. Detaļas — CDN — prasības SSAI.

Kurus domēnus pievienot whitelist?

Pirmā līmeņa domēnu `*.ssai.tv` — konkrētie apakšdomēni var mainīties. To serveru IP adreses, kas paņem jūsu origin, sniegs jūsu menedžeris.

Kas notiks, ja SSAI.TV nebūs pieejams?

OTT pārslēdz skatītāju uz oriģinālo straumi bez reklāmas — sesijas sākumā, ja playlists no SSAI nav saņemts. Pārslēgt skatītāju sesijas vidū nav vērts: playlistos ir atšķirīga segmentu numerācija, un atskaņotājs var uzkārties.

Mēs redirektējam playlistu caur savu CDN. Kam pievērst uzmanību?

- SSAI pieprasījumi pēc oriģinālā playlista nedrīkst tikt redirektēti atpakaļ uz SSAI, citādi radīsies bezgalīga cilpa. Izmantojiet atsevišķu domēnu origin vai parametru pieprasījumā.
- Nekodējiet cieti vienu SSAI domēnu un vienu CDN mezglu — tie var mainīties.
- Pārsūtiet galvenes: IP (`X-Forwarded-For` / `X-Real-IP`), User-Agent un ierīces ID.
- Vienkāršākā shēma: atskaņotājs uzreiz saņem SSAI saiti, bet segmentus velk no jūsu CDN.

Reklāma un bloka aizpildīšana

Kas notiek, ja reklāmas nepietiek visam blokam?

Atlikumu aizpilda ar kanālu saskaņots fillers. Ja reklāmas ir mazāk par fillfloor slieksni (pēc noklusējuma 50% no bloka ilguma, konfigurējams katram kanālam), ievietojuma nav — iet oriģinālais ēters. Gariem pārtraukumiem (3 minūtes un vairāk) nepieciešamas vairākas kampaņas vai aizpildītāji, citādi bloks reti sasniegs slieksni.

Kādam jābūt filleram?

Bez sižeta un ne īsākam par 60 s — tas tiek apgriezts atbilstoši bloka atlikumam patvaļīgā vietā. Sižetisks rullītis kā fillers kaitina skatītāju. Alternatīva — anonsu sagriezumi ar ilgumu 1, 2, 3, 5, 10, 15, 20, 30 s. Universālie anonsi tiek reģistrēti sistēmā un tiek likti tikai bloka beigās, steidzamos kanāls veido kā parastas kampaņas.

Kā apzīmēt anonsus un sociālo reklāmu?

Pievienojiet kreatīva nosaukumam prefiksu `promo_`. Šādi rullīši nesaņem titru «reklāma», netiek tarificēti un tiek uzskaitīti atsevišķi no komerciālajiem.

Kas uzliek kanāla logotipu un uzrakstu «reklāma»?

SSAI.TV automātiski: reklāmai — logotipu un «reklāma», anonsiem un papildinājumiem — tikai logotipu. Ja kanāls atdod anonsus jau ar logotipu, uzlikšanu tiem atslēdzam. Kanāla noteikumus (grafika, skaņas normalizācija) un materiālus tiem sniedz kanāls.

Kāpēc vienā pārtraukumā nav divu rullīšu no vienas kampaņas?

Tā strādā DSP: reklāmas blokā nonāk tikai viens uzvarētājs no kampaņas, lai atstātu vietu citiem reklāmdevējiem. Vairāki kreatīvi vienā profilā (line item) nekad nenonāks vienā pārtraukumā. Viens un tas pats kreatīvs var uzvarēt divreiz, ja tas ir divās dažādās kampaņās.

Kad jauns kreatīvs parādīsies ēterā?

Pēc pirmās ad servera atbildes ar jaunu kreatīvu SSAI.TV to lejupielādē, transkodē un pārbauda — šis bloks iet bez tā. Nākamās atbildes jau tiek ievietotas. Cik ilgi tas prasa, atkarīgs no reālo pārtraukumu un skatītāju pieprasījumu biežuma.

Reklāma ir skaļāka par saturu. Ko darīt?

Kreatīvu skaļums tiek normalizēts automātiski pēc EBU R 128. Ja atsevišķs rullītis izceļas — paziņojiet tā nosaukumu: kreatīvs tiks pārtranskodēts, un jaunā versija parādīsies nākamajos blokos. Prasības — Prasības reklāmas radošajiem materiāliem.

Vai var mērķēt uz konkrētu raidījumu vai žanru?

Jā, ja OTT katrā pieprasījumā nodod raidījuma ID, žanru vai nosaukumu. Kanāla žanru SSAI.TV uzliek pati. Tāpat strādā signāli pieaugušo/bērnu auditorija, maksas/bezmaksas abonents, piekrišana personalizācijai: piemēram, rullīši ar vecuma ierobežojumu tiek rādīti tikai ierīcēm ar apstiprinātu vecumu. Raidījums ≠ kanāls: raidījumi iznāk neparedzamā laikā, tāpēc nepieciešams tieši signāls pieprasījumā.

Kāpēc testētājs neredz reklāmu produkcijas kanālā?

Produkcijā strādā mērķauditorijas atlase un frekvence: testētājs varēja izsmelt rādījumu limitu vai neiekļūt mērķa grupā. «Nomest skaitītāju» var tikai ar citu ierīci. Testa kanālos kreatīvi tiek atdoti bez nosacījumiem. Tāpat kanāls ir jāieslēdz pirms pārtraukuma sākuma: skatītājs, kas pievienojies bloka vidū, redz ēteru bez ievietojuma.

Statistika un uzskaite

Kādas metrikas ir kabinetā?

Inventārs (cilvēkbloki un to ilgums), rādījumi (skaits un sekundes), fill rate, pārklājums. Definīcijas, atskaites, CSV un API — Statistika un pārskati.

Kāpēc dati nesakrīt ar televīzijas ēteru?

HLS ir aizture līdz vairākām minūtēm, skatītājs var nolikt pauzi vai pārtīt. Rādīšanas laiks katram skatītājam ir savs, tāpēc «ētera sekundei» OTT nav nozīmes — atskaites tiek agregētas pa stundām.

Kā pieslēgt trešās puses mērītāju?

Pievienojiet mērītāja uzskaites pikseli VAST (ad servera kampaņā) — SSAI.TV izsauc visus VAST impresiju trekerus no servera, nododot IP, User-Agent un skatītāja ID caur makro. Trekera domēns jāpievieno whitelist iepriekš. VPAID un klienta puses mērīšanas skripti CTV nestrādā. Ja mērītājam nepieciešami izsaukumi tieši no ierīces — Client Side Tracking.

Vai var pārdot caur Google programmatic?

Jā, ar PAL SDK lietotnē: PAL izveido sesiju, ko SSAI.TV nodod pieprasījumā uz Google — Google PAL SDK priekš SSAI. Servera izsaukumus bez klienta puses validācijas Google nepieņem. Piekļuve AdX bez sava līguma ar Google — caur MCM partnerību: GAM 360 · MCM ar Adaptek.

Interaktīvs

Vai interaktīvā reklāma (SIMID) tiek atbalstīta?

Jā, hibrīda shēmā: video iešuj serveris, bet interaktīvo slāni zīmē lietotne pāri straumei. SSAI.TV nodod lietotnei katra rullīša metadatus: ID, sākumu un ilgumu pārtraukumā, uzskaites URL, saiti uz interaktīvo failu. Ierīcēm bez SIMID atbalsta kreatīvam jābūt ar QR kodu vai beigu ekrānu. Detaļas — Interaktīvie kreatīvi (SIMID).

Vai var rādīt plāksnes (pārklājumus)?

Jā. Pārklājumu zīmē klients pēc SSAI.TV signāla, lai tas neuzklātos uz reklāmas blokiem — Pārklājumi (SSAI Overlay).