SSAI.TV — частые вопросы

Ответы на вопросы, которые чаще всего задают OTT-платформы, каналы и ad ops — метки, интеграция, заполнение блоков, статистика, трекинг.

Вопросы собраны из реальных запусков и сгруппированы по темам. Если ответа нет — создайте обращение.

Общее

Чем SSAI лучше клиентской вставки (CSAI)?

Реклама — часть потока, поэтому блокировщики её не видят (в вебе они отсекают около 30% CSAI-рекламы). Нет разрыва потока между контентом и рекламой, качество и громкость одинаковые, не нужно поддерживать SDK под каждую платформу. Сравнение — Как работает SSAI.TV.

Нужно ли менять плеер?

Нет. Интеграция на уровне доставки потока: плеер получает обычный HLS/DASH. Он должен лишь корректно обрабатывать `#EXT-X-DISCONTINUITY` на границе рекламы. Для оверлеев и клиентского трекинга нужна небольшая доработка — Оверлеи (SSAI Overlay), Client Side Tracking.

Какой ад-сервер поддерживается? Нужна ли собственная ad-платформа?

Собственная платформа не обязательна: в решение входит ад-сервер/DSP, в котором ваша команда создаёт кампании (даты, показы или бюджет, таргетинг, частота) и загружает ролики — остальное делает SSAI.TV. Если у вас уже есть ад-сервер, подключаем любой, который отдаёт VAST 3+ и допускает server-to-server запросы, в том числе Google Ad Manager / GAM 360 — Технические условия для ад-сервера, Настройка Google Ad Manager для SSAI.TV. Несколько ад-серверов можно объединить каскадом (waterfall). Как заводить кампании — Кампании в ад-сервере для SSAI.

Поддерживается ли MPEG-DASH?

Да. Основной сценарий — HLS, DASH подключается по отдельным рекомендациям (рекламный блок подаётся отдельным Period). HLS и DASH часто сосуществуют: DASH/Widevine — Smart TV, Android, веб; HLS/FairPlay — устройства Apple. Можно стартовать с протокола, который доминирует в вашей аудитории, а второй добавить позже — пока эти зрители видят оригинальный поток без вставок.

Какие требования к HLS?

- Аудио и видео в одном сегменте (muxed). Отдельные аудиодорожки в master-плейлисте (demuxed renditions) для SSAI не поддерживаются — плеер не сможет взять аудио для рекламы. Выход: одна дорожка или CMAF muxed.
- `RESOLUTION` в master-плейлисте в формате `ШИРИНАxВЫСОТА` (например, `1920x1080`), оба значения чётные.

- Метки SCTE-35 в каждом субманифесте — Требования к меткам в HLS.

Влияет ли стичинг на качество и задержку?

Нет. Клиент так же постепенно получает сегменты плейлиста — просто часть сегментов ссылается на рекламу. Контент и реклама отдаются с тех же кеш-серверов OTT. Задержка эфира определяется протоколом (HLS/DASH) и CDN платформы: у разных зрителей одного канала естественно разная задержка.

Как быть с DRM?

SSAI работает с манифестом и не касается контента, поэтому DRM на контенте не мешает. Рекламные сегменты отдаются без шифрования; плеер должен корректно переключаться между зашифрованными и незашифрованными сегментами. Если у вас secure link или токены в URL сегментов — передайте их в запросе к SSAI, чтобы ссылки в плейлисте остались рабочими.

Работает ли с VOD и архивом?

Да. В VOD брейки ставятся по медиаплану CMS, по ad rules (VMAP) или на стыках элементов контента — пре-роллы, мид-роллы, пост-роллы. Для архива (catch-up, пауза, start over) реклама вставляется так же, как в live, если запись сохраняет метки SCTE-35 (формат TS, а не MP4) и запрос плейлиста записи идёт через SSAI. В архиве, хранящемся в MP4, меток нет — для него подходит пре-ролл на старте.

Как работает реклама в FAST-каналах?

FAST — это модель монетизации, технически это обычный live-канал. Если канал собирается из VOD-библиотеки плейаутом, метки ставит плейаут: обычно пре-ролл в начале эпизода и мид-роллы каждые 15 минут. Плейаут Adaptek отдаёт готовый HLS с метками — Playout Adaptek — API и HLS-доставка.

Метки SCTE-35

Что такое CUE-OUT и CUE-IN?

CUE-OUT — выход из эфира в рекламу (начало блока, содержит длительность). CUE-IN — возврат в эфир. В метке SCTE-35 `splice_insert` это флаг `out_of_network_flag`: `true` — начало, `false` — возврат.

Что должен сделать канал?

- Передавать метки SCTE-35 отдельным PID в транспортном потоке, с точной длительностью блока (duration).
- Ставить метку на опорный кадр (IDR) на стыке контента, а не «по таймеру» посреди сцены.
- Иметь бамперы «реклама» и ставить метки внутри них — тогда погрешность нарезки ложится на бампер.

Параметры — Метки SCTE-35 на канале, порядок запуска — Запуск канала — чек-лист.

Откуда берутся метки и почему их может не быть в HLS?

Метка проходит цепочку: плейаут канала (SCTE-104 в SDI) → энкодер (SCTE-35 отдельным PID) → дистрибьютор или телепорт → транскодер и пакетизатор OTT → HLS/DASH → SSAI. Любое звено может её отбросить. Если в потоке нет даже PID с метками — его срезало промежуточное звено, и нужно запросить «версию с метками». Если PID есть, а меток в плейлисте нет — в пакетизаторе OTT не включена разметка HLS (SCTE-35 passthrough / manifest decoration).

В канале несколько PID с метками. Какой брать?

Правообладатель может разделять метки: одни — для линейной рекламы, другие — для динамической. SSAI использует только согласованный PID динамических блоков; остальные блоки замещать нельзя. OTT должен оставить в потоке для SSAI только этот PID. Фильтровать метки лучше один раз выше по цепочке, чем нестандартно на каждом OTT.

Метка без длительности — это проблема?

Да. Длительность из CUE-OUT определяет, сколько рекламы подобрать: когда приходит закрывающая метка, блок уже прошёл. Если канал не может передавать duration, можно договориться о фиксированной длительности брейка — SSAI подставит её. В пакетизаторе OTT для таких меток выбирайте завершение блока «по закрывающей метке», а не «по длительности».

Подходят ли тоновые метки или QR-коды?

Только как промежуточный этап. SSAI работает с SCTE-35 в плейлисте: тоновые сигналы (DTMF), QR-коды в кадре и т. п. сначала должен превратить в SCTE-35 плейаут или партнёр — до пакетирования, потому что пакетизатор, встретив SCTE-35, подрезает сегменты под метку. Распознавать видео на стороне каждого OTT — ненадёжно.

Как проверить, что метки есть?

- В транспортном потоке: `ffprobe <url>` — в списке потоков должен быть `Data: scte_35`. В RTMP отдельной таблицы PMT нет, метки идут отдельной data-дорожкой.
- В плейлисте: теги `#EXT-X-CUE-OUT`, `#EXT-X-DATERANGE`, `#EXT-OATCLS-SCTE35` и т. д. — Форматы меток в HLS.
- В кабинете SSAI.TV у каждого источника видны пойманные метки и статус: нет меток более 4 часов или вставки невозможны — красный, в метках не хватает тегов, но вставки возможны — жёлтый.

Метки на канале могут выходить редко — для проверки попросите у канала расписание меток на несколько дней вперёд.

Можно ли вставлять рекламу без меток?

В live — только принудительно по расписанию (например, для тестирования плееров), контент при этом обрывается без учёта сюжета. Для VOD — пре-роллы и мид-роллы по длительности или на стыках контента. SSAI не вставляет рекламу «по сетке вещания» или монтажному листу — только по меткам.

Интеграция с OTT

Что нужно от OTT-платформы?

HLS (или DASH) с метками, доступный для серверов SSAI.TV, и ссылка на плейлист SSAI для зрителей вместо оригинальной. Вместе с запросом плейлиста передаются IP зрителя, User-Agent и уникальный ID устройства — без них не работают гео, частота и охват. Пошагово — ТЗ интеграции для OTT-платформы.

Как выглядит ссылка на поток с рекламой?

`https://<хост>/out/<ключ>/master.m3u8?uid={ID_пользователя}&cdn={ваш_CDN}` — `uid` обязателен, без него реклама не подбирается; `cdn` подставляется в ссылки на контент. Для архива — `.../vod/<ключ>/master.m3u8?src={url_записи}`. Хост может быть вашим доменом (CNAME), за которым работает SSAI.TV.

Зачем кешировать рекламу на нашем CDN?

Под реальной нагрузкой рекламные сегменты должны отдаваться с CDN оператора, как и контент: `https://<ваш-cdn>/creatives/* → https://cdn.ssai.tv/creatives/*`, кеш до 7 дней. Если креативы тянутся для каждого зрителя отдельно, перед рекламой возможны фризы. Плейлисты не кешируются — они персональные. Подробности — CDN — требования для SSAI.

Какие домены добавить в whitelist?

Домен `*.ssai.tv` — конкретные поддомены могут меняться. IP-адреса серверов, которые забирают ваш origin, предоставит ваш менеджер.

Что будет, если SSAI.TV недоступен?

OTT переключает зрителя на оригинальный поток без рекламы — на старте сессии, если плейлист от SSAI не получен. Переключать зрителя посреди сессии не стоит: в плейлистах разная нумерация сегментов, и плеер может зависнуть.

Мы редиректим плейлист через свой CDN. На что обратить внимание?

- Запросы SSAI за оригинальным плейлистом не должны редиректиться обратно на SSAI, иначе возникнет бесконечная петля. Используйте отдельный домен для origin или параметр в запросе.
- Не хардкодьте один домен SSAI и одну ноду CDN — они могут меняться.
- Пробрасывайте заголовки: IP (`X-Forwarded-For` / `X-Real-IP`), User-Agent и ID устройства.
- Самая простая схема: плеер сразу получает ссылку SSAI, а сегменты тянет с вашего CDN.

Реклама и заполнение блока

Что, если рекламы на весь блок не хватило?

Остаток заполняет согласованный с каналом филлер. Если рекламы меньше порога fillfloor (по умолчанию 50% длительности блока, настраивается для каждого канала), вставки нет — идёт оригинальный эфир. Для длинных брейков (3 минуты и больше) нужно несколько кампаний или заглушки, иначе блок редко достигнет порога.

Каким должен быть филлер?

Бессюжетным и не короче 60 с — он обрезается под остаток блока в произвольном месте. Сюжетный ролик в роли филлера раздражает зрителя. Альтернатива — нарезка анонсов длительностью 1, 2, 3, 5, 10, 15, 20, 30 с. Универсальные анонсы прописываются в системе и ставятся только в конец блока, срочные канал заводит как обычные кампании.

Как пометить анонсы и социальную рекламу?

Добавьте к названию креатива префикс `promo_`. Такие ролики не получают титр «реклама», не тарифицируются и считаются отдельно от коммерческих.

Кто накладывает логотип канала и надпись «реклама»?

SSAI.TV автоматически: на рекламу — логотип и «реклама», на анонсы и добивки — только логотип. Если канал отдаёт анонсы уже с логотипом, наложение на них отключаем. Правила канала (графика, нормализация звука) и материалы для них предоставляет канал.

Почему в одном брейке нет двух роликов из одной кампании?

Так работают DSP: в рекламный блок попадает только один победитель от кампании, чтобы оставить место другим рекламодателям. Несколько креативов в одном профиле (line item) никогда не встанут в один брейк. Один и тот же креатив может выиграть дважды, если он есть в двух разных кампаниях.

Когда новый креатив появится в эфире?

После первого ответа ад-сервера с новым креативом SSAI.TV загружает, транскодирует и проверяет его — этот блок идёт без него. Следующие ответы уже вставляются. Сколько это занимает, зависит от частоты реальных брейков и запросов зрителей.

Реклама громче контента. Что делать?

Громкость креативов нормализуется автоматически по EBU R 128. Если отдельный ролик выделяется — сообщите его название: креатив перетранскодируется, и новая версия появится в следующих блоках. Требования — Требования к рекламным креативам.

Можно ли таргетировать на конкретную программу или жанр?

Да, если OTT передаёт в каждом запросе ID программы, жанр или название. Жанр канала SSAI.TV проставляет сам. Так же работают сигналы взрослая/детская аудитория, платный/бесплатный абонент, согласие на персонализацию: например, ролики с возрастным ограничением показываются только устройствам с

подтверждённым возрастом. Программа ≠ канал: программы выходят в непредсказуемое время, поэтому нужен именно сигнал в запросе.

Почему тестировщик не видит рекламы на продакшн-канале?

На продакшне работают таргетинг и частота: тестировщик мог исчерпать лимит показов или не попасть в целевую группу. «Сбросить счётчик» можно только другим устройством. На тестовых каналах креативы отдаются без условий. Также нужно включить канал до начала брейка: зритель, подключившийся посреди блока, видит эфир без вставки.

Статистика и трекинг

Какие метрики есть в кабинете?

Инвентарь (человеко-блоки и их длительность), показы (количество и секунды), fill rate, охват. Определения, отчёты, CSV и API — Статистика и отчётность.

Почему данные не совпадают с телевизионным эфиром?

У HLS задержка до нескольких минут, зритель может поставить паузу или перемотать. Время показа у каждого зрителя своё, поэтому «секунда эфира» для OTT не имеет смысла — отчётность агрегируется по часам.

Как подключить сторонний измеритель?

Добавьте трекинг-пиксель измерителя в VAST (в кампании ад-сервера) — SSAI.TV вызывает все импрессионные трекеры из VAST с сервера, передавая IP, User-Agent и ID зрителя через макросы. Домен трекера нужно заранее добавить в whitelist. VPAID и клиентские скрипты измерения в CTV не работают. Если измерителю нужны вызовы именно с устройства — Client Side Tracking.

Можно ли продавать через программатик Google?

Да, с PAL SDK в приложении: PAL создаёт сессию, которую SSAI.TV передаёт в запрос к Google — Google PAL SDK для SSAI. Серверные вызовы без клиентской валидации Google не принимает. Доступ к AdX без собственного контракта с Google — через партнёрство MCM: GAM 360 · MCM с Adaptek.

Интерактив

Поддерживается ли интерактивная реклама (SIMID)?

Да, в гибридной схеме: видео вшивает сервер, а интерактивный слой рисует приложение поверх потока. SSAI.TV передаёт приложению метаданные каждого ролика: ID, старт и длительность в брейке, трекинг-URL, ссылку на интерактивный файл. Для устройств без поддержки SIMID у креатива есть QR-код или конечная заставка. Подробности — Интерактивные креативы (SIMID).

Можно ли показывать плашки (оверлеи)?

Да. Оверлей рисует клиент по сигналу от SSAI.TV, чтобы он не накладывался на рекламные блоки — Оверлеи (SSAI Overlay).