SSAI.TV — česta pitanja

Odgovori na pitanja koja najčešće postavljaju OTT platforme, kanali i ad ops — markeri, integracija, popunjavanje blokova, statistika, praćenje.

Pitanja su prikupljena iz stvarnih lansiranja i grupisana po temama. Ako nema odgovora — kreirajte zahtev.

Opšte

Zašto je SSAI bolji od klijentskog umetanja (CSAI)?

Reklama je deo strima, pa je blokatori ne vide (na vebu presecaju oko 30% CSAI reklame). Nema prekida strima između sadržaja i reklame, kvalitet i jačina zvuka su isti, nije potrebno održavati SDK za svaku platformu. Poređenje — Kako funkcioniše SSAI.TV.

Da li je potrebno menjati plejer?

Ne. Integracija je na nivou isporuke strima: plejer dobija običan HLS/DASH. Treba samo da korektno obrađuje `#EXT-X-DISCONTINUITY` na granici reklame. Za overlay-e i klijentski treking potrebna je mala dorada — Overleji (SSAI Overlay), Client Side Tracking.

Koji ad server je podržan? Da li je potrebna sopstvena ad platforma?

Sopstvena platforma nije obavezna: rešenje uključuje ad server/DSP u kojem vaš tim kreira kampanje (datumi, prikazi ili budžet, targetiranje, frekvencija) i otprema spotove — ostalo radi SSAI.TV. Ako već imate ad server, povezujemo bilo koji koji vraća VAST 3+ i dozvoljava server-to-server zahteve, uključujući Google Ad Manager / GAM 360 — Tehnički uslovi za ad server, Podešavanje Google Ad Manager-a za SSAI.TV. Više ad servera može se kombinovati kaskadno (waterfall). Kako se zavode kampanje — Kampanje u ad serveru za SSAI.

Da li je podržan MPEG-DASH?

Da. Osnovni scenario je HLS, DASH se povezuje po posebnim preporukama (reklamni blok se isporučuje kao zaseban Period). HLS i DASH često koegzistiraju: DASH/Widevine — Smart TV, Android, veb; HLS/FairPlay — Apple uređaji. Možete krenuti od protokola koji dominira u vašoj publici, a drugi dodati kasnije — dotad ti gledaoci vide originalni strim bez umetanja.

Koji su zahtevi za HLS?

- Audio i video u istom segmentu (muxed). Zasebne audio numere u master plejlisti (demuxed renditions) nisu podržane za SSAI — plejer neće moći da preuzme audio za reklamu. Rešenje: jedna numera ili CMAF muxed.
- `RESOLUTION` u master plejlisti u formatu `ŠIRINAxVISINA` (npr. `1920x1080`), obe vrednosti parne.
- SCTE-35 markeri u svakom submanifestu — Zahtevi za markere u HLS.

Da li stičing utiče na kvalitet i kašnjenje?

Ne. Klijent i dalje postepeno dobija čankove plejliste — samo što deo čankova upućuje na reklamu. Sadržaj i reklama se isporučuju sa istih keš servera OTT-a. Kašnjenje prenosa određuju protokol (HLS/DASH) i CDN platforme: različiti gledaoci istog kanala prirodno imaju različito kašnjenje.

Šta je sa DRM-om?

SSAI radi sa manifestom i ne dira sadržaj, pa DRM na sadržaju ne smeta. Reklamni segmenti se isporučuju bez enkripcije; plejer mora korektno da prebacuje između enkriptovanih i neenkriptovanih segmenata. Ako imate secure link ili tokene u URL-ovima segmenata — prosledite ih u zahtevu ka SSAI, da bi linkovi u plejlisti ostali funkcionalni.

Da li radi sa VOD-om i arhivom?

Da. Kod VOD-a brejkovi se postavljaju iz medija-plana CMS-a, po ad rules (VMAP) ili na spojevima elemenata sadržaja — pre-roll, mid-roll, post-roll. Za arhivu (catch-up, pauza, start over) reklama se umeće isto kao u live-u, ako snimak čuva SCTE-35 markere (format TS, a ne MP4) i ako zahtev za plejlistu snimka ide kroz SSAI. Arhiva koja se čuva u MP4 nema markere — za nju je pogodan pre-roll na startu.

Kako funkcioniše reklama u FAST kanalima?

FAST je model monetizacije, tehnički je to običan live kanal. Ako se kanal sklapa iz VOD biblioteke plejautom, markere postavlja plejaut: obično pre-roll na početku epizode i mid-roll-ovi svakih 15 minuta. Adaptek plejaut isporučuje gotov HLS sa markerima — Playout Adaptek — API i HLS isporuka.

SCTE-35 markeri

Šta su CUE-OUT i CUE-IN?

CUE-OUT je izlazak iz programa u reklamu (početak bloka, sadrži trajanje). CUE-IN je povratak u program. U SCTE-35 markeru `splice_insert` to je zastavica `out_of_network_flag` : `true` — početak, `false` — povratak.

Šta kanal treba da uradi?

- Da prenosi SCTE-35 markere zasebnim PID-om u transportnom strimu, sa tačnim trajanjem bloka (duration).
- Da postavlja marker na ključni kadar (IDR) na spoju sadržaja, a ne „po tajmeru“ usred scene.
- Da ima bampere „reklama“ i da postavlja markere unutar njih — tada greška pri sečenju pada na bamper.

Parametri — SCTE-35 markeri na kanalu, redosled pokretanja — Pokretanje kanala — ček-lista.

Odakle dolaze markeri i zašto ih možda nema u HLS-u?

Marker prolazi kroz lanac: plejaut kanala (SCTE-104 u SDI) → enkoder (SCTE-35 zasebnim PID-om) → distributer ili teleport → transkoder i pakep OTT-a → HLS/DASH → SSAI. Bilo koja

karika može ga odbaciti. Ako u strimu nema čak ni PID-a sa markerima — presekla ga je međukarika i treba zatražiti „verziju sa markerima“. Ako PID postoji, a markera u plejlisti nema — u OTT pakeru nije uključeno označavanje HLS-a (SCTE-35 passthrough / manifest decoration).

Kanal ima više PID-ova sa markerima. Koji uzeti?

Vlasnik prava može razdvajati markere: jedne za linearnu reklamu, druge za dinamičku. SSAI koristi samo dogovoreni PID dinamičkih blokova; ostale blokove nije dozvoljeno zamenjivati. OTT treba da u strimu za SSAI ostavi samo taj PID. Markere je bolje filtrirati jednom više u lancu, nego nestandardno na svakom OTT-u.

Da li je marker bez trajanja problem?

Da. Trajanje iz CUE-OUT određuje koliko reklame treba odabrati: kada stigne zatvarajući marker, blok je već prošao. Ako kanal ne može da prenosi duration, može se dogovoriti fiksno trajanje brejka — SSAI će ga podmetnuti. U OTT pakeru za takve markere birajte završetak bloka „po zatvarajućem markeru“, a ne „po trajanju“.

Da li odgovaraju markeri u vidu tonskih signala ili QR kodova?

Samo kao prelazna faza. SSAI radi sa SCTE-35 u plejlisti: tonske signale (DTMF), QR kodove u kadru i slično prvo mora da pretvori u SCTE-35 plejaut ili partner — pre pakovanja, jer paker, kada naiđe na SCTE-35, podseca segmente prema markeru. Prepoznavanje videa na strani svakog OTT-a je nepouzdano.

Kako proveriti da markeri postoje?

- U transportnom strimu: `ffprobe <url>` — na listi strimova treba da bude `Data: scte_35`. U RTMP-u nema zasebne PMT tabele, markeri idu zasebnom data numerom.
- U plejlisti: tagovi `#EXT-X-CUE-OUT`, `#EXT-X-DATERANGE`, `#EXT-OATCLS-SCTE35` i slično — Formati markera u HLS.
- U SSAI.TV kabinetu pored svakog izvora vide se uhvaćeni markeri i status: nema markera duže od 4 sata ili umetanja nisu moguća — crveno, u markerima nedostaju tagovi, ali su umetanja moguća — žuto.

Markeri na kanalu mogu se pojavljivati retko — za proveru zatražite od kanala raspored markera za nekoliko dana unapred.

Može li se umetati reklama bez markera?

U live-u — samo prinudno po rasporedu (na primer, za testiranje plejera), pri čemu se sadržaj prekida bez obzira na radnju. Za VOD — pre-roll-ovi i mid-roll-ovi po trajanju ili na spojevima sadržaja. SSAI ne umeće reklamu „po programskoj šemi“ ili montažnoj listi — samo po markerima.

Integracija sa OTT-om

Šta je potrebno od OTT platforme?

HLS (ili DASH) sa markerima, dostupan SSAI.TV serverima, i link na SSAI plejlistu za gledaoce umesto originalnog. Uz zahtev za plejlistu prosleđuju se IP gledaoca, User-Agent i jedinstveni ID uređaja — bez njih ne rade geo, frekvencija i doseg. Korak po korak — TZ

integracije za OTT platformu.

Kako izgleda link na strim sa reklamom?

`https://<host>/out/<ključ>/master.m3u8?uid={ID_korisnika}&cdn={vaš_CDN}` — `uid` je obavezan, bez njega se reklama ne bira; `cdn` se podmeće u linkove na sadržaj. Za arhivu — `.../vod/<ključ>/master.m3u8?src={url_snimka}`. Host može biti vaš domen (CNAME), iza kojeg radi SSAI.TV.

Zašto keširati reklamu na našem CDN-u?

Pod realnim opterećenjem reklamni segmenti treba da se isporučuju sa CDN-a operatera, kao i sadržaj: `https://<vaš-cdn>/creatives/* → https://cdn.ssai.tv/creatives/*`, keš do 7 dana. Ako se kreative povlače za svakog gledaoca posebno, pre reklame su mogući frizovi. Plejliste se ne keširaju — one su personalne. Detalji — CDN — zahtevi za SSAI.

Koje domene dodati na whitelist?

Domen prvog nivoa `*.ssai.tv` — konkretni poddomeni mogu se menjati. IP adrese servera koji povlače vaš origin daće vam vaš menadžer.

Šta se dešava ako SSAI.TV nije dostupan?

OTT prebacuje gledaoca na originalni strim bez reklame — na startu sesije, ako plejlista od SSAI nije dobijena. Prebacivanje gledaoca usred sesije ne treba raditi: u plejlistama je različita numeracija segmenata, pa plejer može da se zablokira.

Preusmeravamo plejlistu kroz sopstveni CDN. Na šta obratiti pažnju?

- Zahtevi SSAI za originalnom plejlistom ne smeju se preusmeravati nazad na SSAI, inače nastaje beskonačna petlja. Koristite zaseban domen za origin ili parametar u zahtevu.
- Nemojte hardkodovati jedan SSAI domen i jednu CDN nodu — oni se mogu menjati.
- Prosleđujte zaglavlja: IP (`X-Forwarded-For` / `X-Real-IP`), User-Agent i ID uređaja.
- Najjednostavnija šema: plejer odmah dobija SSAI link, a segmente povlači sa vašeg CDN-a.

Reklama i popunjavanje bloka

Šta ako reklame nije bilo dovoljno za ceo blok?

Ostatak popunjava filer dogovoren sa kanalom. Ako je reklame manje od praga fillfloor (podrazumevano 50% trajanja bloka, podesivo za svaki kanal), umetanja nema — ide originalni program. Za duge brejkove (3 minuta i više) potrebno je više kampanja ili popuna, inače blok retko dostiže prag.

Kakav treba da bude filer?

Bez radnje i ne kraći od 60 s — on se seče prema ostatku bloka na proizvoljnom mestu. Spot sa radnjom kao filer iritira gledaoca. Alternativa je set najava trajanja 1, 2, 3, 5, 10, 15, 20, 30 s. Univerzalne najave se upisuju u sistem i idu samo na kraj bloka, a terminske kanal zavodi kao obične kampanje.

Kako označiti najave i društveno odgovornu reklamu?

Dodajte nazivu kreative prefiks `promo_`. Takvi spotovi ne dobijaju natpis „reklama“, ne tarifiraju se i broje se odvojeno od komercijalnih.

Ko postavlja logotip kanala i natpis „reklama“?

SSAI.TV automatski: na reklamu — logotip i „reklama“, na najave i popune — samo logotip. Ako kanal isporučuje najave već sa logotipom, nalaganje na njih isključujemo. Pravila kanala (grafika, normalizacija zvuka) i materijale za njih daje kanal.

Zašto u jednom brejku nema dva spota iste kampanje?

Tako rade DSP-ovi: u reklamni blok ulazi samo jedan pobednik iz kampanje, da bi ostalo mesta drugim oglašivačima. Više kreativa u jednom profilu (line item) nikada neće stati u isti brejk. Ista kreativa može pobediti dvaput ako se nalazi u dve različite kampanje.

Kada će se nova kreativa pojaviti u programu?

Nakon prvog odgovora ad servera sa novom kreativom, SSAI.TV je preuzima, transkoduje i proverava — taj blok ide bez nje. Sledeći odgovori se već umeću. Koliko to traje, zavisi od učestalosti stvarnih brejkova i zahteva gledalaca.

Reklama je glasnija od sadržaja. Šta da radimo?

Jačina zvuka kreativa normalizuje se automatski po EBU R 128. Ako se pojedini spot izdvaja — javite njegov naziv: kreativa se ponovo transkoduje i nova verzija će se pojaviti u narednim blokovima. Zahtevi — Zahtevi za reklamne kreative.

Može li se targetirati na konkretnu emisiju ili žanr?

Da, ako OTT u svakom zahtevu prosleđuje ID emisije, žanr ili naziv. Žanr kanala SSAI.TV postavlja sam. Isto tako rade signali odrasla/dečja publika, plaćeni/besplatni pretplatnik, saglasnost za personalizaciju: na primer, spotovi sa starosnim ograničenjem prikazuju se samo uređajima sa potvrđenim uzrastom. Emisija ≠ kanal: emisije idu u nepredvidivo vreme, zato je potreban upravo signal u zahtevu.

Zašto tester ne vidi reklamu na produkcionom kanalu?

Na produkciji rade targetiranje i frekvencija: tester je možda iscrpeo limit prikaza ili nije u ciljnoj grupi. „Resetovati brojač“ moguće je samo drugim uređajem. Na test kanalima kreative se isporučuju bez uslova. Takođe treba uključiti kanal pre početka brejka: gledalac koji se priključi usred bloka vidi program bez umetanja.

Statistika i treking

Koje metrike postoje u kabinetu?

Inventar (čovek-blokovi i njihovo trajanje), prikazi (broj i sekunde), fill rate, doseg. Definicije, izveštaji, CSV i API — Statistika i izveštavanje.

Zašto se podaci ne poklapaju sa televizijskim programom?

HLS ima kašnjenje do nekoliko minuta, gledalac može da pauzira ili premota. Vreme

prikaza je za svakog gledaoca drugačije, pa „sekunda programa“ za OTT nema smisla — izveštavanje se agregira po satima.

Kako priključiti nezavisnog merioca?

Dodajte treking piksel merioca u VAST (u kampanji ad servera) — SSAI.TV poziva sve impresione trekere iz VAST-a sa servera, prosleđujući IP, User-Agent i ID gledaoca kroz makroe. Domen trekera treba unapred dodati na whitelist. VPAID i klijentske skripte za merenje ne rade na CTV-u. Ako meriocu trebaju pozivi baš sa uređaja — Client Side Tracking.

Može li se prodavati kroz Google programatik?

Da, uz PAL SDK u aplikaciji: PAL kreira sesiju koju SSAI.TV prosleđuje u zahtev ka Google-u — Google PAL SDK za SSAI. Serverske pozive bez klijentske validacije Google ne prihvata. Pristup AdX-u bez sopstvenog ugovora sa Google-om — kroz MCM partnerstvo: GAM 360 · MCM sa Adaptek.

Interaktiv

Da li je podržana interaktivna reklama (SIMID)?

Da, u hibridnoj šemi: video ušiva server, a interaktivni sloj iscrtava aplikacija preko strima. SSAI.TV prosleđuje aplikaciji metapodatke svakog spota: ID, start i trajanje u brejku, treking URL, link na interaktivni fajl. Za uređaje bez podrške za SIMID kreativa ima QR kod ili završnu špicu. Detalji — Interaktivni kreativi (SIMID).

Mogu li se prikazivati plašte (overlay-i)?

Da. Overlay iscrtava klijent na signal od SSAI.TV, da se ne bi preklapao sa reklamnim blokovima — Overleji (SSAI Overlay).