SSAI.TV — часті питання

Відповіді на питання, які найчастіше ставлять OTT-платформи, канали й ad ops — мітки, інтеграція, заповнення блоків, статистика, трекінг.

Питання зібрані з реальних запусків і згруповані за темами. Якщо відповіді немає — створіть звернення.

Загальне

Чим SSAI кращий за клієнтську вставку (CSAI)?

Реклама — частина потоку, тож блокувальники її не бачать (у вебі вони відсікають близько 30% CSAI-реклами). Немає обриву потоку між контентом і рекламою, якість і гучність однакові, не треба підтримувати SDK під кожну платформу. Порівняння — Як працює SSAI.TV.

Чи потрібно змінювати плеєр?

Ні. Інтеграція на рівні доставки потоку: плеєр отримує звичайний HLS/DASH. Він має лише коректно обробляти `#EXT-X-DISCONTINUITY` на межі реклами. Для оверлеїв і клієнтського трекінгу потрібна невелика доробка — Оверлеї (SSAI Overlay), Client Side Tracking.

Який ад-сервер підтримується? Чи потрібна власна ad-платформа?

Власна платформа не обов'язкова: у рішення входить ад-сервер/DSP, у якому ваша команда створює кампанії (дати, покази або бюджет, таргетинг, частота) і завантажує ролики — решту робить SSAI.TV. Якщо у вас вже є ад-сервер, підключаємо будь-який, що віддає VAST 3+ і дозволяє server-to-server запити, зокрема Google Ad Manager / GAM 360 — Технічні умови для ад-сервера, Налаштування Google Ad Manager для SSAI.TV. Кілька ад-серверів можна поєднати каскадом (waterfall). Як заводити кампанії — Кампанії в ад-сервері для SSAI.

Чи підтримується MPEG-DASH?

Так. Основний сценарій — HLS, DASH підключається за окремими рекомендаціями (рекламний блок подається окремим Period). HLS і DASH часто співіснують: DASH/Widevine — Smart TV, Android, веб; HLS/FairPlay — пристрої Apple. Можна стартувати з того протоколу, який домінує у вашій аудиторії, а другий додати пізніше — поки що ці глядачі бачать оригінальний потік без вставок.

Які вимоги до HLS?

- Аудіо й відео в одному сегменті (muxed). Окремі аудіодоріжки в master-плейлисті (demuxed renditions) для SSAI не підтримуються — плеєр не зможе взяти аудіо для реклами. Вихід: одна доріжка або CMAF muxed.
- `RESOLUTION` у master-плейлисті у форматі `ШИРИНАxВИСОТА` (напр. `1920x1080`), обидва значення парні.

- Мітки SCTE-35 у кожному субманіфесті — Вимоги до міток у HLS.

Чи впливає стітчинг на якість і затримку?

Ні. Клієнт так само поступово отримує чанки плейлиста — просто частина чанків посилається на рекламу. Контент і реклама віддаються з тих самих кеш-серверів OTT. Затримка ефіру визначається протоколом (HLS/DASH) і CDN платформи: різні глядачі одного каналу природно мають різну затримку.

Як бути з DRM?

SSAI працює з маніфестом і не торкається контенту, тож DRM на контенті не заважає. Рекламні сегменти віддаються без шифрування; плеєр має коректно перемикатися між зашифрованими і незашифрованими сегментами. Якщо у вас secure link або токени в URL сегментів — передайте їх у запиті до SSAI, щоб посилання в плейлисті лишилися робочими.

Чи працює з VOD і архівом?

Так. У VOD брейки ставляться з медіаплану CMS, за ad rules (VMAP) або на стиках елементів контенту — пре-роли, мід-роли, пост-роли. Для архіву (catch-up, пауза, start over) реклама вставляється так само, як у live, якщо запис зберігає мітки SCTE-35 (формат TS, а не MP4) і запит плейлиста запису йде через SSAI. Архів, що зберігається в MP4, міток не має — для нього підходить пре-рол на старті.

Як працює реклама у FAST-каналах?

FAST — це модель монетизації, технічно це звичайний live-канал. Якщо канал збирається з VOD-бібліотеки плейаутом, мітки ставить плейаут: зазвичай пре-рол на початку епізоду і мід-роли кожні 15 хвилин. Плейаут Adaptek віддає готовий HLS з мітками — Playout Adaptek — API та HLS-доставка.

Мітки SCTE-35

Що таке CUE-OUT і CUE-IN?

CUE-OUT — вихід з ефіру в рекламу (початок блоку, містить тривалість). CUE-IN — повернення в ефір. У мітці SCTE-35 `splice_insert` це прапор `out_of_network_flag`: `true` — початок, `false` — повернення.

Що має зробити канал?

- Передавати мітки SCTE-35 окремим PID у транспортному потоці, з точною тривалістю блоку (duration).
- Ставити мітку на опорний кадр (IDR) на стику контенту, а не «по таймеру» посеред сцени.
- Мати бампери «реклама» і ставити мітки всередині них — тоді похибка нарізки лягає на бампер.

Параметри — Мітки SCTE-35 на каналі, порядок запуску — Запуск каналу — чекліст.

Звідки беруться мітки і чому їх може не бути в HLS?

Мітка проходить ланцюг: плейаут каналу (SCTE-104 у SDI) → енкодер (SCTE-35 окремим PID) → дистриб'ютор або телепорт → транскодер і пакувальник OTT → HLS/DASH → SSAI. Будь-яка ланка може її відкинути. Якщо в потоці немає навіть PID з мітками — його зрізала проміжна ланка, і потрібно запросити «версію з мітками». Якщо PID є, а міток у плейлисті немає — у пакувальнику OTT не ввімкнено розмітку HLS (SCTE-35 passthrough / manifest decoration).

У каналі кілька PID з мітками. Який брати?

Правовласник може розділяти мітки: одні — для лінійної реклами, інші — для динамічної. SSAI використовує лише погоджений PID динамічних блоків; інші блоки заміщувати не можна. OTT має залишити в потоці для SSAI тільки цей PID. Фільтрувати мітки краще один раз вище за ланцюгом, ніж нестандартно на кожному OTT.

Мітка без тривалості — це проблема?

Так. Тривалість з CUE-OUT визначає, скільки реклами підібрати: коли приходить закриваюча мітка, блок уже минув. Якщо канал не може передавати duration, можна домовитися про фіксовану тривалість брейку — SSAI підставить її. У пакувальнику OTT для таких міток обирайте завершення блоку «за закриваючою міткою», а не «за тривалістю».

Мітки тоновими сигналами або QR-кодами підходять?

Тільки як проміжний етап. SSAI працює з SCTE-35 у плейлисті: тонові сигнали (DTMF), QR-коди в кадрі тощо спершу має перетворити на SCTE-35 плейаут або партнер — до пакування, бо пакувальник, зустрівши SCTE-35, підрізає сегменти під мітку. Розпізнавати відео на стороні кожного OTT — ненадійно.

Як перевірити, що мітки є?

- У транспортному потоці: `ffprobe <url>` — у списку потоків має бути `Data: scte_35`. У RTMP окремої таблиці PMT немає, мітки йдуть окремою data-доріжкою.
- У плейлисті: теги `#EXT-X-CUE-OUT`, `#EXT-X-DATERANGE`, `#EXT-OATCLS-SCTE35` тощо — Формати міток у HLS.
- У кабінеті SSAI.TV біля кожного джерела видно зловлені мітки і статус: немає міток понад 4 години або вставки неможливі — червоний, у мітках бракує тегів, але вставки можливі — жовтий.

Мітки на каналі можуть виходити рідко — для перевірки попросіть у каналу розклад міток на кілька днів уперед.

Можна вставляти рекламу без міток?

У live — лише примусово за розкладом (наприклад, для тестування плеєрів), контент при цьому обривається без урахування сюжету. Для VOD — пре-роли і мід-роли за тривалістю або на стиках контенту. SSAI не вставляє рекламу «за сіткою мовлення» чи монтажним листом — лише за мітками.

Інтеграція з OTT

Що потрібно від OTT-платформи?

HLS (або DASH) з мітками, доступний для серверів SSAI.TV, і посилання на плейлист SSAI для глядачів замість оригінального. Разом із запитом плейлиста передаються IP глядача, User-Agent і унікальний ID пристрою — без них не працюють гео, частота й охоплення. Покроково — ТЗ інтеграції для OTT-платформи.

Як виглядає посилання на потік з рекламою?

`https://<хост>/out/<ключ>/master.m3u8?uid={ID_користувача}&cdn={ваш_CDN}` — `uid` обов'язковий, без нього реклама не підбирається; `cdn` підставляється в посилання на контент. Для архіву — `.../vod/<ключ>/master.m3u8?src={url_запису}`. Хост може бути вашим доменом (CNAME), за яким працює SSAI.TV.

Навіщо кешувати рекламу на нашому CDN?

Під реальним навантаженням рекламні сегменти мають віддаватися з CDN оператора, як і контент: `https://<ваш-cdn>/creatives/*` → `https://cdn.ssai.tv/creatives/*`, кеш до 7 днів. Якщо креативи тягнуться для кожного глядача окремо, перед рекламою можливі фрізи. Плейлисти не кешуються — вони персональні. Деталі — CDN — вимоги для SSAI.

Які домени додати у whitelist?

Домен першого рівня `*.ssai.tv` — конкретні піддомени можуть змінюватися. IP-адреси серверів, що забирають ваш origin, надасть ваш менеджер.

Що буде, якщо SSAI.TV недоступний?

OTT перемикає глядача на оригінальний потік без реклами — на старті сесії, якщо плейлист від SSAI не отримано. Перемикати глядача посеред сесії не варто: у плейлистах різна нумерація сегментів, і плеєр може зависнути.

Ми редиректимо плейлист через свій CDN. На що зважати?

- Запити SSAI за оригінальним плейлистом не мають редиректитися назад на SSAI, інакше виникне нескінченна петля. Використовуйте окремий домен для origin або параметр у запиті.
- Не хардкодьте один домен SSAI і одну ноду CDN — вони можуть змінюватися.
- Прокидайте заголовки: IP (`X-Forwarded-For` / `X-Real-IP`), User-Agent і ID пристрою.
- Найпростіша схема: плеєр одразу отримує посилання SSAI, а сегменти тягне з вашого CDN.

Реклама і заповнення блоку

Що, якщо реклами на весь блок не вистачило?

Залишок заповнює філлер, погоджений з каналом. Якщо реклами менше за поріг fillfloor (за замовчуванням 50% тривалості блоку, налаштовується для кожного каналу), вставки немає — іде оригінальний ефір. Для довгих брейків (3 хвилини і

більше) потрібно кілька кампаній або заглушки, інакше блок рідко досягне порогу.

Яким має бути філлер?

Без сюжету і не коротшим за 60 с — він обрізається під залишок блоку в довільному місці. Сюжетний ролик як філлер дратує глядача. Альтернатива — нарізка анонсів тривалістю 1, 2, 3, 5, 10, 15, 20, 30 с. Універсальні анонси прописуються в системі і стають лише в кінець блоку, строкові канал заводить як звичайні кампанії.

Як позначити анонси й соціальну рекламу?

Додайте до назви креативу префікс `promo_`. Такі ролики не отримують титр «реклама», не тарифікуються і рахуються окремо від комерційних.

Хто накладає логотип каналу і напис «реклама»?

SSAI.TV автоматично: на рекламу — логотип і «реклама», на анонси й добивки — лише логотип. Якщо канал віддає анонси вже з логотипом, накладання на них вимикаємо. Правила каналу (графіка, нормалізація звуку) і матеріали для них надає канал.

Чому в одному брейку немає двох роликів з однієї кампанії?

Так працюють DSP: у рекламний блок потрапляє лише один переможець від кампанії, щоб лишити місце іншим рекламодавцям. Кілька креативів в одному профілі (line item) ніколи не стануть в один брейк. Один і той самий креатив може виграти двічі, якщо він є у двох різних кампаніях.

Коли новий креатив з'явиться в ефірі?

Після першої відповіді ад-сервера з новим креативом SSAI.TV завантажує, транскодує і перевіряє його — цей блок іде без нього. Наступні відповіді вже вставляються. Скільки це триває, залежить від частоти реальних брейків і запитів глядачів.

Реклама гучніша за контент. Що робити?

Гучність креативів нормалізується автоматично за EBU R 128. Якщо окремий ролик виділяється — повідомте його назву: креатив перетранскодується, і нова версія з'явиться в наступних блоках. Вимоги — Вимоги до рекламних креативів.

Можна таргетувати на конкретну програму чи жанр?

Так, якщо OTT передає в кожному запиті ID програми, жанр чи назву. Жанр каналу SSAI.TV проставляє сам. Так само працюють сигнали дорослa/дитяча аудиторія, платний/безкоштовний абонент, згода на персоналізацію: наприклад, ролики з віковим обмеженням показуються лише пристроям із підтвердженим віком. Програма ≠ канал: програми виходять у непередбачуваний час, тому потрібен саме сигнал у запиті.

Чому тестувальник не бачить реклами на продакшн-каналі?

На продакшні працюють таргетинг і частота: тестувальник міг вичерпати ліміт показів або не потрапити в цільову групу. «Скинути лічильник» можна лише іншим пристроєм. На тестових каналах креативи віддаються без умов. Також треба увімкнути канал до початку брейку: глядач, який приєднався посеред блоку, бачить

ефір без вставки.

Статистика і трекінг

Які метрики є в кабінеті?

Інвентар (людино-блоки та їх тривалість), покази (кількість і секунди), fill rate, охоплення. Визначення, звіти, CSV і API — Статистика і звітність.

Чому дані не збігаються з телевізійним ефіром?

HLS має затримку до кількох хвилин, глядач може поставити паузу чи перемотати. Час показу для кожного глядача свій, тож «секунда ефіру» для OTT не має сенсу — звітність агрегується по годинах.

Як підключити сторонній вимірювач?

Додайте трекінг-піксель вимірювача у VAST (у кампанії ад-сервера) — SSAI.TV викликає всі імпресійні трекери з VAST із сервера, передаючи IP, User-Agent та ID глядача через макроси. Домен трекера треба заздалегідь додати у whitelist. VPAID і клієнтські скрипти вимірювання в CTV не працюють. Якщо вимірювачу потрібні виклики саме з пристрою — Client Side Tracking.

Чи можна продавати через програматик Google?

Так, з PAL SDK у застосунку: PAL створює сесію, яку SSAI.TV передає в запит до Google — Google PAL SDK для SSAI. Серверні виклики без клієнтської валідації Google не приймає. Доступ до AdX без власного контракту з Google — через партнерство MCM: GAM 360 · MCM з Adaptek.

Інтерактив

Чи підтримується інтерактивна реклама (SIMID)?

Так, у гібридній схемі: відео вшивається сервером, а інтерактивний шар малює застосунок поверх потоку. SSAI.TV передає застосунку метадані кожного ролика: ID, старт і тривалість у брейку, трекінг-URL, посилання на інтерактивний файл. Для пристроїв без підтримки SIMID креатив має QR-код або кінцеву заставку. Деталі — Інтерактивні креативи (SIMID).

Чи можна показувати плашки (оверлеї)?

Так. Оверлей малює клієнт за сигналом від SSAI.TV, щоб він не накладався на рекламні блоки — Оверлеї (SSAI Overlay).