

*Общество с ограниченной ответственностью Управляющая компания «Нектарин»
ОГРН 1087746039886, ИНН 7710703730
430030, Россия, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Васенко, д. 9, этаж 4, помещение 1*

**ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
«Admify 2.0»**

Документация, содержащая информацию, необходимую для эксплуатации ПО

на 44 листах

2022 г.

1. ВВЕДЕНИЕ

Настоящий документ представляет собой руководство пользователя программного обеспечения «Admify 2.0» (далее — ПО, **Admify 2.0**) и содержит информацию, необходимую для эксплуатации программного обеспечения.

1.1. Область применения

ПО представляет собой облачную платформу (интернет-сервис, распространяемый по модели SaaS) для автоматизации реферального маркетинга с применением искусственного интеллекта для создания и проведения рекламных кампаний.

1.2. Краткое описание возможностей

Admify 2.0 имеет следующие элементы и функции:

а) Многокомпонентная система управления реферальными и иными маркетинговыми кампаниями.

Автоматизирует:

- проведение акций (конкурсы, розыгрыши и т.п.) в соцсетях с возможностью участия лидеров мнений;
- работу с отзывами, в том числе определение NPS, тональности отзывов и проведение кастомизированных опросов;
- взаимодействие с посетителями сайтов через социальные сети, e-mail, через виджеты на сайте и т.п. (в качестве дополнительного функционала включает возможность кросс-продаж через e-mail и push-уведомления).
- проведение A/B- и мультивариативного тестирования всех рекламных кампаний.

б) Модуль управления сообществом лидеров мнений.

Мотивирует лидеров мнений становиться частью единого сообщества за счёт игровых (бонусные баллы, система виртуальных “наград” за достижения) и социальных (профайлы, возможность коммуникации лично и публично) инструментов, что повышает их мотивацию и вовлечённость.

с) CRM-модуль.

Позволяет удобно взаимодействовать с лидерами мнений, интегрируется с популярными внешними CRM-системами (Salesforce.com, amoCRM, RetailCRM, Битрикс24 и др.). Имеется API для подключения к любым другим CRM.

д) Отслеживание эффективности кампаний.

Позволяет отслеживать действий «вторичных распространителей информации», получивших её по цепочке от лидеров мнений и формирует подробную статистику в личном кабинете с возможностью экспорта данных в Excel, PowerPoint, PDF. Дает возможность моментального выбора лидов для дальнейших контактов и экспорта в CRM.

е) Возможность автоматического поиска дополнительных профайлов человека в различных социальных сетях.

Позволяет получить максимальную исходную информацию о лидере мнений и показать кастомизированную под него рекламу.

Также есть опциональная возможность «догонять» продающей рекламой по различным каналам людей, получивших вирусный контент через лидера мнений и ознакомившихся с данным контентом.

Аналогичная опциональная возможность «догонять» данных людей имиджевой рекламой, направленной на дальнейшее улучшение восприятия ими бренда. Есть отдельная панель аналитики для данных двух опций.

2. ТРЕБОВАНИЯ К ОБОРУДОВАНИЮ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Для получения доступа к ПО не требуется специальное оборудование. Пользователь может воспользоваться любым персональным компьютером с доступом к сети Интернет.

ПО может быть скомпилировано и запущено на следующих ОС:

- Windows (7 или выше)
- Apple macOS
- Linux (любой дистрибутив на архитектуре i386, amd64, arm64, armv6l)
- FreeBSD (на архитектуре i384, amd64)

3. ОБЩИЙ ПОРЯДОК УСТАНОВКИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Для работы с ПО пользователю нужно выполнить следующие действия:

1. Перейти на сайт в сети Интернет: console.admify.pro
2. Ввести пару «логин» и «пароль», которые предоставляются пользователю ООО УК «Нектарин» в следующем порядке: ввести «логин» в поле «Введите почту», ввести пароль в поле «Введите пароль», нажать кнопку «Войти».

4. ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ПО

Компонентами ПО являются:

- a) Личный кабинет
- b) Алгоритм поиска дополнительных профайлов в соцсетях
- c) CRM-модуль:
 - Нейронная сеть для отбора лидеров мнений и формирования предложений для них
 - Система генерации и отправки писем
 - Встроенная телефония
- d) Модуль управления реферальными и иными маркетинговыми кампаниями
 - Система проведения акций в соцсетях
 - Система работы с отзывами
 - Система работы с посетителями сайтов
- e) Модуль управления сообществом лидеров мнений
- f) Конструктор вирусных кампаний
 - C2C-библиотека
 - B2C-библиотека

- В2В-библиотека
- Нейронная сеть, подбирающая контент для пользователя на основании параметров кампании

ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ КОМПОНЕНТОВ ПО:

а) Личный кабинет

Имеет удобный графический интерфейс и служит для:

- удобного доступа ко всем разделам/модулям платформы;
- контроля за состоянием лицевого счёта и его пополнения;
- пользования мощной системой сквозной аналитики по планируемым и проводимым
 - маркетинговых кампаний, включая возможность получения практически любых срезов и выборок данных (включая отдельные панели аналитики для “догоняющей” продающей и имиджевой рекламы);
 - выгрузки данных в любом из удобных пользователю форматов (включая CSV, MS Excel, MS PowerPoint, PDF и другие);
 - выбора языка для работы с системой;
 - получения помощи по работе с системой.

б) Алгоритм поиска дополнительных профайлов в соцсетях

Позволяет по профайлу в одной из сетей с вероятностью 98% определить (в случае их наличия) анкеты пользователя в других социальных сетях. Социальные сети отличаются по своей направленности - каждая из них лучше раскрывает определенный блок информации о пользователе, при для разных типов маркетинговых кампаний и продвигаемых продуктов может оказываться оптимальным разный набор социальных сетей и разное распределение бюджета между ними.

с) CRM-модуль

Используется как инструмент выбора лидеров мнений и для планирования, осуществления коммуникации с ними.

Выбрать лидеров мнений пользователь может как вручную, на основании данных о них в CRM, так и автоматически, доверив платформе предложить наиболее оптимальный их список.

К CRM-модулю подключена нейронная сеть, которая позволяет осуществить выбор наиболее влиятельных лидеров мнений, которые смогут наиболее эффективно распространить информацию с учётом заданных параметров кампании (отрасль, охват, целевой пол/возраст, география и др.), а также автоматически сформировать для них предложение по сотрудничеству с оптимальными условиями (встроенный блок отправки писем позволяет сразу же прочитать и отправить данные предложения, а затем отследить их получение и прочтение).

д) Модуль управления реферальными и иными маркетинговыми кампаниями

Служит для проведения широкого круга рекламных кампаний, в том числе реферальных активностей.

- Система проведения акций в соцсетях позволяет организовывать широкий цикл мероприятий, включая конкурсы, розыгрыши, специальные акции и т.п. и настроена под возможность привлечения лидеров мнений к данным активностям.

– Система работы с отзывами используется как вспомогательный инструмент при анализе маркетинговых кампаний и самостоятельно служит целям сбора мнений клиентов о продукте, бренде, организации и т.п. Данная система позволяет замерять NPS через готовые инструменты опроса или проводить кастомизированные опросы. Предусмотрена возможность использования робота, собирающего отзывы об объекте анализа и оценивающий тональность данных отзывов (процент положительных, нейтральных и отрицательных отзывов).

– Система работы с посетителями сайтов используется для расширения инструментария маркетинга и включает инструменты взаимодействия через социальные сети, e-mail, виджеты (коды для виджетов можно получить в данном модуле) на сайте и т.п.

– В качестве дополнительного функционала включена возможность кросс-продаж через e-mail и push-уведомления.

е) Модуль управления сообществом лидеров мнений.

Модуль используется лидерами мнений как инструмент получения оплаты, просмотра статистики, планирования своих будущих активностей. В модуле реализованы игровые методики (система достижений, или “наград”) за определённые действия и результаты, система бонусных баллов, которые можно потратить на покупку товаров или получение скидок, а также социальные методики, которые позволяют лидерам мнений видеть профайлы друг друга, общаться между собой и обсуждать интересующие темы как в личных сообщениях, так и на публичных форумах.

ф) Конструктор вирусных кампаний

Позволяет собирать эффективный вирусный контент.

Конструктор работает в ручном режиме (пользователь сам собирает контент) и со значительной долей автоматизации (платформа помогает собрать пользователю контент, исходя из параметров рекламной кампании: отрасли, охвата, социодемографических параметров). Данная автоматизация применяется за счёт использования нейронной сети, анализирующей эффективность прошлых рекламных кампаний. Для обучения данной сети, помимо глубокого анализа прошедших кампаний, используется специальный бот, который ищет в сети контент, набравший наибольшее количество просмотров и действий пользователей, а затем определяет координаты правообладателей данного контента, управляющему им оператору остаётся только проставить тэги, определяющие отраслевые и иные ключевые характеристики данного ролика; по данным тэгам впоследствии осуществляется поиск в библиотеке. Имеется 3 библиотеки с исходными составляющими будущего контента (в зависимости от способа распространения информации): C2C-, B2C- и B2B-кампании.

5. ОПИСАНИЕ ОПЕРАЦИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ С ПО РАБОЧИЙ СТОЛ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ

Помимо стандартных областей (Шапка, Вкладки разделов и Подвал), «Рабочий стол» рекламодателя содержит следующие блоки и элементы:

1. Приветствие, с заголовком и указанием принадлежности к компании «Добро пожаловать», под аккаунтом которой работает пользователь. Например, для «Otclick-ADV»

это может быть «Добро пожаловать в Отклик», а для «Mediatoday», «Добро пожаловать в Mediatoday» соответственно. Ниже расположены варианты текста:

1.1. Для тех, кто не заключил договор и не пополнил счёт: «Вам доступен пробный период с ограниченной функциональностью. Для того, чтобы воспользоваться всеми возможностями системы, пожалуйста пополните счёт.»

1.2. Для тех, у кого счёт пополнен и договор заключён: «На вашем счету XXX руб. Вы можете воспользоваться всеми доступными возможностями системы.»

2. Блок персонального менеджера:

2.1. Изображение;

2.2. Имя, Фамилия;

2.3. Рабочий email;

2.4. Телефон с указанием добавочного номера;

2.5. Кнопка начала чата (если менеджер в сети) или отправки ему сообщения (если его нет);

3. Помощник по запуску кампании – каждый из шагов отправляет на соответствующий раздел Личного кабинета.

3.1. Шаг 1. «Установите смарт пиксель. SmartPixel дает вам возможность работать с ретаргетингом и собирать статистику... Подробнее». Отправляет на страницу создания первой кампании (самое начало);

3.2. Шаг 2. «Запустите кампанию. Несколько простых настроек для начала старта кампании... Подробнее». Отправляет на страницу создания первой кампании – блок выбора типа кампании.

3.3. Шаг 3. «Анализируйте статистику. Несколько простых настроек для начала старта кампании... Подробнее». Отправляет пользователя на страницу общей статистики.

4. График (таймлайн) общей статистики, отображает общую динамику изменений кол-ва: Показов, Кликов, Переходов и Действий в заданный промежуток времени. Имеет возможность масштабирования, а также выборочного отображения одного и более параметров.

5. Статистика по последним 10 А) Кампаниям, Б) Офферам, В) Выборочным Объявлениям Рекламодателя. Содержит в себе следующие сортирующиеся:

5.1. ID;

5.2. Название;

5.3. Показы;

5.4. Клики;

5.5. Переходы;

5.6. CTR;

5.7. Индикатор текущего прогресса (процент завершённости кампании, а также состояние);

Персональный менеджер

 Олесья Овчаренко
o.ovcharenko@belkasorelka
+7 (495) 660-5317 # 1137

Подсказки

- ☐ Вы можете заказать подготовку эффективной кампании под ключ! Наши менеджеры сделают...
- ☐ 100 нестандартных способов увеличения конверсии. Дешево и сердито!
- ☐ Как не попасть или рекомендации по правильной и эффективной рекламе.

[Узнать больше](#)

Новости

10.03.2014
Belka представляет свой API

09.02.2014
API представляет свою Belka, сотрудники в шоке!

09.02.2014
Новости о действиях API оказались пусковой инсинуацией.

В Личном Кабинете всех пользователей есть информационная колонка, отображение которой зависит от достаточного размера окна браузера. Колонка содержит следующую информацию:

1. Подсказки (Хитрости или Hints) – Ссылки на различную информацию на сайте, которая способствует повышению активности пользователя или увеличению среднего чека.

2. Новостной блок. Содержит блоки анонсы одного из разделов новостного блока, прежде всего, технического характера, относящуюся к работе платформы.

СПИСОК КАМПАНИЙ

Основной перечень Кампаний, созданных Рекламодателем.

Кампании (5) Группировать по: Нет, Тип, Статус, Показы, Клики, Действия, CTR%, Остаток, eCPC, eCPM, Действия

Ретаргетинг X Пакет X Неизвестные X Мобильные X

Импорт Экспорт Создать кампанию

Название	Тип	Статус	Показы	Клики	Действия	CTR%	Остаток	eCPC	eCPM	Действия
 Moskvich 412 самый лучший автомобиль в мире!	🔍	🚩	500	10	0	2	40 000	10	10	📊 📄 🖋️ ⏸️ 🗑️
 Moskvich 412 самый лучший автомобиль в мире!	📱	🟢 50%	500	10	0	2	40 000	10	10	📊 📄 🖋️ ⏸️ 🗑️
 Moskvich 412 самый лучший автомобиль в мире!	🔍	🚩	500	10	0	2	40 000	10	10	📊 📄 🖋️ ⏸️ 🗑️
 Moskvich 412 самый лучший автомобиль в мире!	🔍	🟡 10%	500	10	0	2	40 000	10	10	📊 📄 🖋️ ▶️ 🗑️

1. Заголовок \ Навигационная цепочка с указанием общего количества Кампаний;
2. Тип сортировки и группировки списка: А) Нет, Б) По типу кампаний, В) По тегам;
3. Инкрементной фильтр списка с авто подстановкой варианта запроса;
4. Переключатели отображения перечня: А) Списком и Б) Карточками;
5. Инструменты настройки вида:

Тип

☐ Тематические пакеты ☐ Аудиторные ☐ Ретаргетинг ☐ Мобильные ☐ Видео ☐ A/B - тест

Отобразить колонки

☐ Название ☐ Тип ☐ Показы ☐ CTR ☐ eCPC ☐ ID ☐ Статус ☐ Клики ☐ Остаток ☐ План ☐ Дата ☐ Прогресс ☐ Действия ☐ eCPM

Период

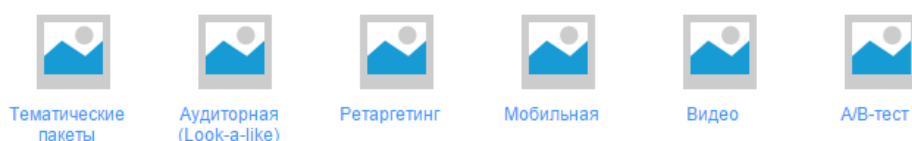
15.02.3124 15.02.3124

[Запомнить](#)

По клику разворачивается плашка, содержащая в себе следующие контролы:

- 5.1. Группа чекбоксов выборочного отображения по типу;
- 5.2. Группа чекбоксов настройки отображения колонок списка;

- 5.3. Период, в рамках которого необходимо отобразить выборку;
- 5.4. Сохранение настроек;
- 6. Список тегов;
- 7. Кнопка импорта – открывает окно загрузки разрешённого к импорту файла (CSV, TXT) и сопоставления колонок \ строк с имеющимися в системе. Необходимо для переноса ранее сохранённых кампаний, но не может быть учтено в биллинге;
- 8. Кнопка экспорта - Экспорт данных в один из разрешённых файлов (CSV, TXT, Word, PDF), пользователь может выбрать необходимые колонки или поля, а также тип разделителя для тех форматов, где это необходимо;
- 9. Кнопка создания новой Кампании, по нажатию между панелью инструментов и самой выборкой появляется дополнительная панель (разворачивающийся список), содержащая пиктограммы и названия типов кампаний, существующих в системе.



- 10. Перечень кампаний. На рисунке изображён в виде списка, с отображёнными по умолчанию колонками:
 - 10.1. Чекбокс выбора элемента (Кампании);
 - 10.2. ID (на примере не показан);
 - 10.3. Превью-изображение и название Кампании;
 - 10.4. Тип кампании в виде пиктограмма + текст, текст, при недостаточной ширине экрана может не отображаться.
 - 10.5. Статус: А) На модерации Б) Ожидает старта В) Текущий прогресс с цветовым индикатором;
 - 10.6. Общее количество показов в рамках Кампании;
 - 10.7. Общее количество кликов в рамках Кампании;
 - 10.8. Общее количество действий или квалифицированных кликов в рамках Кампании (если они предполагались)
 - 10.9. Показатель кликабельности CTR (%) - отношение числа всех кликов на общее число показов в %;
 - 10.10. Остаток – остаток средств, исходя из настроек бюджета Кампании (не путать с остатком на счету учётной записи!);
 - 10.11. eCPC - сумма расходов (а для рекламной площадки – заработка) / кол-во кликов. То есть, грубо говоря, расход размазанный по объему привлеченного трафика.
 - 10.12. eCPM (эффективная цена за тысячу показов) – это показатель, который вычисляется путем деления всех доходов на количество показов в тысячах. eCPM отражает примерную стоимость 1000 показов баннера для выбранного баннерного места.
- Для рекламодателей eCPM показывает среднюю стоимость трафика.
- 11. Панель действий и инструментов;
- 12. Перейти на страницу статистики данной Кампании;
- 13. Дублировать кампанию на основе данной;
- 14. Редактировать данную Кампанию;
- 15. Запустить или остановить кампанию;

16. Удалить кампанию (при этом удаление не удаляет информацию по списаниям, произошедшим в рамках данной Кампании).

СТРАНИЦА СОЗДАНИЯ КОМПАНИИ

Отображается при переходе через пункт меню второго уровня «Создать кампанию» или, когда в системе пользователем не заведено ни одной кампании.

1. Навигационная цепочка (на всех последующих страницах обычно не упоминается);

2. Оповещение, для случая, когда в системе не было заведено ни одной кампании (Все заголовки сворачиваемы).

«Вы ещё не создали ни одной кампании. Для запуска кампании следуйте простым инструкциям.

1. Установка Smart Pixel. SmartPixel дает вам возможность работать с ремаркетингом и собирать статистику (показатель отказов, конверсии). Его необходимо установить на все страницы вашего сайта сразу после счетчиков Яндекс.Метрики и Google Analytics. Обратите внимание, что SmartPixel не будет работать, если его устанавливать через Google Tag Manager.

`<script>`

Уникальный Код пикселя;

`</script>`

После установки SmartPixel предусматривается возможность сегментировать посетителей сайта по посещенным страницам или совершенным действиям в разделе "Аудитории".

Иначе, отображается: «Создано X компаний. Что бы создать новую, выберите интересующий вас тип кампании и настройте её параметры.»

3. Типы кампаний – после выбора одного из типов кампаний, пользователь попадает на первый шаг помощника, с характеристиками, соответствующими выбранному типу кампании. Подробнее см. далее.

Типы кампаний определяют ряд детальных настроек, например, таких как сегментирование или рекламные площадки, и зависящий от них перечень доступных объявлений.

ПРОЦЕДУРА СОЗДАНИЯ КАМПАНИИ

Несмотря на то, что основные активности по настройке Рекламной Кампаний весьма схожи между собой, в зависимости от выбранного типа, отдельные инструменты и данные могут отличаться.

КАМПАНИИ. ШАГ 1.

Первый шаг подразумевает настройку основных характеристик, позволяющих завести сущность в системе. Наполнение шага идентично для всех типов Кампаний.

1. Основные настройки

1.1. Название Кампании (Это не системный ID, который присваивается автоматически и не может быть изменён пользователем);

1.2. Специфика (раскрывающийся список), при выборе одного из вариантов, отличных от «НЕТ», на следующих шагах исключается возможность выбора рекламных площадок, запретивших публикацию подобного контента. Варианты (список может быть расширен):

- 1.2.1. Алкоголь;
- 1.2.2. Табак;
- 1.2.3. БАДы;
- 1.2.4. Лекарства;
- 1.2.5. Для взрослых;

1.3. Бренд – текст вводится пользователем, однако, по мере ввода система предлагает релевантные варианты из списка уже имеющихся брендов (в том числе введенных другими пользователями).

1.4. Обложка (на примере не указан), баннер-изображение, на основе которого генерируется превью;

1.5. Оптимизация KPI (раскрывающийся список):

- 1.5.1. Переходы;
- 1.5.2. Более одного перехода;
- 1.5.3. Время, проведенное на сайте;
- 1.5.4. Количество посещенных страниц;
- 1.5.5. Количество отказов;
- 1.5.6. Достижение цели;

1.6. Добавление счётчика показов (множественный);

2. Расписание – по умолчанию стоит отмеченный чекбокс «быстрый запуск и непрерывные показы», означающий, что кампания будет запущена сразу же после прохождения модерации. Если чекбокс снят, то в нижней части появляются дополнительные опции (см. рисунок ниже):

- 2.1. Выбор периода начала и окончания действия Кампании;
- 2.2. Календарь с возможностью отметки всех чётных или выходных дней;
- 2.3. Группа чекбоксов для выбора конкретных часовых промежутков;

3. Сводная информация – краткий перечень основных настроек. Информация обновляется по мере заполнения и переходов пользователя от одного шага к другому. Есть возможность возврата к нужному блоку параметров (в примере пиктограмма карандаша):

- 3.1. Наименование Кампании;
- 3.2. Ограничения;
- 3.3. Начало действия;
- 3.4. Таргетирование;
- 3.5. Исключения;
- 3.6. Прогноз по аудитории;
- 3.7. Общий бюджет;
- 3.8. Дневной бюджет;
- 3.9. Максимальная ставка;
- 3.10. Виды добавленных объявлений;

4. Кнопки:

- 4.1. Возврат к предыдущему шагу (на первом шаге не отображается или неактивна);
- 4.2. Сохранение Кампании в виде черновика;

4.3. Переход к следующему шагу;

2 Расписание [Свернуть](#)

☐ Быстрый запуск и непрерывные показы

15.02.3124 15.02.3124 [+ Дополнительные параметры](#)

Календарь

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вск
☐ 01	☐ 02	☐ 03	☐ 04	☐ 05	☐ 06	☐ 07
☐ 08	☐ 09	☐ 10	☐ 11	☐ 12	☐ 13	☐ 14
☐ 15	☐ 16	☐ 17	☐ 18	☐ 19	☐ 20	☐ 21
☐ 22	☐ 23	☐ 24	☐ 25	☐ 26	☐ 27	☐ 28
☐ 29	☐ 30	☐ 31				

[Выбрать все чётные](#)
[Выбрать все выходные](#)
[Очистить](#)

Часы

☒ Все

☐ 00 - 01	☐ 12 - 13
☐ 01 - 02	☐ 13 - 14
☐ 02 - 03	☐ 14 - 15
☐ 03 - 04	☐ 15 - 16
☐ 04 - 05	☐ 16 - 17
☐ 05 - 06	☐ 17 - 18
☐ 06 - 07	☐ 18 - 19
☐ 07 - 08	☐ 19 - 20
☐ 08 - 09	☐ 20 - 21
☐ 09 - 10	☐ 21 - 22
☐ 10 - 11	☐ 22 - 23
☐ 11 - 12	☐ 23 - 00

КАМПАНИИ. ШАГ 2.

На шаге таргетирования устанавливаются критерии, в соответствии с которыми будет проведён подбор посетителей (и соответственно рекламных площадок).

1 Новая кампания. Шаг 2 из 4

2 Таргетирование

Выберите интересующую вас категорию.
Вы можете исключить те сайты, аудитория которых не соответствует интересам вашей кампании.

1.1 ☐ Автомобили (5 045 667) [Уточнить](#)

1.2 ☒ Финансы (5 045 667) [Уточнить](#)

Исключения: ☒ Auto.ru X ☒ 100parts.ru X ☒ Drive2.ru X

1.3 ☒ Спорт (5 045 667) [Уточнить](#)

Исключения:

2 Показы

Каждое показов на 1го посетителя в сутки. Нулевое значение означает, что пользователь может видеть объявление неограниченное количество раз.

☐ Без ограничений ☐ 3 ☐ 5 ☐ 10 ☐ \ сутки

3 Прочее

☐ Включить ретаргетинг ☐ Использовать защиту бренда

4

Сводная информация

Анаасовая Кока-кола

Ограничения: Алкоголь

Старт: Сегодня, 5 мая 2015 (15:00)

Таргетирование

Тематический пакет: не задано

Исключения: не задано

Предполагаемая аудитория: 5 523 703

Бюджет

Общий: не задано

Дневной: не задано

Макс. ставка: не задано

Объявление

не задано

<< Назад Сохранить как черновик Далее >>

На первом макете изображен шаг таргетирования для Кампаний типа «Тематический пакет», в котором таргеты уже сформированы, в так называемые тематические пакеты, то есть группы рекламных площадок со схожей тематикой. В этом случае доступны следующие настройки:

1. Список тематических пакетов, в зависимости от экрана в 1 или две колонки;

1.1. Чекбокс визуализирующий выбор пакета. Также клик на любое не занятое пространство блока пакета делает его выбранным (отмеченным) или снимает выбор, в зависимости от первоначального состояния.

1.2. Пиктограмма и заголовок пакета, прогнозируемое число посетителей для всех сайтов, входящих в пакет;

1.3. Уточнить – раскрывающийся список сайтов, входящих в состав пакета, из которого можно убрать не релевантные площадки. При этом исключённые площадки отображаются в виде списка тегов в нижней части тела тематического блока и могут быть возвращены в список сайтов, путём удаления их из этого списка исключений или постановки галочки в раскрывающемся списке.

2. Управление показами для одного посетителя за одни сутки. Нулевое значение означает, что пользователь может видеть объявление (я) неограниченное количество раз.

2.1. Без ограничений;

2.2. Три раза;

2.3. Пять раз;

2.4. Десять раз;

2.5. Произвольное значение, включая нулевое;

3. Чекбокс использование ретаргетинга (ремаркетинга). Если чекбокс отмечен, то Рекламодателю становятся доступны дополнительные настройки ретаргетинга – Период, Кол-во и частота показов для одного уникального посетителя;

4. Чекбокс использования защиты бренда. По умолчанию снят. Защита бренда – это механизм.

КАМПАНИИ. ШАГ 3.

Настройки бюджета одинаковы для всех типов кампаний.

🏠 Новая кампания. Шаг 3 из 4

④ Бюджет

Оплата: Дневной бюджет

Бюджет: руб. руб.

☐ Равномерное распределение ☐ Как можно чаще

☐ CPM ☐ CPA ☐ Действие

Таргет: Руб.

☒ Участвовать в аукционе

Макс. ставка: руб.

Ориентировочные ставки конкурентов от 12 до 35 руб.

Сводная информация

Ананасовая Кока-Кола, Май 2015

Ограничения: не задано

Старт: Сегодня, 5 мая 2015 (15:00)

Таргетирование

Тематический пакет: Авто, Путешествия, Спорт...

Исключения: 12

Предполагаемая аудитория: 5 523 703 чел.

Бюджет

Общий: не задано

Дневной: не задано

Макс. ставка: не задано

Объявление

не задано

<< Назад Сохранить как черновик Далее >>

Доступны следующие опции:

1. Выбор типа бюджета

1.1. Дневной бюджет;

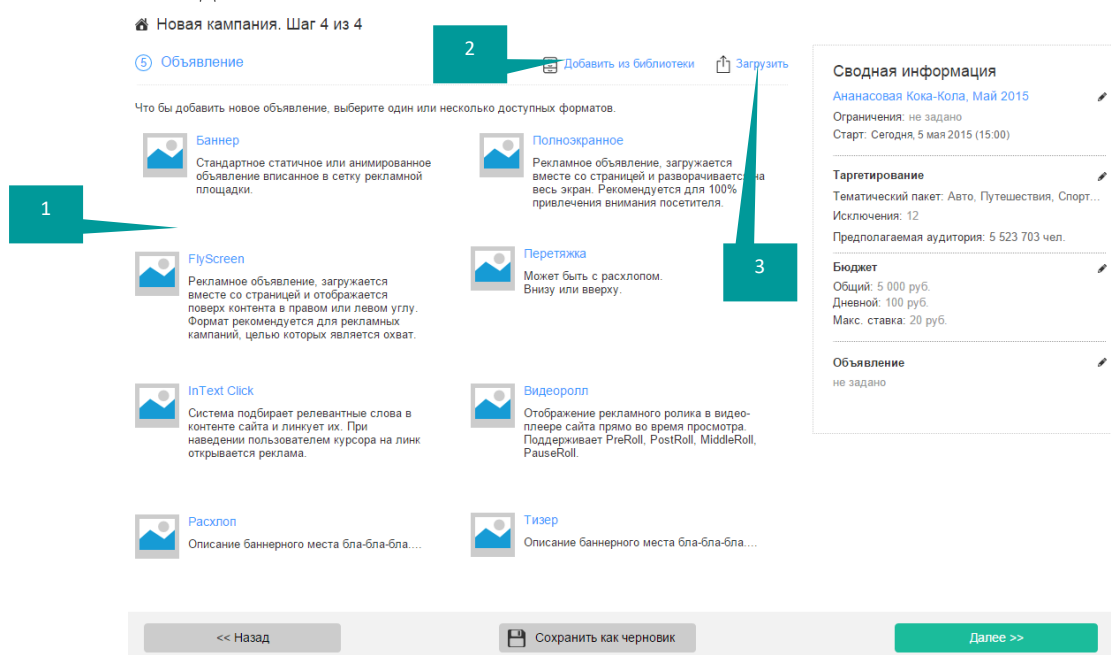
1.2. Оплата за результат;

2. Сумма – слайдер + произвольное значение (валюта по умолчанию - рубль);

3. Способ распределения
 - 3.1. Равномерное;
 - 3.2. Как можно чаще;
4. Таргет оплаты:
 - 4.1. CPM;
 - 4.2. CPA;
 - 4.3. Действие;
5. Лимит – слайдер + произвольное значение (валюта по умолчанию – рубль);
6. Чекбокс участия Кампании в аукционе второй цены (RTB), при котором объявления рекламодателей участвуют в торгах за рекламное место и предпочтение отдаётся объявлению рекламодателя, предложившего вторую по величине ставку;
7. Максимальная ставка – слайдер + произвольное значение (валюта по умолчанию – рубль);
8. Указатель текущих ставок конкурентов для кампаний данного типа (от Мин. до Макс.);

КАМПАНИИ. ШАГ 4.

Страница добавления объявлений имеет два состояния, похожих на состояния страницы Кампаний: А) Когда ни одного объявления добавлено не было и наоборот, когда есть хотя бы одно объявление.



Выше представлено изображение страницы в состоянии «Объявлений нет». Она представляет собой перечень доступных объявлений с кратким описанием и схематичной визуализацией инструмента.

Добавить объявление можно 3мя способами:

1. Сконструировать новое, выбрав один из интересующих типов объявления, расположенных в контентной части.
2. Добавить из библиотеки инструментов, ранее сконструированное объявление;
3. Загрузить файл, содержащий в себе элементы готового объявления (RAR, ZIP), например, FLASH, XML+CSS+IMG и так далее.

При выборе любого из типов нового объявления открывается всплывающее окно, которое содержит форму, соответствующую выбранному типу объявления. Описания форм даны ниже.

Добавление баннера 1

Название:

Размер: Доступные размеры могут меняться в зависимости от сутанов таргетирования.

URL:

Креатив:  +

К загрузке разрешены следующие форматы файлов: JPEG, PNG, анимированный GIF, Flash или Видеофайл

[Требования к форматам](#)

+

Заголовок

Текст

Кнопка

[Просмотр](#)

Расширенные настройки [Скрыть](#)

Заголовок:

Текст:

Кнопка:

Отмена
Создать

2 3 4

Помимо компонентов формы, подобное окно содержит несколько обязательных элементов:

Заголовок типа «Создание ИМЯ ОБЪЯВЛЕНИЯ»;

1. Пиктограмму или линк закрытия окна, по действию, равнозначных кнопке отмены;
2. Превью предполагаемого объявления, обновляемого в реальном времени;
3. Кнопка «Отмена» - закрывает окно с формой без сохранения изменений (объявление не создаётся);
4. Кнопка «Создать» - сохраняет изменения и создаёт объявление с заданными характеристиками;

КАМПАНИИ. ШАГ 4.2.

Ниже представлено изображение и описание четвёртого шага, когда в нём добавлены несколько объявлений. Режим просмотра в вид карточек;

Новая кампания. Шаг 4 из 4

Ретаргетинг X Пакет X Неизвестные X [Добавить из библиотеки](#) [Загрузить](#) Создать



Груминг в Москве
Баннер 240 x 450
<http://groomingforcutdog.ru>



Груминг в Москве
Баннер 240 x 450
<http://groomingforcutdog.ru>



Груминг в Москве
Баннер 240 x 450
<http://groomingforcutdog.ru>



Груминг в Москве
Баннер 240 x 450
<http://groomingforcutdog.ru>



Груминг в Москве
Баннер 240 x 450
<http://groomingforcutdog.ru>



Груминг в Москве
Баннер 240 x 450
<http://groomingforcutdog.ru>

Сводная информация

Ананасовая Кока-Кола, Май 2015

Ограничения: не задано
Старт: Сегодня, 5 мая 2015 (15:00)

Таргетирование

Тематический пакет: Авто, Путешествия, Спорт...

Исключения: 12
Предполагаемая аудитория: 5 523 703 чел.

Бюджет

Общий: 5 000 руб.
Дневной: 100 руб.
Макс. ставка: 20 руб.

Объявление

не задано

<< Назад
Сохранить как черновик
Далее >>

1 2 3 4 5

Каждая карточка содержит в себе следующие элементы:

1. Блок элемента с индикатором выбора (например, чекбокс);
2. Превью изображение креатива;
3. Называние объявления с возможность перехода в режим предпросмотра;
4. Тип объявления и размер, если он предусмотрен;
5. Ссылка, на которую ссылается объявление;
6. По наведению на блок элемента становятся доступны инструменты-пиктограммы:
 - 6.1. Предпросмотр объявления (появляется над превью-изображением);
 - 6.2. Редактировать объявление;
 - 6.3. Удалить объявление

ТИПЫ ОБЪЯВЛЕНИЙ

Ниже описаны базовые типы объявлений. Объявления в системе реализованы как встраиваемые в систему расширения или передаются средствами API для объявлений, таким образом, чтобы новые типы объявлений могли быть добавлены, в том числе и пользователями системы. Например, владельцами площадок, если у них есть соответствующие права.

БАННЕР

Обыкновенные медийные объявления, вписанные в сетку сайта.

Размещение	Desktop and Mobile WebSite (не является отображаемым параметром)
Название	Произвольный текст, ограниченный количеством символов;
Размер	Перечень рекламных объявлений, исходя из размеров рекламных мест сайтов рекламодателей, отобранных на этапе сегментирования;
URL	Ссылка, куда перенаправляет объявление;
Переход	▪ Нет – возможна загрузка только одного креатива; ▪ Scratch – возможна загрузка только 2х креативов. Описание см. ниже; ▪ Ротация – возможна загрузка до би креативов;
Креатив	JPG, JPEG, PNG, Animated GIF, FLASH, MPEG4, MOV; Имеется ограничение на размер загружаемого файла;
Эффект перехода, только для Scratch	▪ Капли – эффект конденсата на верхнем слое; ▪ Матовое стекло; ▪ Конденсат – эффект запотевшего стекла, сочетание двух предыдущих; ▪ Лёд; ▪ От А к Б – первый креатив ложится поверх второго. Просмотр второго осуществляется в ходе стирания первого креатива.

Мин. площадь стирания только для Scratch	▪ 30% ▪ 50% ▪ 75% ▪ 100%
Способ ротации, при множественной загрузке креативов, кроме Scratch	▪ Переключение – «жёсткое» переключение креативов, без какого-либо эффекта перехода; ▪ Плавный переход – проявление последующего поверх текущего; ▪ 3D Cube – креативы располагаются на гранях виртуального куба и их переключение происходит путём поворота куба нужными сторонами;
Способ ротации при множественной загрузке креативов, кроме Scratch	При условии загрузки нескольких креативов (кроме Scratch): ▪ Нет; ▪ Непрерывная ротация; ▪ При каждой загрузке;
Получить метку	Кнопка запроса UTM-меток;
Расширенные настройки	При переходе в режим расширенных настроек, пользователь получает возможности конструктора баннера по заданному шаблону.
Заголовок	Текст заголовка объявления, отображаемый поверх креатива;
Цвет заголовка	Палитра с заданным набором цветов.
Текст	Описание объявления, например, слоган.
Цвет текста	Палитра с заданным набором цветов.
Кнопка	Текст для кнопки с призывом. Если текст не введен, кнопка не отображается.
Цвет кнопки	Палитра с заданным набором цветов.

Эффекты FULLSCREEN

Объявление, которое раскрывается в полноэкранном режиме при загрузке страницы, на котором размещено объявление. Объявление можно закрыть по истечении заданного промежутка времени, достаточного для того, чтобы показ был засчитан.

Размещение	Desktop and Mobile WebSite (не является отображаемым параметром)
Название	Произвольный текст, ограниченный количеством символов;
URL	Ссылка, куда перенаправляет объявление;
Креатив	JPG, JPEG, PNG, Animated GIF, FLASH, MPEG4, MOV;

	Имеется ограничение на размер загружаемого файла;
Включить масштабирование	Чекбокс (по умолчанию включён)
Получить метку	Кнопка запроса UTM-меток;

FLYSCREEN

Плавающие объявления, обычно появляющиеся по одному из краёв сайта на котором они размещены.

Размещение	Desktop and Mobile WebSite (не является отображаемым параметром)
Название	Произвольный текст, ограниченный количеством символов;
Размер	Перечень рекламных объявлений, исходя из размеров выбранных на сайтах рекламодателей (в данном случае размеры FlyScreen), отобранных на этапе сегментирования;
URL	Ссылка, куда перенаправляет объявление;
Размещение	▪ Верхний-правый угол; ▪ Верх по центру; ▪ Верхний-левый угол; ▪ Нижний-правый угол; ▪ Внизу по центру; ▪ Нижний правый угол;
Переход	▪ Нет – возможна загрузка только одного креатива; ▪ Scratch – возможна загрузка только 2х креативов; ▪ Ротатор – возможна загрузка до би креативов;
Креатив	JPG, JPEG, PNG, Animated GIF, FLASH, MPEG4, MOV; Имеется ограничение на размер загружаемого файла;
Эффект перехода, только для Scratch	▪ Капли – эффект конденсата на верхнем слое; ▪ Матовое стекло; ▪ Конденсат – эффект запотевшего стекла, сочетание двух предыдущих; ▪ Лёд; ▪ От А к Б – первый креатив ложится поверх второго. Просмотр второго осуществляется в ходе стирания первого креатива.
Мин. площадь стирания только для Scratch	▪ 30% ▪ 50% ▪ 75% ▪ 100%

Способ ротации, при множественной загрузке креативов, кроме Scratch	▪ Переключение – «жесткое» переключение креативов, без какого-либо эффекта перехода; ▪ Плавный переход – проявление последующего поверх текущего; ▪ 3D Cube – креативы располагаются на гранях виртуального куба и их переключение происходит путём поворота куба нужными сторонами;
Способ ротации при множественной загрузке креативов, кроме Scratch	При условии загрузки нескольких креативов (кроме Scratch): ▪ Нет; ▪ Непрерывная ротация; ▪ При каждой загрузке;
Получить метку	Кнопка запроса UTM-меток;
Расширенные настройки	При переходе в режим расширенных настроек, пользователь получает возможности конструктора баннера по заданному шаблону.
Заголовок	Текст заголовка объявления, отображаемый поверх креатива;
Цвет заголовка	Палитра с заданным набором цветов.
Текст	Описание объявления, например, слоган.
Цвет текста	Палитра с заданным набором цветов.
Кнопка	Текст для кнопки с призывом. Если текст не введён, кнопка не отображается.
Цвет кнопки	Палитра с заданным набором цветов.

ADBAR (ПЕРЕТЯЖКА)

Плавающие объявления, обычно появляющиеся по одному из краёв сайта на котором они размещены.

Размещение	Desktop and Mobile WebSite (не является отображаемым параметром)
Название	Произвольный текст, ограниченный количеством символов;
Тип	▪ Перетяжка; ▪ Перетяжка + Fullscreen;
Размер	Перечень рекламных объявлений, исходя из размеров выбранных на сайтах рекламодателей (в данном случае размеры AdBar), отобранных на этапе сегментирования;
URL	Ссылка, куда перенаправляет объявление;
Размещение	▪ Верх; ▪ Левый;

	▪ Правый; ▪ Низ;
Цвет фона	Палитра с заданным набором цветов.
Креатив для перетяжки	JPG, JPEG, PNG, Animated GIF, FLASH, MPEG4, MOV; Имеется ограничение на размер загружаемого файла;
Креатив для полного экрана (перетяжка + Fullscreen)	JPG, JPEG, PNG, Animated GIF, FLASH, MPEG4, MOV; Имеется ограничение на размер загружаемого файла;
Получить метку	Кнопка запроса UTM-меток;
Расширенные настройки	Не предусмотрено

INTEXTCLICK

Объявление, отображение которого происходит при наведении пользователем курсора на линк с релевантным словом.

Размещение	Desktop and Mobile WebSite в тексте (не является отображаемым параметром)
Название	Произвольный текст, ограниченный количеством символов;
Размер	Перечень размеров рекламного объявления, скрывающегося под ссылкой, исходя из размеров выбранных на сайтах рекламодателей (в данном случае размеры AdBar), отображенных на этапе сегментирования;
Список слов	Поле ввода текста
Использовать синонимы	Чекбокс, означает, что система автоматически будет линковать выборочные синонимы слов, указанных в списке выше;
URL	Ссылка, куда перенаправляет объявление;
Размещение	▪ Верх; ▪ В контенте; ▪ Низ;
Цвет фона	Палитра с заданным набором цветов.
Креатив	JPG, JPEG, PNG, Animated GIF, FLASH, MPEG4, MOV; Имеется ограничение на размер загружаемого файла;
Получить метку	Кнопка запроса UTM-меток;
Расширенные настройки	

Заголовок	Текст заголовка объявления, отображаемый поверх креатива;
Цвет заголовка	Палитра с заданным набором цветов.
Текст	Описание объявления, например, слоган.
Цвет текста	Палитра с заданным набором цветов.
Кнопка	Текст для кнопки с призывом. Если текст не введен, кнопка не отображается.
Цвет кнопки	Палитра с заданным набором цветов.

CONTENT POPUNDER

Объявление, появляется в теле контента, как универсальный плеер. Объявление может быть свернуто или раскрыто на весь экран по желанию посетителя. Воспроизведение начинается в момент, когда объявление отобразилось на странице на четверть. Если объявление является видеофайлом и выходит из поля зрения посетителя, то воспроизведение останавливается. Продолжение воспроизведения происходит, когда объявление снова оказывается в поле зрения посетителя. Если в объявлении предполагается звук, то он воспроизводится по наведению курсора мыши на объявление или при полноэкранном отображении. В таком плеере могут быть отображены несколько объявлений подряд от разных рекламодателей.

Размещение	Desktop and Mobile WebSite в контенте (не является отображаемым параметром)
Название	Произвольный текст, ограниченный количеством символов;
Размер	Перечень размеров рекламного объявления, скрывающегося под ссылкой, исходя из размеров выбранных на сайтах рекламодателей (в данном случае размеры AdBar), отобранных на этапе сегментирования;
URL	Ссылка, куда перенаправляет объявление;
Креатив	JPG, JPEG, PNG, Animated GIF, FLASH, MPEG4, MOV; Имеется ограничение на размер загружаемого файла;
Получить метку	Кнопка запроса UTM-меток;
Расширенные настройки	Не предусмотрено

VIDEOROLL

Размещение: Только в Instream Video;

Объявление, отображение которого происходит в видеоплеере. Данный тип объявления доступен только, если при таргетировании имеются площадки, поддерживающие данный вид рекламы. Передача данных происходит средствами API или встроенного плагина видеоплеера.

Размещение	Только Instream-Video. (не является отображаемым параметром)
Название	Произвольный текст, ограниченный количеством символов;
Показ	▪ В начале; ▪ По середине; ▪ В конце; ▪ На паузе; ▪ По таймеру; Возможно добавить до трёх вариантов показа, каждый из которых будет со своим креативом, либо с креативом по умолчанию (первый), в случае отсутствия дополнительных.
URL для каждого типа показов	Ссылка, куда перенаправляет объявление с одного из креативов;
Время, только для Таймера	▪ 30 сек; ▪ 60 сек; ▪ 90 сек; ▪ 120 сек;
Размер видео \ креатив	▪ 2160p: 3840 x 2160; ▪ 1440p: 2560 x 1440; ▪ 1080p: 1920 x 1080; ▪ 720p: 1280 x 720; ▪ 480p: 854 x 480; ▪ 360p: 640 x 360; ▪ 240p: 426 x 240
Креатив	JPG, JPEG, PNG, Animated GIF, FLASH, MPEG4, MOV; Имеется ограничение на размер загружаемого файла;
Получить метку	Кнопка запроса UTM-меток;
Расширенные настройки	Не предусмотрено

TISER

Тизер – демонстрация объявления в комплексном рекламном блоке;

Размещение	Desktop and Mobile WebSite (не является отображаемым параметром)
Название	Произвольный текст, ограниченный количеством символов;
Размер	Перечень рекламных объявлений, исходя из размеров рекламных мест сайтов рекламодателей, отобранных на этапе сегментирования;

URL	Ссылка, куда перенаправляет объявление;
Переход	▪ Нет – возможна загрузка только одного креатива; ▪ Scratch – возможна загрузка только 2х креативов. Описание см. ниже; ▪ Ротация – возможна загрузка до 6 креативов;
Креатив	JPG, JPEG, PNG, Animated GIF, FLASH, MPEG4, MOV; Имеется ограничение на размер загружаемого файла;
Эффект перехода, только для Scratch	▪ Капли – эффект конденсата на верхнем слое; ▪ Матовое стекло; ▪ Конденсат – эффект запотевшего стекла, сочетание двух предыдущих; ▪ Лёд; ▪ От А к Б – первый креатив ложится поверх второго. Просмотр второго осуществляется в ходе стирания первого креатива.
Мин. площадь стирания только для Scratch	▪ 30% ▪ 50% ▪ 75% ▪ 100%
Способ ротации, при множественной загрузке креативов, кроме Scratch	▪ Переключение – «жёсткое» переключение креативов, без какого-либо эффекта перехода; ▪ Плавный переход – проявление последующего поверх текущего; ▪ 3D Cube – креативы располагаются на гранях виртуального куба и их переключение происходит путём поворота куба нужными сторонами;
Способ ротации при множественной загрузке креативов, кроме Scratch	При условии загрузки нескольких креативов (кроме Scratch): ▪ Нет; ▪ Непрерывная ротация; ▪ При каждой загрузке;
Получить метку	Кнопка запроса UTM-меток;
Расширенные настройки	При переходе в режим расширенных настроек, пользователь получает возможности конструктора баннера по заданному шаблону.
Заголовок	Текст заголовка объявления, отображаемый поверх креатива;
Цвет заголовка	Палитра с заданным набором цветов.
Текст	Описание объявления, например, слоган.
Цвет текста	Палитра с заданным набором цветов.

Кнопка	Текст для кнопки с призывом. Если текст не введён, кнопка не отображается.
Цвет кнопки	Палитра с заданным набором цветов.

GLOBAL WIFI

Реклама, отображаемая при подключении к WiFi-точке доступа. Является одним из параметров таргетирования, по своему содержанию идентична FullScreen объявлению.

ЗАКАЗАТЬ РАЗРАБОТКУ ОБЪЯВЛЕНИЯ

Ссылка на форму заказа разработки объявления.

ОФФЕРЫ

Оффер, это разновидность кампании рекламодателя, обычно ориентированное на определённое конечное действие (CPA), например, регистрацию пользователя, подписку или покупку. Оффер имеет ряд предопределённых условий, определяющих способ взаимодействия Рекламодателя и рекламной площадки, таких как определение целевого действия, вознаграждение и так далее. При этом, в отличие от обычных Кампаний, условия устанавливает сам Рекламодатель.

5 кампаний
Группировать по: Нет
Типу
Тегам

Ретаргетинг X

Пакет X

Неизвестные X

Мобильные X

Импорт

Экспорт

Создать кампанию

Название	Тип	Статус	Показы	Клики	Действия	CTR%	Остаток	еCPC	еCPM	Действия
Москвич 412 самый лучший автомобиль в мире!			500	10	0	2	40 000	10	10	
Москвич 412 самый лучший автомобиль в мире!			500	10	0	2	40 000	10	10	
Москвич 412 самый лучший автомобиль в мире!			500	10	0	2	40 000	10	10	
Москвич 412 самый лучший автомобиль в мире!			500	10	0	2	40 000	10	10	

Згружаются ещё 20 элементов

Общая страница офферов содержит следующие элементы:

1. Заголовок \ Навигационная цепочка с указанием общего количества Кампаний;
2. Тип сортировки и группировки списка: А) Нет, Б) По типу офферов, В) По тегам;
3. Инкрементной фильтр списка с авто подстановкой варианта запроса;
4. Переключатели отображения перечня: А) Списком и Б) Карточками;
5. Инструменты настройки вида:

Тип

Тематические пакеты

Ретаргетинг

Видео

Аудиторные

Мобильные

A/B - тест

Отобразить колонки

Название

ID

Дата

Тип

Статус

Прогресс

Показы

Клики

Действия

CTR

Остаток

еCPM

Период

15.02.3124

15.02.3124

Запомнить

По клику разворачивается плашка, содержащая в себе следующие контролы:

- 5.1. Группа чекбоксов выборочного отображения по типу;

- 5.2. Группа чекбоксов настройки отображения колонок списка;
- 5.3. Период, в рамках которого необходимо отобразить выборку;
- 5.4. Сохранение настроек;
- 6. Список тегов;
- 7. Кнопка импорта – открывает окно загрузки разрешённого к импорту файла (CSV, TXT) и сопоставления колонок \ строк с имеющимися в системе. Необходимо для переноса ранее сохранённых кампаний, но не может быть учтено в биллинге;
- 8. Кнопка экспорта - Экспорт данных в один из разрешённых файлов (CSV, TXT, Word, PDF), пользователь может выбрать необходимые колонки или поля, а также тип разделителя для тех форматов, где это необходимо;
- 9. Кнопка создания нового Оффера.
- 10. Перечень офферов. На рисунке изображён в виде списка, с отображёнными по умолчанию колонками:
 - 10.1. Чекбокс выбора элемента (Кампании);
 - 10.2. ID (на примере не показан);
 - 10.3. Превью-изображение и название оффера;
 - 10.4. Тип оффера в виде пиктограмма + текст, текст, при недостаточной ширине экрана может не отображаться.
 - 10.5. Статус: А) На модерации Б) Ожидает старта В) Текущий прогресс с цветовым индикатором;
 - 10.6. Общее количество показов в рамках оффера;
 - 10.7. Общее количество кликов в рамках оффера;
 - 10.8. Общее количество действий в рамках оффера (если они предполагались)
 - 10.9. Показатель кликабельности CTR (%) - отношение числа всех кликов на общее число показов в %;
 - 10.10. Остаток – остаток средств, исходя из настроек бюджета Кампании (не путать с остатком на счету учётной записи!);
 - 10.11. eCPC - сумма расходов (а для рекламной площадки – заработка) / кол-во кликов. То есть, грубо говоря, расход размазанный по объёму привлеченного трафика.
 - 10.12. eCPM (эффективная цена за тысячу показов) – это показатель, который вычисляется путем деления всех доходов на количество показов в тысячах. eCPM отражает примерную стоимость 1000 показов баннера для выбранного баннерного места.
 - 10.12.1.1. Для рекламодателей eCPM показывает среднюю стоимость трафика.
- 11. Панель действий и инструментов:
- 12. Перейти на страницу статистики данной Кампании;
- 13. Дублировать кампанию на основе данной;
- 14. Редактировать данную Кампанию;
- 15. Запустить или приостановить кампанию;
- 16. Удалить кампанию (при этом удаление не удаляет информацию по списаниям, произошедшим в рамках данной Кампании);

ПРОЦЕДУРА СОЗДАНИЯ ОФФЕРА

Создание оффера, также, как и Кампании, в системе «Admify 2.0» осуществляется похожим, пошаговым образом. Кроме того, имеется аналогичная область Сводной информации и элементы навигации между шагами. Однако содержимое элементов самих форм каждого из шагов у них различны.

ОФФЕР. ШАГ 1.

🏠 Новый оффер. Шаг 1 из 4

Название

URL предложения

Период  

Специфика 

Бренд* 

Approval Time 2 дня

Payment Time 5 дней

Cookie LTV 30 дней

Описание

Обложка

☒ Веб-мастер обязан ознакомиться с правилами

Текст правил...

Сводная информация 

[Новый оффер](#)

Ограничения: не задано

Период: не задано

Выплаты 

Время выплат: не задано

Время выплаты: не задано

Срок хранения Cookie: не задано

Цели 

Не задано

Ограничения 

Не задано

 Сохранить как черновик

Элементы первого шага

1. Наименование;
2. URL предложения – ссылка на общую страницу предложения, необходима для того, что бы Веб-мастера и владельцы рекламных площадок могли перейти из карточки оффера и ознакомиться с тем, что на самом деле предлагает продвигать Рекламодатель.
3. Период действия оффера: устанавливается период или отмечается чекбокс «Бессрочно», что означает постоянное действие оффера;
4. Специфика (раскрывающийся список), при выборе одного из вариантов, отличных от «НЕТ», на следующих шагах исключается возможность выбора рекламных площадок, запретивших публикацию подобного контента. Варианты (список может быть расширен):
 - 4.1. Алкоголь;
 - 4.2. Табак;
 - 4.3. БАДы;
 - 4.4. Лекарства;
 - 4.5. Для взрослых;

11. Правила (видимо, если отмечен предыдущий чекбокс). Поле с возможностью вставки PlainText и простейшего HTML.

- 3.4. Конверсия и продажа (Лид и продажа);
- 3.5. Переход;
- 3.6. СРМ (1000 показов);
- 4. Измерение – «Фиксированная оплата» или «%». Варианты могут быть доступны или не доступны, в зависимости от того, какая модель оплаты была выбрана;
- 5. Величина (валюта или % в зависимости от того, что выбрано в Измерениях)
- 6. Отслеживание конверсии:
 - 6.1. HTTPS Iframe Pixel;
 - 6.2. ...
 - 6.3. ...
- 7. Разрешённые виды трафика. Добавляются из списка (7.0), сгруппированному по типу трафика (Desktop, Mobile, VoD и т.д.). Блок трафика содержит следующие элементы:
 - 7.1. Название;
 - 7.2. Пиктограмму удаления;
 - 7.3. Чекбокс разрешения привлечения Adult трафика;
 - 7.4. Чекбокс обязательного согласования данного вида трафика с рекламодателем;
 - 7.5. Чекбокс разрешения использования ретаргетинга;
- 8. Список случаев, в которых может отклоняться комиссия рекламодателем (добавляются удаляются по принципу тегов из раскрывающегося списка:
 - 8.1. Мошенники;
 - 8.2. Нет оплаты;
 - 8.3. Заказ отменён;
 - 8.4. Изменение заказа;
 - 8.5. Частичная доставка;
 - 8.6. Тестовый заказ;
 - 8.7. Дублирующий заказ;
- 9. Кнопка добавления новой цели.

ОФФЕР. ШАГ 3.

На третьем шаге устанавливаются лимиты оффера, а также события, при возникновении которых Веб-мастер получает уведомление (SMS и электронная почта, в зависимости от настроек ЛК Вебмастера).

Лимиты

Вкл. Выкл.

Количество конверсий в день Чистые выплаты руб. \ день
Количество конверсий в месяц Доход за день руб
Выплаты по умолчанию руб. \ день Доход за месяц руб

Уведомления

Частота информирования веб-мастеров

- ☐ Изменение условий оффера ☐ Недоступность ресурса
☐ Остановка действия оффера

Сводная информация

Розовый жираф

Специфика: Алкоголь

Период: 15.05.2015 - 20.08.2015

Выплаты

Время выплат: 2 дня

Время выплаты: 5 дней

Срок хранения Cookie: 30 дней

Цели

Кокосовый остров

Пятновыводитель Чистюля

Ограничения

Не задано

<< Назад

Сохранить как черновик

Далее >>

Элементы третьего шага:

1. Лимиты – Вкл \ Выкл. По умолчанию Выкл.

1.1. Максимальное кол-во конверсий в день для одного уникального Вебмастера;

1.2. Максимальное кол-во конверсий в месяц для одного уникального Вебмастера;

1.3. Максимальный размер выплат по умолчанию в день для одного уникального Вебмастера;

1.4. Чистые выплаты для одного уникального Вебмастера;

1.5. Доход за день в рублях;

1.6. Доход за месяц в рублях;

2. Уведомления

2.1. При изменении условий оффера;

2.2. При остановке или приостановке оффера;

2.3. Недоступность ресурса, на который ссылается цель оффера;

ОФФЕР. ШАГ 4.

На четвёртом шаге добавляются объявления для каждого из типов трафика цели. Каждое объявление может иметь собственные условия таргетирования. Добавление объявлений проходит по принципу аналогичному добавлению объявлений в Кампаниях.

5 Объявления

Цель 1. Ссылка на разбитый холодильник

Контекстная реклама Добавить

Баннер Добавить

 Белка в колесе
240 x 450
Таргет: Все X 18 - 15 лет X Автомобили X

 Белка в колесе
240 x 450
Таргет: Все X 18 - 15 лет X Автомобили X

Rich Media Добавить

Цель 2. Ссылка на запчасти для холодильника

Контекстная реклама Добавить

Баннер Добавить

 Белка в колесе
240 x 450
Таргет: Все X 18 - 15 лет X Автомобили X

 Белка в колесе
240 x 450
Таргет: Все X 18 - 15 лет X Автомобили X

Rich Media Добавить

Сводная информация

Розовый жираф

Специфика: Алкоголь

Период: 15.05.2015 - 20.08.2015

Выплаты

Время выплат: 2 дня

Время выплаты: 5 дней

Срок хранения Cookie: 30 дней

Цели

Кокосовый остров



Пятновыводитель Чистюля



Ограничения

Макс. конверсий: 5 в день

Макс. выплаты: 100 руб.

Макс. доход: 1000 руб. в мес.

<< Назад

 Сохранить как черновик

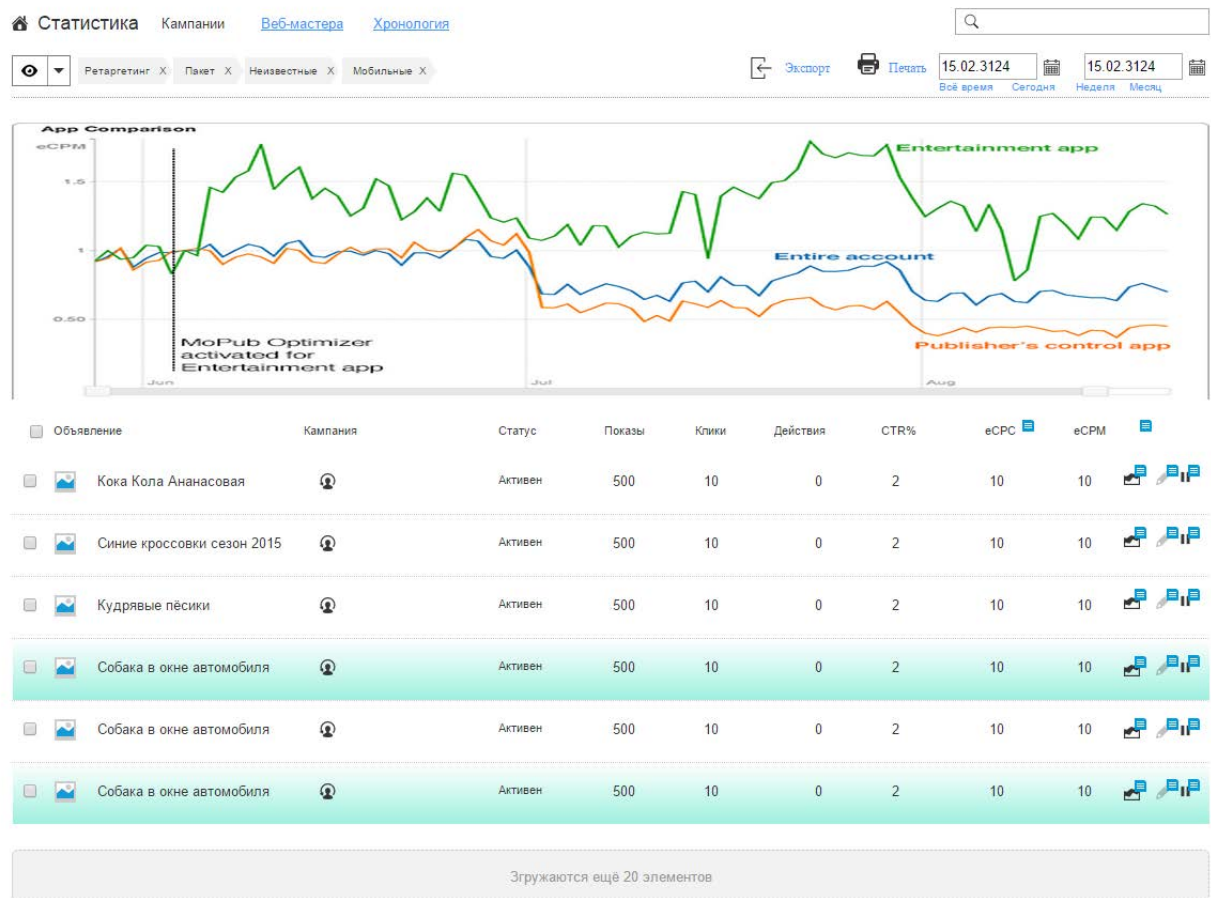
Далее >>

Элементы:

1. Заголовок цели и элемент сворачивания;
2. Перечисление типов трафика;
3. Типы объявлений и креативов;
4. Условия таргетирования;

СТАТИСТИКА

Ниже представлена страница общей статистики по кампаниям и офферам Рекламодателя.



Элементы страницы:

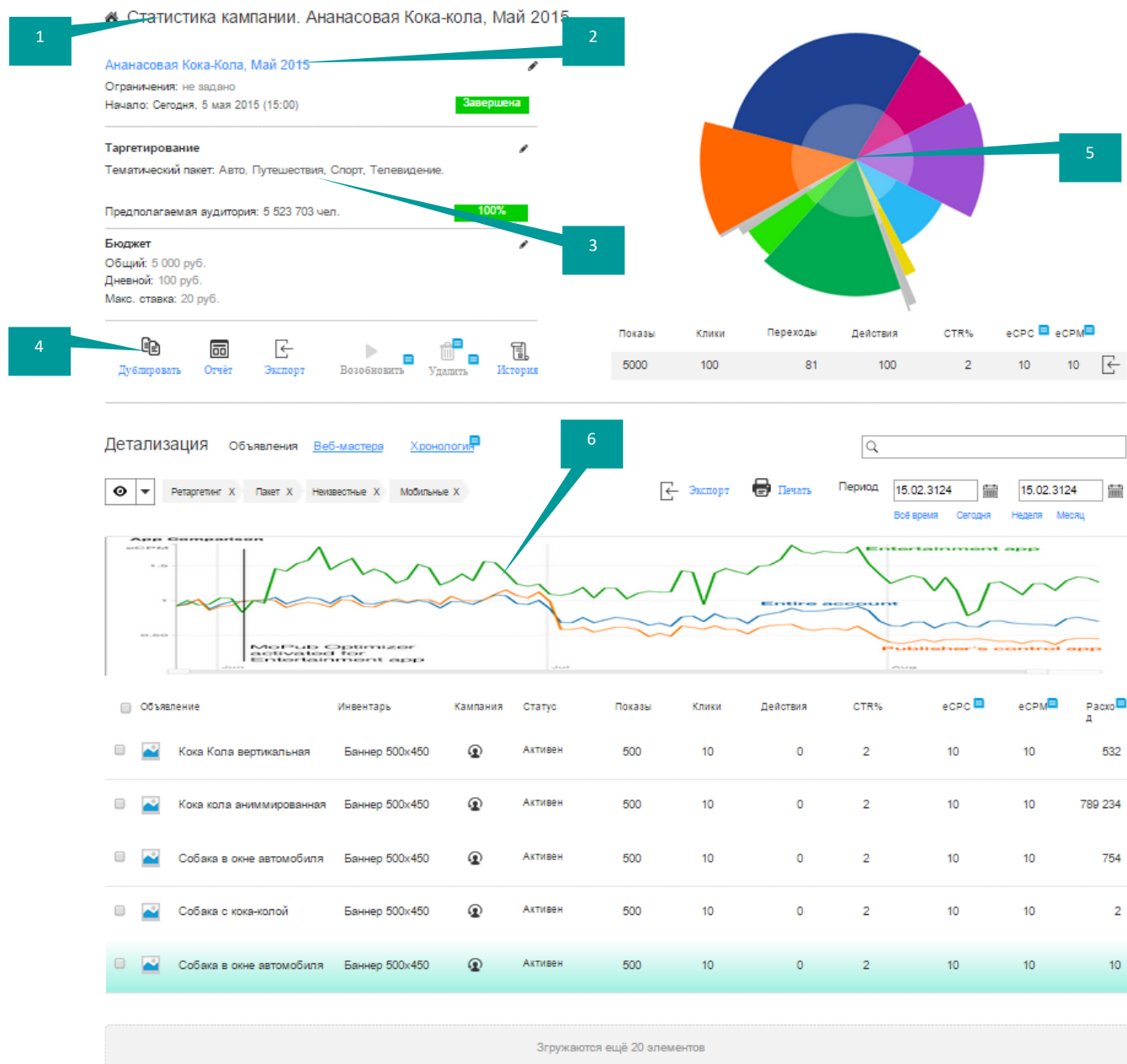
1. Заголовок;
2. Переключатель статистики для сущностей:
 - 2.1. По кампаниям;
 - 2.2. По Веб-мастерам и рекламным площадкам;
 - 2.3. По посетителям (в хронологическом порядке);
3. Строка инкрементного поиска \ фильтрации по списку;
4. Инструмент управления видом + основные теги;
5. Экспорт статистики выбранных элементов;
6. Вывод страницы и подгруженных элементов на печать;
7. Период отображения статистики «от и до», с возможностью выбора

предустановок:

- 7.1. Всё время;
- 7.2. За сегодня;
- 7.3. За неделю;
- 7.4. За месяц;
8. График с кривыми динамики по следующим показателям:
 - 8.1. Уникальные показы;
 - 8.2. Клики;
 - 8.3. Действия;

9. Ниже представлена статистика по сущностям в соответствии с выбранным переключателем.

СТАТИСТИКА КАМПАНИИ



Элементы страницы:

1. Заголовок;
2. Наименование кампании или оффера;
3. Блок сводной информации по кампании с возможностью. Редактирования (за исключением случая, когда кампания уже завершена);
4. Инструменты управления:
 - 4.1. Дублировать кампанию или оффер на основе текущей;
 - 4.2. Сформировать отчёт по заданному шаблону;
 - 4.3. Экспорт данных;
 - 4.4. Приостановить или возобновить активную кампанию или оффер;
 - 4.5. Удалить;
 - 4.6. Посмотреть историю изменений;

5. График, показывающий общую статистику по посетителям и их действиям
6. Ниже график и статистика для:
 - 6.1. Объявлений кампании;
 - 6.2. Веб-мастерам, на площадках которых кампания проводилась;
 - 6.3. Посетителям (в хронологическом порядке);

ИНСТРУМЕНТЫ

Инструменты – это раздел, содержащий в себе элементы, многократного применения. На текущий момент предусмотрены две библиотеки:

1. Библиотека объявлений;
2. Библиотека UTM-меток;
3. API-документация для Рекламодателей;

ОБЪЯВЛЕНИЯ

UTM-МЕТКИ

ПЛАГИНЫ ДЛЯ CMS И CRM

1. Dynamics;
2. Salesforce;
3. 1C;
4. SAP;
5. Bitrix;
6. Umi Cms;
7. Shop Script;
8. Drupal;
9. Shop-script;
10. Opencart;
11. NetCat;
12. Magento;

API-ДОКУМЕНТАЦИЯ

ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ ТИПЫ КАМПАНИЙ

Ниже описаны типы кампаний. Основное отличие кампаний заключается в условиях таргетирования, которые, обычно, заранее predeterminedены с учётом определённых характеристик. Исключением является Аудиторная Кампания (Look-a-Like), где набор характеристик представлен в наибольшем виде. Ниже описаны основные отличия типов кампаний.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПАКЕТЫ

Таргетирование Кампаний данного типа predeterminedено в виде «Тематических пакетов», то есть аудитория сгруппирована по типам ресурсов. Выбор происходит из доступных тематических ресурсов и конкретных площадок, входящих в них.

АУДИТОРНАЯ (LOOK A LIKE)

Кампания с наиболее полным набором настроек, доступных Рекламодателю. Таргеты могут быть полностью отредактированы пользователем.

РЕТАРГЕТИНГ

Кампания, с предустановками на повторный показ рекламы тем пользователям, которые уже видели объявления рекламодача. Таргеты могут быть полностью отредактированы пользователем.

МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Кампания, в которой предопределены все настройки, касающиеся канала мобильной рекламы, например, доступные типы объявлений, мобильные версии рекламных площадок и так далее.

ВИДЕОРЕКЛАМА

Кампания, в которой предопределены все настройки, касающиеся канала VoD, например, доступные типы объявлений, рекламные площадки с интегрированными в систему видеоплеерами и так далее.

А\В ТЕСТ (СПЛИТ ТЕСТИРОВАНИЕ)

Запуск и сравнение результативности двух кампаний. Описание А\В кампании будет дано отдельно.

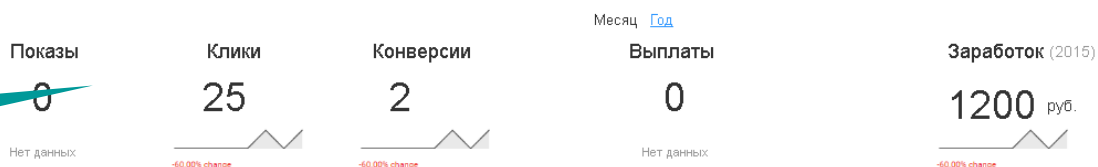
ПЛОЩАДКА (ВЕБ-МАСТЕР) РАБОЧИЙ СТОЛ

Добро пожаловать в Otclick

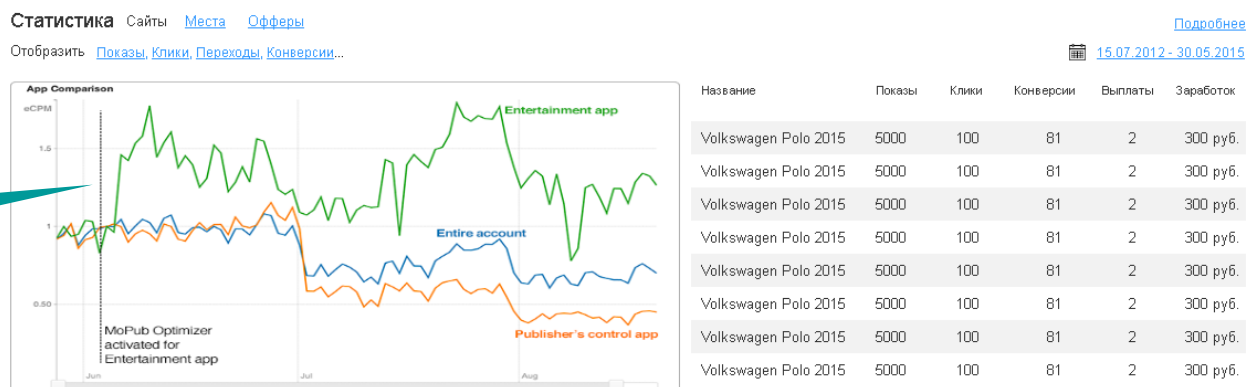
1

Ваш доступен пробный период с ограниченной функциональностью.
Для того, что бы воспользоваться всеми возможностями системы, пожалуйста [пополните счёт](#).

2



3



4

Лучшие офферы

[Все офферы >](#)

Финансовая сводная

Миг Кредит ☆

Тип: Веб-оффер
Категория: Финансовый
URL: <http://migcredit.ru>

Статус: Базовый
Approval Time (дней): 90
Payment Time (дней): 30
Cookie LTV (дней): 90
Ретаргетинг: да

CPL	CPS	AR	7D eCPC	3M eCPC	rURL	Рейтинг
3.00	9,5%	100	3531	25985	⇒	4,6 ★★★★★

Компания МигКредит занимается предоставлением займов физическим лицам, финансовые ресурсы которых ограничены и нет возможности получить кредит в банке. Это одна из лидирующих на рынке микрофинансирования компаний с деятельностью, направленной на честное ведение бизнеса. Придерживаясь всем международным стандартам, МигКредит за время работы смогла зарекомендовать себя как надежный и проверенный партнер, предоставляющий качественные услуги и продукты на честных и выгодных клиенту условиях.

5

Комиссия подлежит проверке

Открытая комиссия: 0.00
Подтвержденная комиссия: 1.44

Комиссия, доступная к выплате

На конец прошлого периода: 1.44
Доступно в этом месяце: 0.00
Другие списания и начисления: 0.00
Итого доступно к выплате: 1.44

Комиссия на рассмотрении

В ожидании оплаты от рекламодателя: 0.00
На выводе: 0.00
В холде: 0.00
Итого комиссия на рассмотрении: 0.00

Использованный кредит: 0.00

Баланс аккаунта:
1.44

Новые офферы и акции

[Все офферы >](#)

6

Hoff Гипермаркеты мебели и товаров для дома

-10%

Hoff скидка 10%

Скидка 10% на встраиваемую технику предоставляется при покупке кухни.

25.06.2015 - 23.08.2016

Hoff Гипермаркеты мебели и товаров для дома

-10%

Hoff скидка 10%

Скидка 10% на встраиваемую технику предоставляется при покупке кухни.

25.06.2015 - 23.08.2016

Hoff Гипермаркеты мебели и товаров для дома

-10%

Hoff скидка 10%

Скидка 10% на встраиваемую технику предоставляется при покупке кухни.

25.06.2015 - 23.08.2016

Згружаются ещё 10 элементов

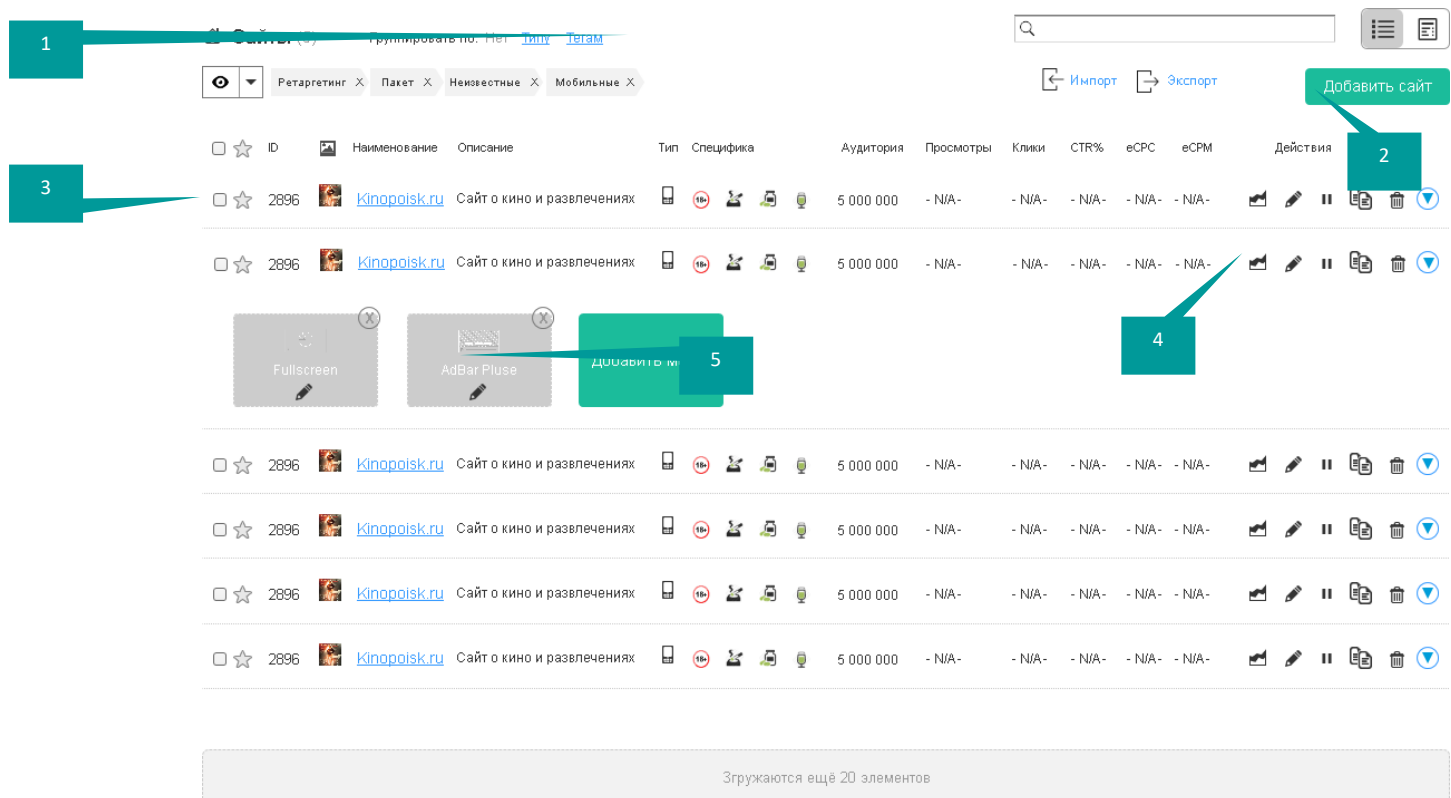
Элементы рабочего стола Веб-мастера:

1. Приветствие;
2. Статистика ЛК Веб-мастера с динамикой изменений и переключателем периода (Месяц, 3 месяца, год):
 - 2.1. Показы;
 - 2.2. Клики;

- 2.3. Конверсии;
- 2.4. Выплаты;
- 2.5. Суммарный заработок;
- 3. Статистика:
 - 3.1. Выбор статистики для сущностей:
 - 3.1.1. Сайты;
 - 3.1.2. Рекламные места;
 - 3.1.3. Офферы;
 - 3.2. Переключатель отображения кривых графика (возможен множественный выбор):
 - 3.2.1.1. Показы;
 - 3.2.1.2. Клики;
 - 3.2.1.3. Переходы;
 - 3.2.1.4. Конверсии;
 - 3.2.1.5. Цели;
 - 3.2.2. Период отображения статистики;
 - 3.3. График, с возможностью масштабирования и отображением информации в указанной точке;
 - 3.4. Список Топ-10 сущностей, соседнего графика с колонками:
 - 3.5. ID;
 - 3.6. Название;
 - 3.7. Показы;
 - 3.8. Клики;
 - 3.9. Конверсии;
 - 3.10. Выплаты;
 - 3.11. Заработок;
- 4. Слайдер с лучшими офферами платформы с возможностью переключения нескольких офферов и переходу к списку всех офферов;
- 5. Финансовая сводная;
- 6. Новые офферы и акции в виде карточек с автоматической подгрузкой 10 -15 элементов по мере прокрутки экрана до нижней части экрана;

РЕКЛАМНЫЕ МЕСТА

Рекламное место не может существовать вне рекламной площадки, то есть сайта. Поэтому, прежде чем добавить одно и более рекламных мест, Вебмастеру необходимо создать непосредственно сайт, на котором будут размещены объявления.



1. Стандартные элементы управления списками.
2. Кнопка добавления нового сайта – после ввода имени сайта и нажатия кнопки «Добавить», открывается отдельная страница создания сайта.
3. Созданный сайт может быть представлен в 2х состояниях – свёрнутом и развёрнутом. При этом каждое из них отображает следующие поля. Для краткого состояния:
 - 3.1. Чекбокс;
 - 3.2. Кнопка добавления и удаления из избранного;
 - 3.3. ID в системе;
 - 3.4. Аватар;
 - 3.5. Название с URL;
 - 3.6. Описание или тематика;
 - 3.7. Тип сайта (Декстоп, Мобильная версия, Адаптив, Лендинг, Приложение);
 - 3.8. Ограничения;
 - 3.9. Среднее ежедневное \ ежемесячное количество посетителей;
 - 3.10. Количество просмотров по данному сайту для текущего вебмастера;
 - 3.11. Кол-во кликов по данному сайту;
 - 3.12. CTR по данному сайту;
 - 3.13. eCPC по данному сайту (Среднестатистическая стоимость 1000 кликов, для вебмастера – заработок);
 - 3.14. eCPM – среднестатистическая стоимость 1000 показов;
4. Инструменты действий:
 - 4.1. Просмотр статистики по сайту;
 - 4.2. Настройки сайта;
 - 4.3. Приостановка (снятие с публикации) \ Активация сайта (Публикация);
 - 4.4. Дублирование сайта;

- 4.5. Удаление сайта и всего его содержимого. Обязательно наличие диалога, запрашивающего подтверждение на удаление сайта и содержащихся в нём рекламных мест;
- 4.6. Кнопка сворачивания и разворачивания;
- 4.7. Пиктограмма –кнопка «Получить код сайта»;
- 4.8. Пиктограмма-кнопка редактирования;
- 5. В развёрнутом состоянии, помимо элементов, описанных в кратком представлении отображаются:
 - 5.1.1. Краткое описание площадки;
 - 5.1.2. Перечень добавленных объявлений с предпросмотром и возможностью редактирования;

СОЗДАНИЕ САЙТА

Страница создания сайта содержит в себе следующие поля и параметры:

- 1.1. Основные параметры
 - 1.1.1. Наименование сайта;
 - 1.1.2. URL;
 - 1.1.3. Тематика;
 - 1.1.4. Ограничения – проставленные галочки означают, что на сайте возможна реклама следующего содержания:
 - 1.1.4.1. Для взрослых;
 - 1.1.4.2. Алкоголь;
 - 1.1.4.3. Табак;
 - 1.1.4.4. Медицинские препараты;
 - 1.1.5. Ссылка на счётчик статистики;
 - 1.1.6. Краткое описание.
- 1.2. Дополнительные параметры
 - 1.2.1. Основная страна;
 - 1.2.2. Основной регион;
 - 1.2.3. Слайдер (интерактивная горизонтальная гистограмма) соотношения мужской и женской аудитории в %. Тут и далее – аналогичная информация будет меняться автоматически, на основе данных, собираемых платформой);
 - 1.2.4. Группа указателей (интерактивная горизонтальная гистограмма или другой вид диаграмма) для установки % соотношения возраста пользователей по группе:
 - 1.2.5. До 17;
 - 1.2.6. 18-24;
 - 1.2.7. 25-34;
 - 1.2.8. 35 – 50;
 - 1.2.9. 51 и старше;
 - 1.2.10. Слайдер или гистограмма для указания соотношения процента аудитории Москва \ регионы;
 - 1.2.11. Хиты в неделю;
 - 1.2.12. Хосты в неделю;
 - 1.3. Аватара – генерируется автоматически на основе скриншота сайта по URL.

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНОГО МЕСТА

Рекламное место, как и сайт, создаётся на отдельной странице, на которой отображаются следующие данные:

1. Основное
 - 1.1. Название;
 - 1.2. Ссылка;
 - 1.3. Тематика;
 - 1.4. Ограничения;
 - 1.5. Разрешённые форматы – множественный выбор;
2. Объявление

2.1. Сайт – по умолчанию указывается сайт, в котором было создано данное баннерное место, однако оно может быть перемещено в любой другой из существующих сайтов, если соответствует установленным ограничениям сайта.

- 2.2. Ширина
- 2.3. Высота
- 2.4. Место размещения;
- 2.5. Описание;
3. Размещение
4. Схема размещения
5. Мин. кол-во дней (статика);
6. Действие;

7. Получить код – кнопка для генерации кода. По нажатию появляется дополнительное поле с кодом, а также происходит его запись в буфер обмена;

ОФФЕРЫ

Офферы практически полностью повторяют аналогичный раздел в ЛК Рекламодателя. Основное отличие сводится к тому, что вебмастер может переключиться между «Своими» офферами (то есть взятыми в работу) и всеми офферами, представленными в системе. В последнем случае офферам добавляется кнопка «Подключить» по нажатию на которую пользователь перемещается на активную вкладку «Инструменты», страницы детального описания оффера;

Остальные вкладки офферов не отличаются по своему устройству и представлению, от описываемой:

1. Мои – офферы, взятые в работу, если таковых нет, то данной вкладки вообще не отображается;
2. Все – все активные офферы, имеющиеся в системе;
3. Новые – новые офферы, которые не были просмотрены пользователем;
4. Избранные – список избранных офферов (не обязательно взятых в работу);

Офферы (5)

Мои

Все

Новые

Избранные

🔍

☰

📄

👁

▼

Ретаргетинг X

Пакет X

Неизвестные X

Мобильные X

↶

Импорт

↷

Экспорт

☐	★	ID	Оффер	Тип	CPL	CPS	apr-Time	pay-Time	c-LTV	Рейтинг	7D eCPC	3M eCPC	rURL	Действия
☐	★	6323	AquaGel: средство для защиты автостекел		3.00	9,5%	15	30	60	4.6 ★★★★★	3531	25985	↔	Подключить
☐	★	1269	DeliveryClub		3.00	9,5%	15	30	60	4.6 ★★★★★	3531	25985	↔	Подключить
☐	★	6323	Alliance Warfare. Альянс Престолов		3.00	9,5%	15	30	60	4.6 ★★★★★	3531	25985	↔	Подключить
☐	★	1269	Electricity Saving Box: экономия энергии		3.00	9,5%	15	30	60	4.6 ★★★★★	3531	25985	↔	Подключить
											eCPC	eCPM	Действия	

Згружаются ещё 20 элементов

Згружаются ещё 20 элементов

ДЕТАЛЬНАЯ СТРАНИЦА ОФФЕРА

Офферы > Интернет-магазин Билайн > Сводная информация

Сводная [Условия](#) [Выплаты](#) [Инструменты](#)



ID: 8571
 Тип: Веб-оффер
 Категория: Финансовый
 URL: <http://migcredit.ru>
 Статус: базовый
 Approval Time (дней): 90
 Payment Time (дней): 30
 Cookie LTV (дней): 90
 Ретаргетинг: да

CPL	CPS	AR	7D eCPC	3M eCPC	rURL	Рейтинг
3.00	9,5%	100	3531	25985		4.6 ★★★★★

Интернет-магазин «Билайн» – это е-commerce-направление одного из крупнейших операторов сотовой связи и широкополосного доступа в интернет в России и мире. В ассортименте магазина всегда можно найти последние новинки смартфонов, планшетов, ноутбуков, фото, видео аппаратуры и другой цифровой техники по выгодным ценам. Компания постоянно работает над улучшением качества услуг, проводит многочисленные акции и устраивает конкурсы для партнеров, в том числе совместно с производителями (Samsung, Sony, Lenovo, Apple и другие).

Интернет-магазин очень быстро расширяет свое присутствие в регионах. За короткий период количество филиалов увеличилось в несколько раз и будет расти в дальнейшем. Интернет-магазин Билайн предоставляет бесплатную доставку на заказы свыше 5000 рублей во всех регионах присутствия. Также работает множество пунктов самовывоза. Оплатить товар на сайте можно как банковской картой, так и наличными при получении. Интернет-магазин «Билайн» стремится быть максимально удобным для своих покупателей и партнеров.

Очень высокое вознаграждение

Смартфоны 5%
 Аксессуары 11,5%
 Прочее 3,5%

Средний чек - 15 000 рублей

Преимущества для клиентов:

- Бесплатная доставка SIM карт
- Комплекты Смартфон/Планшет/Модем+SIM с бесплатным трафиком
- Широкий ассортимент (более 1000 SKU)
- Выгодные цены на смартфоны, планшеты, ноутбуки, фотоаппараты
- Низкие цены на смартфоны и планшеты от «Билайн»
- Оборудование для широкополосного доступа в интернет (модемы и роутеры)
- Регулярные акции (скидки, специальные предложения для новых абонентов)

Преимущества для вебмастера:

- У нас почти самые высокие ставки по офферу
- Известный каждому пользователю бренд
- Сокращенное время подтверждения (подтверждаем заказы в течение двух недель)
- Регулярные акции для вебмастеров (повышенные выплаты на товары с высокой конверсией, бонусы)

Геотаргетинг:

Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Ленинградская область, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Калуга, Кострома, Ярославль, Курск, Орел, Иваново, Вологда, Брянск.

Подключить оффер
 Кликните, что бы получить доступ к инструментам

★ Избранное | Рейтинг: ★★★★★ N/A

Экспорт Печать Поделиться

Топ-вебмастеров

#	Вебмастер	7D eCPC	3M eCPC	Рейтинг
1	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★
2	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★
3	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★
4	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★
5	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★
6	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★
7	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★
8	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★
9	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★
10	Axel235	3531	25985	4.6 ★★★★★

Детальное описание оффера, условий и доступных для использования инструментов размещается на трёх различных вкладках. Внутренние вкладки идентичны по-своему

устройству и описаны ниже. Содержимое сводной страницы оффера содержит следующие элементы:

1. Общие вкладки:
 - a. Сводная (открывается по умолчанию);
 - b. Условия – условия на которых оффер может быть взят в работу;
 - c. Выплаты – условия по выплатам;
 - d. Инструменты, доступные для использования на сайте;
2. Изображение-обложка (превью);
3. Краткая информация по основным параметрам оффера:
 - a. ID;
 - b. Тип;
 - c. Категория;
 - d. URL;
 - e. Статус;
 - f. Время подтверждения;
 - g. Время выплат;
 - h. Время жизни куки;
 - i. Возможность ретаргетинга;
4. Средние показатели по офферу:
 - a. CPL;
 - b. CPS;
 - c. AR;
 - d. eCPC за 7 дней;
 - e. eCPC за 3 месяца;
 - f. URL ретаргетинга;
 - g. Рейтинг среди вебмастеров;
5. Действия с оффером:
 - a. Кнопка «Подключит оффер» - отправляет на страницу «Инструментов», где пользователь может сгенерировать код для необходимого инструмента;
 - b. Возможность добавления \ удаления в избранное;
 - c. Проставление рейтинга;
 - d. Экспорт в CSV, DOC, PDF;
 - e. Печать страницы;
 - f. Share – в социальные сети, по почте и выбранном вебмастеру системы;
6. Описание оффера (HTML);
7. Список Топ-веб-мастеров, заработавших больше всего средств по данному офферу;

ВНУТРЕННИЕ СТРАНИЦЫ ОФФЕРА

🏠 Офферы > Интернет-магазин Билайн > Условия программы

1

[Сводная](#) [Условия](#) [Выплаты](#) [Инструменты](#)

2

В этом разделе описаны подробные условия оффера. У каждого рекламодателя они свои. Перед подключением выбранного оффера подробно ознакомьтесь с его условиями для того, чтобы знать, какие переходы с вашего ресурса будут оплачены, а какие выбранный вами рекламодатель не принимает.

+

Подключить оффер

Кликните, что бы получить доступ к инструментам

★ Избранное

|

Рейтинг: ☆☆☆☆☆ N/A

✕ Экспорт

✕ Печать

✕ Поделиться

3

Платный поиск [Транзакции](#) [Разрешенный трафик](#) [Частота уведомлений](#)

4

Использование контекстной рекламы

Доступность

Примечание

Разрешено ли использовать контекстную рекламу с названием бренда рекламодателя в ключевых словах?	✓	Пример: Belka-ADV
По указанным выше условиям разрешено ли работать с Яндекс.Директ?	✓	Пример - Bulka (правильно - Belka).
По указанным выше условиям разрешено ли работать с Google Adwords?	✗	
Разрешено ли использовать контекстную рекламу с названием бренда рекламодателя в ключевых словах?	✗	
По указанным выше условиям разрешено ли работать с Яндекс.Директ?	✗	
По указанным выше условиям разрешено ли работать с Google Adwords?	✗	

5

Внутренние страницы оффера также могут содержать внутренние вкладки, например, как на страницу Условий оффера, а сама информация представлена на ней в виде таблицы:

1. Основные разделы оффера;
2. Краткое описание содержимого вкладки;
3. Действия с оффером:
 - а. Кнопка «Подключить оффер» - отправляет на страницу «Инструментов», где пользователь может сгенерировать код для необходимого инструмента;
 - б. Возможность добавления \ удаления в избранное;
 - с. Проставление рейтинга;
 - д. Экспорт в CSV, DOC, PDF;
 - е. Печать страницы;
 - ф. Share – в социальные сети, по почте и выбранном вебмастеру системы;
4. Внутренние вкладки отображения содержимого таблицы;
5. Таблица:
 - а. Условие;
 - б. Значение: Разрешено \ Запрещено;
 - с. Примечание (проставляется администрацией, а также создателями оффера);

СТАТИСТИКА ОБЩАЯ СТАТИСТИКА;

🏠 Статистика

Показы	Клики	Конверсии	Выплаты	Заработок (2015)
0	25	2	0	1200 руб.
Нет данных	-60.00% change	-60.00% change	Нет данных	-60.00% change

Рекламные места [Оффер](#) [Хронология](#)

ADBAR X Видеоролл X Fullscreen

Экспорт

Печать

15.02.3124

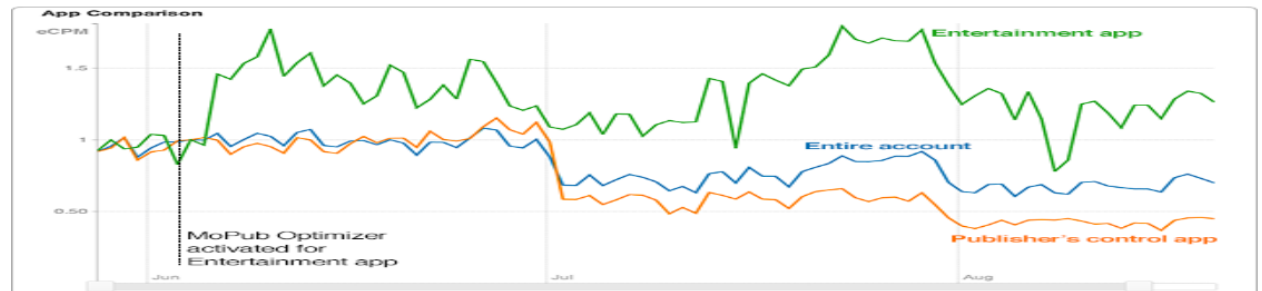
15.02.3124

Всё время

Сегодня

Неделя

Месяц



☐ Рекламное место	Статус	Показы	Клики	Действия	CTR%	Коммиссия	eCPC	eCPM	Доход	
☐ AD BAR + FULLSCREEN	Активно	500	10	0	2	10	10	10	10	
☐ ВИДЕОРОЛЛ на странице Кон...	Активно	500	10	0	2	10	10	10	10	
☐ REACHMEDIA BANNER 001	Активно	500	10	0	2	10	10	10	10	
☐ AD BAR + FULLSCREEN 03	Активно	500	10	0	2	10	10	10	10	

Згружаются ещё 20 элементов

На общей статистике отображается:

1. Заработок;
2. Переходы;
3. Клики;
4. Кол-во выплат;
5. Топ офферы;
6. Топ сайты;
7. Топ рекламные места;

ДЕТАЛЬНАЯ СТРАНИЦА СТАТИСТИКИ ПО РЕКЛАМНОМУ МЕСТУ

🏠 Объявление. Auto.ru ADBAR + Fullscreen

Ананасовая Кока-Кола, Май 2015

Ограничения: не задано

Начало: Сегодня, 5 мая 2015 (15:00)

Завершена

Таргетирование

Тематический пакет: Авто, Путешествия, Спорт, Телевидение.

Предполагаемая аудитория: 5 523 703 чел.

100%

Бюджет

Общий: 5 000 руб.

Дневной: 100 руб.

Макс. ставка: 20 руб.

[Дублировать](#)
[Отчёт](#)
[Экспорт](#)
[Возобновить](#)
[Удалить](#)
[История](#)



Показы	Клики	Переходы	Действия	CTR%	eCPC	eCPM
5000	100	81	100	2	10	10

Детализация

Объявления [Рекламодатели](#) [Хронология](#)

☒ Ретаргетинг X
 ☒ Пакет X
 ☒ Неизвестные X
 ☒ Мобильные X

[Экспорт](#)

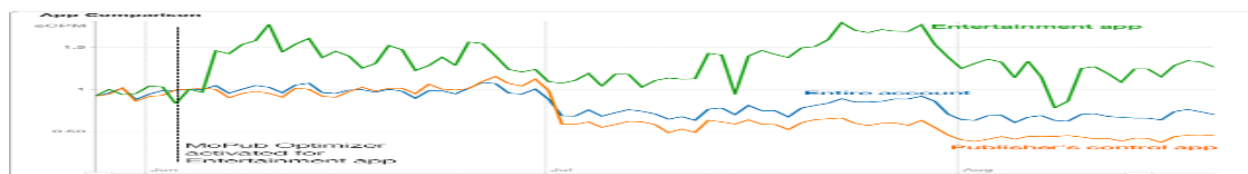
[Печать](#)

Период

15.02.3124

15.02.3124

[Вой время](#)
[Сегодня](#)
[Неделя](#)
[Месяц](#)



☐	Объявление	Инвентарь	Кампания	Статус	Показы	Клики	Действия	CTR%	eCPC	eCPM	Расход
☐	Кока Кола вертикальная	Баннер 500x450		Активен	500	10	0	2	10	10	532
☐	Кока кола анимированная	Баннер 500x450		Активен	500	10	0	2	10	10	789 234
☐	Собака в окне автомобиля	Баннер 500x450		Активен	500	10	0	2	10	10	754
☐	Собака с кока-колой	Баннер 500x450		Активен	500	10	0	2	10	10	2
☐	Собака в окне автомобиля	Баннер 500x450		Активен	500	10	0	2	10	10	10

Згружаются ещё 20 элементов

- СТАТИСТИКА ПО САЙТАМ;
- СТАТИСТИКА ПО РЕКЛАМНЫМ МЕСТАМ;
- СТАТИСТИКА ПО РЕКЛАМОДАТЕЛЯМ
- ВЫПЛАТЫ;
- ИНСТРУМЕНТЫ
- КУПОНЫ
- ПЛАГИНЫ ДЛЯ CMS
- 1. Wordpress;
- 2. Bitrix;
- 3. Drupal;
- 4. UMI Cms;
- 5. Shop-script;
- 6. Opencart;
- 7. NetCat;

8. Magento;
API ДЛЯ ВЕБ-МАСТЕРА;

УЧЁТНАЯ ЗАПИСЬ

ДАННЫЕ УЧЁТНОЙ ЗАПИСИ

Персональные данные

Регистрационные данные

Данные юридического лица

ФИНАНСЫ

Начисления

Таблица начисленных средств с возможностью отображения статистики по сайтам, объявлениям и офферам.

Вывод средств

[Начисления](#) Вывод средств [Детализация](#)

Доступно 1200 руб. 1

К выводу 5000 руб. 2

Способ Банковская карта "Сбербанк России" *** - - - - 2388 [Изменить](#) 4

3 Вывести 5

На странице размещается форма вывода средств, которая содержит следующие элементы:

1. Количество накопленных средств, доступных к выводу;
2. Настраиваемая величина суммы выводимых средств (слайдер и ввод точных значений);
3. Способ вывода средств;
4. Изменить – открывает форму настройки способа вывода средств, содержание которой зависит исключительно от выбранного способа. Введённые данные сохраняются и остаются в качестве способа вывода средств, доступных по умолчанию.
5. Кнопка подтверждения вывода;

ДЕТАЛИЗАЦИЯ

Таблица о всех движениях средств на аккаунте (транзакции), включая вывод начисленных средств.

СООБЩЕНИЯ

Все сообщения

Управление уведомлениями

ПОДДЕРЖКА