???????? ????????

- Создание Programmatic-кампании
- Как проверить показатели Programmatic-кампании

???????? Programmatic-????????

> Programmatic-кампания размещает рекламу в циклах, настроенных для точек вещания. Перед началом убедитесь, что нужное расширение включено, профиль с циклами создан и назначен на устройства.

Если подготовку выполняет другой сотрудник, передайте ему инструкцию «Настройка сети и точек вещания под цикличные рекламные кампании».

---

1. ???????? ???????? ? ???????? ????

1. В личном кабинете откройте раздел «Кампании».
2. Нажмите «Создать кампанию».
3. Выберите цель Programmatic-кампании.

Выберите цель Programmatic-кампании

Доступны четыре цели:

- календарное размещение;
- количество воспроизведений (Ad Plays);
- охват аудитории (CPM);
- просмотры целевой аудитории (CPV).

Если цель ещё не выбрана, сначала сравните доступные варианты.

4. Введите понятное название кампании.
5. Укажите целевое значение, которое запрашивает выбранная цель: период размещения, количество воспроизведений, потенциальных контактов или просмотров.

---

2. ????????? ?????????? ? ???????

Укажите дату и время начала и завершения кампании. Для уже активной цикличной кампании дату и время начала изменить нельзя.

Если базового расписания недостаточно, нажмите «Добавить правило». Правила могут ограничивать показ по месяцам, числам, дням недели, времени суток и времени внутри каждого часа. Правило необязательно; добавляйте его только для более точного сценария размещения.

---

3. ???????? ?????????

Параметры аудитории берутся из профилирования устройств. Выберите нужные характеристики, если кампания должна показываться только определённой аудитории. Для CPV-кампании можно задать пол и возрастные границы в параметрах таргетирования.

Если таргетирование не требуется, переходите к добавлению контента.

---

4. ???????? ??????? ? ??????

1. Нажмите кнопку добавления контента.
2. Выберите «Добавить файлы».
3. Отметьте подготовленные материалы и нажмите «Выбрать».

Отметьте подготовленные материалы и нажмите «Выбрать»

Если файла нет в списке, сначала загрузите его в раздел «Контент». Подробная инструкция приведена в статье «Работа с разделом „Контент“».

При необходимости создайте плейлист и разместите в нём несколько материалов. Затем оставьте шаблон по умолчанию или выберите другой через меню с тремя точками.

---

5. ???????? ????? ? ????? ??????

После создания кампания доступна для существующих циклов платформы. Если она не должна участвовать в отдельных циклах, выберите их и нажмите «Исключить».

Проверьте, что оставшиеся циклы относятся к нужным профилям и точкам вещания.

---

6. ??????? ????????? ????????

Проверьте длительность одного полного воспроизведения. Для целей Ad Plays, CPM и CPV задайте ставку участия в аукционе. При необходимости ограничьте общий бюджет.

Все три параметра описаны в статье «Бюджет, ставка и длительность Programmatic-кампании».

---

7. ????????? ? ????????? ????????

1. Нажмите «Сохранить».
2. Откройте меню рядом с кнопкой сохранения.
3. Выберите «Сделать активной».

После активации кампания встанет в расписание и сможет воспроизводиться в подходящих циклах. Откройте панель показателей, чтобы проверить доступные точки вещания, прогноз, фактические показы или просмотры и бюджет.

?????????? ????? ???????

В меню кампании доступны дополнительные действия:

- **Поставить на паузу** — временно прекратить показ, сохранив файлы кампании на устройствах. Действие доступно для запланированной или активной кампании.
- **Сделать активной** — вернуть на показ кампанию, находящуюся на паузе.
- **Остановить** — прекратить показ и удалить файлы кампании с назначенных устройств. Сначала поставьте кампанию на паузу.
- **Перезапустить** — снова запустить остановленную кампанию.
- **Поместить в архив** — убрать кампанию из рабочего списка и прекратить её показ. Архивную кампанию можно восстановить.
- **Удалить** — безвозвратно удалить кампанию из личного кабинета.

Общие состояния и допустимые действия описаны в статье «Статусы рекламных кампаний».

??????????, ????? ? ???????

Чтобы открыть кампанию в медиаплане, вызовите её контекстное меню и выберите «Медиаплан». На открывшейся странице можно проверить период и место кампании в расписании. Подробнее см. в статье «Планирование показа в медиаплане».

В списке кампаний можно фильтровать материалы по имени, каталогу, тегам устройств, устройствам, шаблонам и контенту. Кнопка «Экспорт в XLSX» формирует отчёт и отправляет

его на выбранный адрес электронной почты. В отчёт входят идентификатор и имя кампании, период, статус, правила, шаблон и назначенные теги устройств.

??????????? ??????

Перед завершением настройки проверьте:

- выбрана подходящая цель и указано её целевое значение;
- расписание и дополнительные правила не противоречат друг другу;
- добавлены контент и шаблон;
- оставлены только нужные циклы и точки вещания;
- длительность, ставка и бюджет заполнены для выбранной цели;
- после сохранения кампания переведена в активное состояние;
- в панели информации появился прогноз кампании.

??? ????????? ??????????
Programmatic-????????

> Панель информации помогает проверить потенциал Programmatic-кампании до запуска и следить за результатом после активации. Набор показателей зависит от выбранной цели и доступных данных об аудитории.

????? ??????????? ??????

Сначала выберите цель, добавьте контент и разместите его в шаблоне. После этого в кампании появится панель с доступными показателями.

в кампании появится панель с доступными показателями

???????? ???????????

Показатель	Что означает
Точки вещания	Количество устройств, на которых может воспроизводиться кампания.
Длительность	Время одного полного воспроизведения кампании.
Показы: прогноз / факт	Максимально возможное и уже выполненное количество выходов рекламы в эфир с учётом расписания.
Просмотры: прогноз / факт	Максимально возможное и уже зарегистрированное камерой количество просмотров.
CR	Соотношение показов и просмотров, зарегистрированных камерой.
OTS	Потенциальное количество людей, которые могут увидеть рекламу. Значение рассчитывается по данным, указанным при настройке устройств.
GRP	Суммарный рейтинг рекламного воздействия за период кампании.
Бюджет	Прогнозируемая, установленная и фактически израсходованная сумма.

Поля, связанные с просмотрами и аудиторией, отображаются только тогда, когда для цели и устройств доступны соответствующие данные.

??? ?????? ??????? ? ????

Прогноз показывает максимально возможный результат при текущем расписании, профилях и настройках устройств. **Факт** показывает результат, накопленный к текущему моменту.

Сравнивайте значения после запуска кампании:

- для Ad Plays основной результат — количество воспроизведений;
- для CPM — потенциальные контакты аудитории;
- для CPV — просмотры, зарегистрированные камерой;
- для календарного размещения — выполнение заданного расписания.

Подробное сравнение приведено в статье «Как выбрать цель Programmatic-кампании».

??? ????????????? GRP

GRP суммирует рейтинги кампании за выбранный период. Например, если рейтинг по дням составил 20, 45 и 47, итоговый GRP равен 112. Повторные контакты также учитываются, поэтому значение может быть больше 100.

????? ???????? ??????? ???????????

Панель показывает три суммы:

1. **Прогнозируемая** — стоимость максимально возможного результата при текущем расписании.
2. **Установленная** — заданный вручную предел расходов.
3. **Фактическая** — уже потраченная сумма.

Настройка длительности, ставки и лимита расходов описана в статье «Бюджет, ставка и длительность Programmatic-кампании».

??? ????????? ????? ???????

1. Кампания доступна на ожидаемом количестве точек вещания.

2. Прогноз соответствует выбранной цели и расписанию.
3. Фактическое значение увеличивается по мере воспроизведения кампании.
4. Фактические расходы не превышают установленный бюджет.
5. Для целей CPM и CPV отображаются необходимые данные об аудитории.

Если панель ещё не появилась, вернитесь к руководству по созданию кампании и проверьте, что цель, контент и шаблон уже выбраны.