

REDLLAMA

Руководство пользователя

Содержание

Общие сведения	3
Назначение и область применения	6
Краткое описание возможностей	7
Уровень подготовки пользователей	8
Работа с модулями системы	9

Общие сведения

Redllama представляет собой web-систему для планирования, учета и контроля рекламных размещений.

Система предназначена для работы с медиапланами и рекламными кампаниями, позволяет отслеживать выполнение запланированных размещений, контролировать фактические показатели и анализировать статистику за счёт сквозной аналитики.

Redllama используется как инструмент аккаунтинга и управления рекламными размещениями. Система предоставляет возможность редактировать параметры рекламных кампаний и креативов, а также получать и выгружать статистику по медиапланам и активным рекламным кампаниям.

Доступ к системе предоставляется авторизованным пользователям.

Глоссарий

№	Термин	Описание
1	DSP (Demand side platform)	Платформа для автоматизированной покупки онлайн-рекламы в режиме реального времени.
2	SSP (Supply side platform)	Платформа, которая помогает отдельным сайтам или рекламным сетям продавать свои рекламные площади.
3	RTB (Real time bidding)	Технология, которая позволяет рекламодателям и паблишерам участвовать в аукционе в режиме реального времени.
4	Медиаплан	План размещения рекламы и распределения рекламного бюджета по каналам, площадкам, форматам и периодам размещения с указанием планируемых объёмов и показателей эффективности.
5	Таблица Бронирования	Форма подтверждающая бронь

	Медиаплана	медиаплана со стороны рекламодателя и определяющая юридическое лицо плательщика за размещение рекламы
6	РК – рекламная компания.	Создана для работы с интерфейсом системы. Определяет, кому и когда показывать рекламу.
7	Креатив	Комплексный элемент рекламы, включает баннер, трекары и посадочную страницу. Определяет, что и как мы показываем в качестве рекламы.
8	Ссылки Креатива	Системы фиксации метрик сквозной аналитики в системе (показы, клики и т. д.)
9	Баннер	Формат рекламы в виде изображения или html.
10	Трекары	Сторонние системы фиксации метрик (показы, клики и т. д.)
11	Посадочная страница	Страница, на которую целевая аудитория переходит, кликнув на креатив.
12	Пользователь	Авторизованный пользователь сервиса.
13	ЦА – целевая аудитория.	Группа людей, на которую направлена рекламная кампания.
14	JSON API	Спецификация того, как клиент должен запрашивать получение или изменение ресурсов и как сервер должен отвечать на эти запросы.
15	Таргетирование	Реклама на определенный сегмент аудитории.
16	KPI	Целевые показатели рекламной кампании
17	CPC	Модель закупки рекламы, цена за клик
18	CPM	Модель закупки рекламы, цена за

		1000 показов
19	CPV	Модель закупки рекламы, цена за просмотр
20	CTR	Процент ЦА, кликнувших по объявлению (клики / показы * 100).
21	VTR	Процент ЦА, просмотревших видео-объявление до конца (Досмотры / показы * 100).
22	Показы	Уведомление от SSP о победе в аукционе. Означает, что ваш креатив размещен в приложении.
23	Досмотры	ЦА досмотрела креатив.
24	Видимость	Показ креатива в видимой части экрана. Означает, что ЦА увидела вашу рекламу.
25	Клики	ЦА кликнула на креатив.
26	In-stream	Видеореклама, встроенная в видеоплеер, показывается в начале, в середине или в конце ролика.
27	Outstream	Видеореклама, размещенная непосредственно на странице, не встроенная в другой видеоролик.
28	Fullscreen	Полноэкранное размещение рекламы.

Назначение и область применения

Redllama представляет собой web-систему для планирования, учета и управления рекламными размещениями. Система позволяет вести медиапланы, контролировать их выполнение и анализировать статистику по размещениям.

Redllama используется как инструмент аккаунтинга и управления рекламными кампаниями на протяжении всего периода размещения: от планирования и согласования параметров до контроля фактических показателей и внесения необходимых корректировок.

Основные функции Redllama:

- создание и ведение медиапланов;
- планирование рекламных размещений;
- учет параметров рекламных кампаний и размещений;
- контроль выполнения медиапланов;
- сбор и отображение статистики по размещениям;
- сквозная аналитика для сравнения плановых и фактических показателей;
- отслеживание стоимости и других ключевых показателей размещений;
- внесение небольших изменений в параметры рекламных кампаний;
- редактирование параметров рекламных креативов.

Область применения:

Redllama предназначена для специалистов, участвующих в планировании, сопровождении и контроле рекламных размещений. Система помогает централизованно управлять информацией о медиапланах, отслеживать ход их выполнения и получать актуальную статистику по размещениям.

Redllama представляет собой web-интерфейс и доступна авторизованным пользователям. Логин и пароль являются индивидуальными и предоставляются пользователю в установленном порядке.

Краткое описание возможностей

1. Авторизация пользователя в системе.
2. Создание, просмотр и редактирование медиапланов.
3. Просмотр и контроль выполнения рекламных размещений.
4. Редактирование параметров рекламных кампаний.
5. Редактирование креативов рекламных кампаний.
6. Просмотр статистики и фактических показателей по медиапланам.
7. Просмотр статистики по активным рекламным кампаниям.
8. Выгрузка статистики и данных по медиапланам и рекламным кампаниям.
9. Создание, редактирование и удаление пользователей системы.

Уровень подготовки пользователей

Для эффективной работы с Redllama пользователь должен обладать базовыми знаниями в области цифровой рекламы.

Минимальные требования:

- Понимание принципов работы RTB-аукционов и рекламных экосистем;
- Опыт запуска и оптимизации рекламных кампаний в мобильных средах;
- Навыки анализа рекламной статистики и работы с таргетированной рекламой.

Рекомендуемый уровень:

- Продвинутый пользователь (маркетолог, медиапланер, трейдер, аккаунт-менеджер);
- Знание терминологии openRTB, KPI;
- Опыт взаимодействия с SSP-сервисами;
- Владение Excel для анализа статистики.

Работа с модулями системы

Платформа находится по адресу <https://redllama.tech/>

Страница авторизации

На странице авторизации находятся поля для ввода логина и пароля. Эти данные являются индивидуальными для каждого пользователя и предоставляются компанией ООО “АйФокс Групп”.

Чтобы войти в систему необходимо ввести свои логин и пароль и нажать кнопку “Войти”.

Авторизация

АВТОРИЗАЦИЯ

Введите логин

Введите пароль

Войти

REDLLAMA

Пишите нам - support@redllama.ru
©2008-2024 redllama.ru

Если в логине или пароле допущена ошибка, на странице появится уведомление “Возникла ошибка при авторизации”.

Авторизация

АВТОРИЗАЦИЯ

Введите логин

Введите пароль

Войти

REDLLAMA

Пишите нам - support@redllama.ru
©2008-2024 redllama.ru

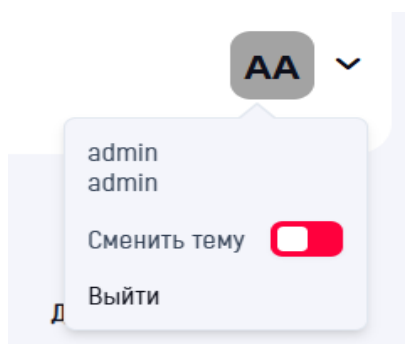
Ошибка
Возникла ошибка при авторизации

Рекламный кабинет

После успешной авторизации пользователь попадает в рекламный кабинет. Ему доступны следующие разделы:

- Медиапланы
- Кампании
- Креативы
- Статистика
- Пользователи
- Настройка

Также пользователь может настроить тему кабинета и выйти из аккаунта



Медиапланы

Страница предназначена для просмотра, поиска и управления всеми рекламными медиапланами, созданными в системе. Здесь пользователь может отслеживать статусы кампаний, финансовые показатели, ответственных менеджеров и сроки размещения. Интерфейс построен в виде таблицы с возможностью фильтрации и выгрузки отчётов.

МЕДИАПЛАНЫ

Отчет план/факт

Добавить медиаплан

+

Фильтры

Поиск

Применить фильтры

Отчет по Медиапланам

Отчет по Рекламодателям

Сбросить фильтры

123>>>

Действия	ID	Статус	Название рекламной кампании	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	Кол-во строк	Клиентская стоимость с НДС	Агентская стоимость с НДС	Клиентская стоимость до НДС	Агентская стоимость до НДС	Менеджер отдела продаж	Период размещения	Дата создания
☒	1381		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1380		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	2	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1389		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	2	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1388		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	3	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1387		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1386		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1384		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1382		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1380		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1379		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	4	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1381		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	2	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1378		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01
☒	1377		История медиапланов	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	1000000	1000000	1000000	1000000	Менеджер	2023-01-01	2023-01-01

Панель фильтров

Панель позволяет сузить список медиапланов по заданным критериям:

- Медиаплан – по номеру медиаплана
- Статус – по статусу медиаплана
- Размещение – по дате размещения
- Создание – по дате создания
- Бронь – по дате брони
- Формат – по формату размещения
- Рекламная группа – по рекламной группе
- Агентство – по агентству
- Рекламодатель – по рекламодателю
- Тендер – участвует ли медиаплан в тендере
- Тип продукта – по типу рекламного продукта
- Менеджер отдела продаж – по логину ответственного менеджера
- Аккаунт менеджер – по логину ответственного аккаунт-менеджера
- Категория рекламы – по тематике размещения.

Для удобства пользователя доступны клавиши быстрого действия:

Элемент	Описание
Поиск	Строка для быстрого поиска по названию кампании, ID, рекламодателю или агенту.
Применить фильтры	Кнопка активации всех выбранных фильтров.
Отчет по Медиапланам	Выгрузка сводного отчёта по отфильтрованному списку в формате .xlsx
Отчет по Рекламодателям	Формирование и выгрузка отчёта, сгруппированного по рекламодателям в формате .xlsx.
Сбросить фильтры	Очистка всех установленных фильтров и возврат к полному списку.

Таблица медиапланов

МЕДИАПЛАНЫ

Отчет план/факт

Добавить медиаплан

Фильтры

Поиск

Применить фильтры

Отчет по Медиапланам

Отчет по Рекламодателям

Сбросить фильтры

123>>>

Действия	ID	Статус	Название рекламной кампании	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	Кол-во строк	Клиентская стоимость с НДС	Агентская стоимость с НДС	Клиентская стоимость до НДС	Агентская стоимость до НДС	Менеджер отдела продаж	Период размещения	Дата создания		
						1381		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	100000	100000	100000	100000
						1380		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	2	100000	100000	100000	100000
						1389		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	2	100000	100000	100000	100000
						1388		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	3	100000	100000	100000	100000
						1387		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	100000	100000	100000	100000
						1386		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	100000	100000	100000	100000
						1384		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	100000	100000	100000	100000
						1382		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	100000	100000	100000	100000
						1380		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	100000	100000	100000	100000
						1379		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	4	100000	100000	100000	100000
						1381		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	2	100000	100000	100000	100000
						1378		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	100000	100000	100000	100000
						1377		Агентство "Медиаплан"	Рекламодатель	Рекламная группа	Агентство	1	100000	100000	100000	100000

Каждая строка соответствует одному медиаплану. В таблице отображаются следующие поля:

Столбец

Назначение

Действия

Иконки для операций с записью

- смена статуса медиаплана
- редактирование медиаплана
- бронь медиаплана
- загрузить медиаплан
- копировать медиаплан
- выгрузка план/факт отчета

ID

Уникальный номер медиаплана.

Статус

Текущее состояние медиаплана.

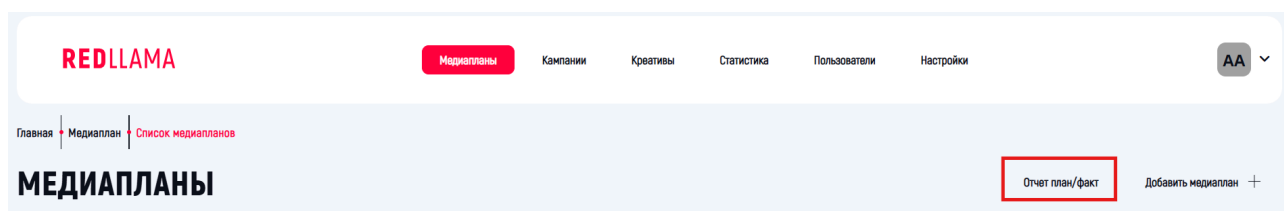
Название рекламной кампании

Полное название кампании из медиаплана.

Рекламодатель	Название рекламодателя.
Рекламная группа	Группа, к которой относится кампания.
Агентство	Название агентства, к которому относится реклама.
Количество строк	Количество строк в данном медиаплане.
Клиентская стоимость с НДС	Стоимость для клиента с налогом.
Агентская стоимость с НДС	Стоимость для агентства с налогом.
Клиентская стоимость до НДС	Стоимость для клиента до вычета налога
Агентская стоимость до НДС	Стоимость для агентства до вычета налога
Менеджер отдела продаж	Ответственный менеджер.
Период размещения	Диапазон дат показа рекламы.
Дата обращения	Дата регистрации заявки.
Дата брони	Дата бронирования рекламных площадок.
Дата старта	Фактическая дата начала размещения.

Отчет план/факт

Кнопка “Отчет план/факт” на странице медиапланов позволяет выгрузить одноименный отчет:



Данный отчет предназначен для детального сравнения плановых (бюджетных) показателей медиаплана с фактически достигнутыми результатами. Он позволяет оценить исполнение кампании по ключевым метрикам, увидеть отклонения и принять управленческие решения.

На странице детального отчёта пользователь выполняет следующие действия для настройки параметров анализа:

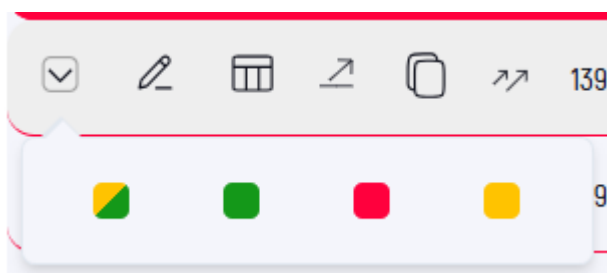
- Выбор номера медиаплана – пользователь указывает его в выпадающем списке.
- План/факт – базовый режим для сравнения запланированных и фактических бюджетных показателей.
- Разбивка по дням – режим детализации, позволяющий увидеть ежедневную динамику показателей в рамках выбранного периода.

- Установка временного периода – пользователь задаёт календарный диапазон, указывая даты начала и окончания анализа
- Месяцы – разбивка отчета по месяцам
- Креативы – разбивка отчета по креативам
- Кнопка “Выгрузить” – выгрузка отчета в формате .xlsx

Статус медиаплана

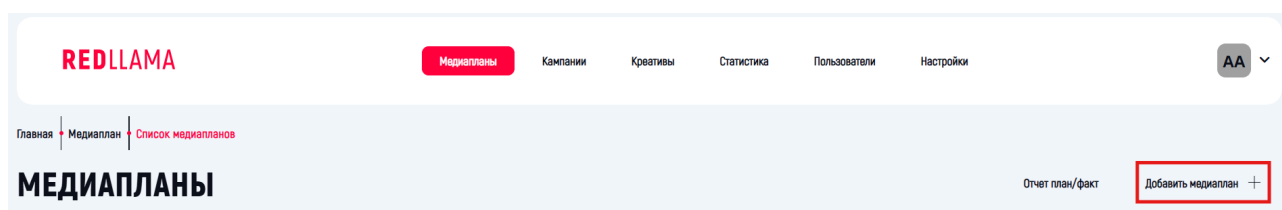
Для смены статуса медиаплана нужно нажать кнопку  и выбрать необходимый статус:

- Бронь
- Старт
- Проигран
- Пресейл



Добавление медиаплана

Кнопка “Добавить медиаплан” открывает страницу создания нового медиаплана.



Страница “Создание медиаплана” предназначена для ввода основных параметров новой рекламной кампании. Все поля, отмеченные звёздочкой (*), являются обязательными для заполнения.

REDLLAMA

Медиапланы

Компании

Креативы

Статистика

Пользователи

Настройки

AA

Главная

Медиаплан

Создание шапки медиаплана

СОЗДАНИЕ МЕДИАПЛАНА

ШАПКА МЕДИАПЛАНА

Название рекламной кампании *

Строка для ввода

Категория рекламодателя *

Не выбрано

Размер СК (руб, %) *

Строка для ввода

Рекламодатель *

Не выбрано

Рекламная группа *

Не выбрано

Порядок выплаты СК *

Возврат

Аккаунт менеджер *

Не выбрано

Рекламное агентство *

Не выбрано

Примечание

Примечание

Менеджер отдела продаж *

Не выбрано

Тип трекинга *

WEBORAMA Пиксель

Тендер *

Нет

Селлер

Не выбрано

Закреть

Применить и продолжить

Поле	Описание	Обязательность
Название рекламной кампании	Поле для ввода названия кампании.	Да
Рекламодатель	Выбор клиента из справочника. Поле активируется при нажатии – открывается выпадающий список с ранее добавленными рекламодателями.	Да
Аккаунт менеджер	Ответственный менеджер со стороны агентства или системы. Выбирается из списка сотрудников.	Да
Менеджер отдела продаж	Сотрудник, курирующий продажи по данному клиенту. Выбирается из выпадающего списка.	Да

Тендер	Указывается, проводился ли тендер на размещение. Доступные варианты: Да / Нет.	Да
Категория рекламодателя	Выбор отрасли или сегмента, к которому относится клиент. Значение подтягивается из справочника.	Да
Рекламная группа	Выбор группы рекламных кампаний.	Да
Рекламное агентство	Выбор рекламного агентства.	Да
Тип трекинга	Выбор типа трекинга.	Да
Селлер	Выбор селлера (если применимо).	Нет
Размер СК	Размер комиссии в процентах.	Да
Порядок выплаты СК	Выбор выплаты комиссии.	Да
Примечание	Поле для примечаний	Нет

После заполнения всех обязательных полей пользователь нажимает кнопку “Применить и продолжить” и переходит на страницу создания строк медиаплана.

СОЗДАНИЕ СТРОКИ МЕДИАПЛАНА

Скопировать строку

Продукт *

Radlila

Формат *

Banners

Модель закупки *

CPM

Единица закупки *

Показ

Цена за 1000 показов руб *

100

Кол-во единиц *

1

Скидка %

Частота *

Таргетинг *

Тест

Длина видео

География *

Не выбрано

Дата начала размещения *

Не выбрано

Дата окончания размещения *

Не выбрано

Стоимость до вычета СК руб *

0,1

Стоимость с учетом всех наценок и скидок, без учета СК и НДС, руб.

Стоимость с вычетом СК руб *

0,09

Стоимость с учетом всех наценок и скидок, с учетом СК (10%) и без НДС, руб.

Размер СК руб *

0,01

Примечание

Примечание

Наценка за выбор платформы %

Наценка за гео локацию %

Наценка за код %

Наценка за частоту %

Наценка за ретаргетинг %

Наценка за выбор WL %

Наценка за внешние данные %

Назад к Медиапланам

Назад к шапке Медиаплана

Применить и продолжить

Данная страница предназначена для добавления конкретной позиции (строки) в уже созданный медиаплан. Каждая строка описывает отдельный рекламный инструмент: формат размещения, модель закупки, объём, цену, скидки и период показа.

Медиаплан может содержать несколько строк.

Поле	Описание	Обязательность
Продукт	Выбор продукта или бренда, который рекламируется. Значение подтягивается из справочника продуктов.	Да
Формат	Тип рекламного носителя. Доступные варианты: баннеры, видео, нативная реклама и другие.	Да

Модель закупки	Способ расчёта стоимости размещения. Примеры: CPM (за 1000 показов), CPC (за клик), CPV (за просмотры).	Да
Единица закупки	Единица измерения объёма размещения.	Да
Цена за единицу руб	Стоимость единицы закупки (1000 показов, клик или просмотр) в рублях.	Да
Кол-во единиц	Планируемый объём размещения в выбранных единицах (например, количество показов).	Да
Скидка %	Процент скидки, предоставляемой площадкой. Влияет на итоговую стоимость.	Нет
Частота	Количество контактов с одним пользователем.	Да
Таргетинг	Описание целевой аудитории или настроек таргетинга (гео, возраст, интересы), в текстовом формате.	Да

Длина видео	Указывается для видеоформатов. Поле может оставаться пустым, если формат не подразумевает видео.	Нет
География	Выбор региона или страны, где будет транслироваться реклама.	Да
Дата начала размещения	Календарная дата старта рекламной кампании.	Да
Дата окончания размещения	Календарная дата завершения размещения.	Да
Стоимость до вычета СК руб	Базовая стоимость размещения без учёта комиссии.	Да
Стоимость с вычетом СК руб	Стоимость размещения с учетом комиссии.	Да
Размер СК руб	Размер комиссии в рублях	Да
Примечание	Текстовое поле для комментариев к строке.	Нет
Наценка за выбор платформы %	Наценка за использование дополнительных функций.	Нет

Наценка за гео локацию %	Наценка за использование дополнительных функций.	Нет
Наценка за код %	Наценка за использование дополнительных функций.	Нет
Наценка за частоту %	Наценка за использование дополнительных функций.	Нет
Наценка за ретаргетинг %	Наценка за использование дополнительных функций.	Нет
Наценка за выбор WL %	Наценка за использование дополнительных функций.	Нет
Наценка за внешние данные %	Наценка за использование дополнительных функций.	Нет

В нижней части страницы расположены три управляющие кнопки, каждая из которых выполняет определённое действие:

- Назад к Медиапланам – Осуществляет переход к общему списку медиапланов. Текущая строка не сохраняется.
- Назад к шапке Медиаплана – Возвращает пользователя к редактированию основных параметров (шапки) медиаплана. Текущая строка не сохраняется.
- Применить и продолжить – Сохраняет все введённые параметры текущей строки и переводит пользователя к списку медиапланов.

После заполнения параметров строки медиаплана система предоставляет пользователю два дополнительных блока: Периоды и Прогноз. Эти разделы позволяют детализировать временное распределение бюджета и оценить прогнозные показатели эффективности рекламной кампании.

ПЕРИОДЫ

Создание периода +

Действия	ID периода	Название периода	Дата начала	Дата окончания	Кол-во единиц закупки	Стоимость до вычета СК	Стоимость с вычетом СК
Нет данных							
Итого					0	0	0

ПРОГНОЗ

CTR %

VTR 6сек %

VTR 10сек %

VTR 15сек %

VTR 20сек %

VTR 25сек %

VTR 30сек %

Назад к Медиапланам

Создать прогноз

Раздел Периоды предназначен для разбивки общего объема закупки на отдельные временные интервалы внутри указанного в строке диапазона дат.

Колонка	Описание
Действия	Управление периодом: редактирование, удаление.
ID периода	Уникальный системный идентификатор периода.
Название периода	Пользовательское наименование этапа.
Дата начала	Календарная дата старта данного периода.
Дата окончания	Календарная дата завершения периода.
Кол-во единиц закупки	Количество единиц (показов, кликов и т.д.), запланированное на данный период.
Стоимость до вычета СК	Базовая стоимость размещения за данный период до вычета комиссии.
Стоимость с вычетом СК	Итоговая стоимость размещения за данный период с вычетом комиссии.

Раздел Прогноз предназначен для оценки ожидаемой эффективности рекламной кампании на основе введенных данных.

В блоке представлены следующие прогнозные метрики:

Поле	Описание
CTR %	Прогнозируемый показатель кликабельности (отношение кликов к показам), выраженный в процентах.
VTR 6сек %	Прогнозируемый показатель досмотра видео до 6 секунд.
VTR 10сек %	Прогнозируемый показатель досмотра видео до 10 секунд.
VTR 15сек %	Прогнозируемый показатель досмотра видео до 15 секунд.
VTR 20сек %	Прогнозируемый показатель досмотра видео до 20 секунд.
VTR 25сек %	Прогнозируемый показатель досмотра видео до 25 секунд.
VTR 30сек %	Прогнозируемый показатель досмотра видео до 30 секунд.
Пользователь вводит значения и нажимает кнопку “Создать прогноз”.	

Редактирование медиаплана

При нажатии на кнопку  пользователь попадает на страницу редактирования медиаплана.

Страница Редактирование медиаплана предназначена для просмотра и изменения параметров ранее созданного медиаплана.

Интерфейс разделён на две основные зоны: шапка медиаплана (общие реквизиты) и строки медиаплана (детализация по форматам и площадкам). Пользователь может корректировать как основные параметры кампании, так и отдельные строки бюджета. Также на этой странице пользователь может добавить новые строки к текущему медиаплану.

РЕДАКТИРОВАНИЕ МЕДИАПЛАНА

ШАПКА МЕДИАПЛАНА

Название рекламной кампании *

Документация тест

Категория рекламодателя *

Досуг

Размер СК (руб, %) *

10,00%

Рекламодатель *

тестовый рекл

Рекламная группа *

Отсутствует

Порядок выплаты СК *

Возврат

Аккаунт менеджер *

Рекламное агентство *

Отсутствует

Примечание

Примечание

Менеджер отдела продаж *

testmanager

Тип трекинга *

WEBORAMA Пиксель

Тендер *

Нет

Селлер

Не выбрано

К списку

Применить изменения

СТРОКИ МЕДИАПЛАНА

Действия	ID	Продукт	Формат	Гео	Размещение с	Размещение по	Количество периодов	Единица закупки	Цена за единицу	Таргетинг
  	2628	Redillama	Banners	РФ	07.09.2026	08.09.2026	1	Показ	100	Тест
Итого										

Бронь медиаплана

При нажатии на кнопку  пользователь попадает на страницу Бронь медиаплана. Данный раздел предназначен для финальной настройки, подтверждения и управления бронированием рекламных площадок. Здесь пользователь может просматривать, редактировать и подтверждать все условия размещения перед фактическим запуском кампании.

ТАБЛИЦА БРОНИРОВАНИЯ

ТАБЛИЦА БРОНИРОВАНИЯ

Название рекламной кампании *

Документация тест

Рекламная группа *

Отсутствует

Размер СК (%) *

10,00%

Платежный (юр. лицо) *

Не выбрано

Рекламодатель *

тестовый рекл

Рекламное агентство *

Отсутствует

Порядок выплаты СК *

Возврат

Тип закрытия *

Не выбрано

Аккаунт менеджер *

Тип трекинга *

WEBORAMA Пиксель

Примечание

Примечание

Примечание по закрытию

Примечание

Менеджер отдела продаж *

testmanager

Селлер

Не выбрано

Закрыть

Сохранить изменения

Подтвердить изменения

Скапировать

В таблице брони к основным параметрам медиаплана добавляются поля:

- Платательщик (юр. лицо) – обязательное поле, юридическое лицо, которое оплачивает размещение. Выбирается из справочника контрагентов.
- Тип закрытия – как был закрыт медиаплан: по брони или по факту.
- Примечание по закрытию – текстовое поле для комментариев.

После подтверждения изменений медиаплан переходит в статус готовности к запуску.

Кампании

Страница “Кампании” представляет собой сводный список всех рекламных кампаний, запущенных в системе. В отличие от раздела Медиапланы, который содержит планируемые бюджеты и строки, раздел Кампании отображает фактические данные по уже запущенным или завершённым кампаниям.

КАМПАНИИ

Фильтры

12 выбрано колонок

Поиск

Применить фильтры

Сбросить фильтры

123>>>

Действия	ID РК	Статус	Имя	Показы	Клики	Досмотры	Плановый CTR	CTR	VTR	Старт	Завершение
	2584		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	106 693	1 048	0	0	0.98	0	04.09.2026	30.09.2026
	2579		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	70 587	394	41 043	0.6	0.56	58.15	03.09.2026	30.09.2026
	2578		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	0	0	0	0	0	0	07.09.2026	11.10.2026
	2572		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	4	0	0	0	0	0	03.09.2026	04.09.2026
	2564		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	0	0	0	0	0	0	03.09.2026	30.09.2026
	2563		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	0	0	0	0.6	0	0	03.09.2026	30.09.2026
	2562		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	0	0	0	0.6	0	0	03.09.2026	30.09.2026
	2561		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	484 289	3 044	0	0	0.63	0	02.09.2026	30.09.2026
	2557		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	275 489	3 764	216 544	0	1.37	78.6	01.09.2026	30.09.2026
	2556		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	254 168	1 350	0	0.5	0.53	0	01.09.2026	30.09.2026
	2555		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	590 504	0	540 661	0	0	91.56	01.09.2026	30.09.2026
	2553		Детский магазин "Мир детства" (04.09.2026 - 30.09.2026)	4 925 210	31 406	0	0	0.64	0	01.09.2026	30.09.2026

Панель фильтров

Каждый фильтр представляет собой выпадающий список или поле выбора, где пользователь указывает нужное значение.

Фильтры		12 выбрано колонок	Поиск		Применить фильтры		Сбросить фильтры		1 2 3 > >>			
Статус		Номер кампании		Агентство								
Выберите статус		Выберите номер кампании		Выберите агентство								
Диапазон дат активности РК		Формат		Рекламодатель								
Не выбрано		Выберите формат		Выберите рекламодателя								
Статистика РК за период		Медиаплан ID		Тип трекинга								
Не выбрано		Выберите номер медиаплана		Выберите тип трекинга								
		Медиаплан		Модель закупки								
		Выберите медиаплан		Выберите модель закупки								

- Статус – позволяет отобрать кампании по их текущему состоянию.

- Номер кампании – фильтр по уникальному идентификатору кампании (ID РК).
- Агентство – отбор кампаний по рекламному агентству.
- Диапазон дат активности РК – позволяет задать временной интервал, в рамках которого кампания была активна.
- Формат – фильтр по формату РК.
- Рекламодатель – отбор кампаний по рекламодателю.
- Статистика РК за период – позволяет отфильтровать кампании по наличию статистических данных за определённый интервал времени.
- Медиаплан ID – фильтр по уникальному номеру медиаплана, с которым связана кампания.
- Тип трекинга – отбор кампаний по используемой системе учёта показов и конверсий.
- Медиаплан – фильтр по названию медиаплана.
- Модель закупки – фильтр по способу расчёта стоимости размещения.

Также в панели фильтров доступны кнопки быстрого действия:

Элемент	Описание
Фильтры	Заголовок панели, обозначающий начало блока настройки фильтрации.
Количество выбранных колонок	Индикатор количества колонок, выбранных для отображения в таблице. Позволяет пользователю настраивать видимость столбцов для удобства работы.
Поиск	Строка для быстрого полнотекстового поиска по всем видимым полям кампании. Подходит для поиска по названию, ID или ключевым словам.
Применить фильтры	Кнопка, активирующая все выбранные фильтры и обновляющая таблицу в соответствии с заданными условиями.

Сбросить фильтры

Кнопка, очищающая все установленные фильтры и возвращающая таблицу к отображению полного списка кампаний.

Таблица кампаний

Страница содержит таблицу кампаний, каждая строка которой соответствует отдельной рекламной кампании, связанной с медиапланом. В верхней части страницы расположены элементы управления.

КАМПАНИИ

Фильтры

12 выбрано колонок

Поиск

Применить фильтры

Сбросить фильтры

1 2 3 >>

Действия	ID РК	Статус	Имя	Показы	Клики	Досмотры	Плановый CTR	CTR	VTR	Старт	Завершение
	2584		Детский клуб "Панда" - Детский клуб "Панда" (4 Sep - 30 Sep) 100	106 693	1 048	0	0	0.98	0	04.09.2026	30.09.2026
	2579		Взрослая аудитория - Взрослая аудитория (30 Sep - 30 Sep) 1000	70 587	394	41 043	0.6	0.56	58.15	03.09.2026	30.09.2026
	2578		Полная аудитория - Полная аудитория (1 Sep - 30 Sep) 100	0	0	0	0	0	0	07.09.2026	11.10.2026
	2572		Телевидение - Телевидение (30 Sep - 30 Sep) 100	4	0	0	0	0	0	03.09.2026	04.09.2026
	2564		Полная аудитория - Полная аудитория (30 Sep - 30 Sep) 100	0	0	0	0	0	0	03.09.2026	30.09.2026
	2563		Полная аудитория - Полная аудитория (30 Sep - 30 Sep) 100	0	0	0	0.6	0	0	03.09.2026	30.09.2026
	2562		Полная аудитория - Полная аудитория (30 Sep - 30 Sep) 100	0	0	0	0.6	0	0	03.09.2026	30.09.2026
	2561		Полная аудитория - Полная аудитория (30 Sep - 30 Sep) 100	484 289	3 044	0	0	0.63	0	02.09.2026	30.09.2026
	2557		Полная аудитория - Полная аудитория (30 Sep - 30 Sep) 100	275 489	3 764	216 544	0	1.37	78.6	01.09.2026	30.09.2026
	2556		Полная аудитория - Полная аудитория (30 Sep - 30 Sep) 100	254 168	1 350	0	0.5	0.53	0	01.09.2026	30.09.2026
	2555		Полная аудитория - Полная аудитория (30 Sep - 30 Sep) 100	590 504	0	540 661	0	0	91.56	01.09.2026	30.09.2026
	2553		Полная аудитория - Полная аудитория (30 Sep - 30 Sep) 100	4 925 210	31 406	0	0	0.64	0	01.09.2026	30.09.2026

Колонка

Описание

Действия

- иконка смены статуса кампании.
- редактирование кампании.
- статистика кампании.
- список креативов рекламной кампании.

ID РК

Уникальный идентификатор рекламной кампании.

Статус

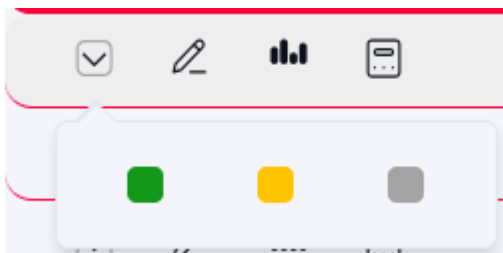
Индикатор состояния кампании. Отображается в виде иконки.

Имя	Название кампании, содержащее информацию о продукте, периоде размещения, формате и технических параметрах.
Показы	Фактическое количество показов рекламы на момент просмотра.
Клики	Фактическое количество кликов по рекламному объявлению.
Досмотры	Количество просмотров видео до финальной точки (для видеоформатов).
Плановый CTR	Запланированный показатель кликабельности, указанный в медиаплане.
CTR	Фактический показатель кликабельности (отношение кликов к показам), выраженный в процентах.
VTR	Фактический показатель досмотра видео, выраженный в процентах.
Старт	Дата фактического начала размещения кампании.
Завершение	Плановая дата окончания кампании.

Статус кампании

Для смены статуса кампании нужно нажать на иконку  и выбрать необходимый статус:

- Активно
- Пауза
- Завершено



Редактирование кампании

Страница предназначена для просмотра и изменения параметров конкретной рекламной кампании.

РЕДАКТИРОВАНИЕ КАМПАНИИ

Удалить кампанию

Строка медиаплана * 2588	Рекламное агентство * АРХ	ДРУГИЕ НАСТРОЙКИ Показывать креативы в ЛК клиента ☐ Показывать Показывать кварталы в ЛК клиента ☐ Показывать
Название рекламной кампании * ...	Рекламодатель * Ariston	
Категория рекламодателя * Автомобили / Транспорт	Менеджер отдела продаж * ...	
Формат * Native Block	Аккаунт-менеджер * ...	
Модель закупки * CPM	Тип трекинга * WEBORAMA Пиксель	
Цена * ...	Плановый CTR, % * ...	

Назад к Кампаниям
Применить

В верхней части страницы расположены ключевые реквизиты кампании:

- **Строка медиаплана** – Уникальный идентификатор строки медиаплана, к которой привязана данная кампания. Поле доступно только для просмотра.
- **Название рекламной кампании** – Полное название кампании. Поле доступно для редактирования.
- **Категория рекламодателя** – Сегмент, к которому относится рекламодатель (например, «Автомобили / Транспорт»). Выбирается из справочника категорий.
- **Формат** – Тип рекламного размещения. Выбирается из списка доступных форматов.
- **Модель закупки** – Способ расчёта стоимости размещения. Выбирается из справочника моделей закупки.
- **Цена** – Стоимость за единицу закупки в рублях. Может быть изменена в соответствии с условиями размещения.
- **Рекламное агентство** – Агентство, которое осуществляет размещение. Выбирается из справочника агентств.

- Рекламодатель – Клиент, для которого запущена кампания. Выбирается из справочника рекламодателей.
- Менеджер отдела продаж – Сотрудник, курирующий продажи по данному клиенту.
- Аккаунт-менеджер – Ответственный менеджер со стороны агентства.
- Тип трекинга – Система учёта показов и конверсий.
- Плановый CTR, % – Запланированный показатель кликабельности (отношение кликов к показам), выраженный в процентах.

В нижней части страницы расположены две управляющие кнопки:

- Назад к Кампаниям – Возврат к общему списку кампаний.
- Применить – Сохранение всех изменений, внесённых в параметры кампании.

Справа расположен блок дополнительных настроек отображения:

- Показывать креативы в ЛК клиента – Настройка, определяющая, будут ли креативные материалы (баннеры, видео) отображаться в личном кабинете клиента.
- Показывать квантили в ЛК клиента – Настройка, определяющая, будет ли в личном кабинете клиента отображаться детализация по квантилям просмотра видео (25%, 50%, 75%, 100%).

Периоды кампании

Внизу страницы расположен раздел периодов кампании.

ПЕРИОДЫ КАМПАНИИ												
Действия	ID	ID РК	ID периода строки медиаплана	Название	Старт	Завершение	Лимит показов	Лимит показов в день	Частота показов для одного пользователя	Лимит кликов	Лимит кликов в день	Лимит по досмотрам
 	3352	2572	3352	Тестовый МП после переключения на сервера DSP (3 Sep-4 Sep)	03.09.2026	04.09.2026	1 000	0	1	0	0	0

- Действия – кнопки для управления периодом: редактирование параметров, удаление периода.
- ID – уникальный идентификатор периода.
- ID РК – уникальный идентификатор рекламной кампании.
- ID периода строки медиаплана – идентификатор периода из строки медиаплана, к которому привязан данный период кампании.

- Название – название РК.
- Старт – календарная дата начала периода.
- Завершение – календарная дата окончания периода.
- Лимит показов – максимальное количество показов, запланированное на весь период.
- Лимит показов в день – максимальное количество показов, которое может быть показано за один день в рамках периода. Значение 0 означает отсутствие ограничения.
- Частота показов для одного пользователя – максимальное количество показов рекламы, которое увидит один уникальный пользователь за весь период.
- Лимит кликов – максимальное количество кликов, запланированное на весь период.
- Лимит кликов в день – максимальное количество кликов, которое может быть получено за один день.
- Лимит по досмотрам – максимальное количество досмотров видео (для видеоформатов), запланированное на весь период.
- Лимит по досмотрам в день – максимальное количество досмотров видео, которое может быть зафиксировано за один день.

Редактирование периода

Страница предназначена для просмотра и изменения параметров конкретного временного интервала (периода) в рамках рекламной кампании. Данный раздел открывается из таблицы периодов кампании.

Для редактирования доступны Имя периода и ограничения кампании в данном периоде.

Главная | Кампании | Редактирование периода кампании

Id *
3352

Id кампании *
2572

Id периода медиаллана *
3352

Имя периода
Тестовый МП после переключения на сервера DSP (5 Sep-4 Sep)

ОГРАНИЧЕНИЯ

Дата начала *
03/09/2026

Дата окончания *
04/09/2026

Частота на одного пользователя
1,00

Ограничение по показам всего
1000

Ограничение по показам в день

Ограничение по кликам

Ограничение по кликам в день

Ограничение по досмотрам

Ограничение по досмотрам в день

К кампании [Применить изменения](#)

Статистика кампании по дням

Страница предназначена для детального анализа фактических показателей рекламных кампаний в разрезе отдельных дней. Данный раздел позволяет пользователю отслеживать динамику ключевых метрик (показы, клики, охват, CTR, досмотры, VTR) за выбранный период. Информация представлена в виде таблицы с ежедневной разбивкой.

СТАТИСТИКА КАМПАНИИ ПО ДНЯМ

Фильтры [Применить фильтры](#) [Выгрузить в файл Excel](#) [Сбросить фильтры](#) << < 1 > >>

Диапазон дат: Кампания:

Дата	ID медиаллана	ID кампании	Название кампании	Показы	Клики	Охват	CTR	Досмотр	VTR
07.09.2026	823	2584	Кампания по продвижению услуг на территории...	22 352	232	7 681	1.04	0	0
06.09.2026	823	2584	Кампания по продвижению услуг на территории...	25 392	274	8 726	1.08	0	0
05.09.2026	823	2584	Кампания по продвижению услуг на территории...	31 552	298	10 843	0.94	0	0
04.09.2026	823	2584	Кампания по продвижению услуг на территории...	33 285	275	11 431	0.83	0	0
Итого				112 561	1 079	38 027	0.96	0	0

Панель фильтров

В верхней части страницы расположены элементы управления для настройки отображаемых данных:

- Диапазон дат – поле для выбора временного интервала, за который требуется отобразить статистику. По умолчанию значение не выбрано. Пользователь указывает дату начала и дату окончания периода.
- Применить фильтры – кнопка, активирующая выбранные фильтры и обновляющая таблицу в соответствии с заданным диапазоном дат.

- Выгрузить в файл Excel – кнопка для экспорта отфильтрованных данных в формат Excel. Позволяет сохранить таблицу с по дням для дальнейшего анализа, построения диаграмм или передачи клиенту.
- Кампании – уникальный ID кампании.
- Сбросить фильтры – кнопка, очищающая все установленные фильтры.



В нижней части таблицы отображается строка «Итого», которая суммирует показатели по всем отображённым дням:

- Показы – суммарное количество показов за весь выбранный период.
- Клики – суммарное количество кликов за весь период.
- Охват – суммарное количество уникальных пользователей за весь период.
- CTR – средневзвешенный показатель кликабельности за весь период (рассчитывается как отношение суммы кликов к сумме показов, умноженное на 100).
- Досмотр – суммарное количество досмотров за весь период.
- VTR – средневзвешенный показатель досмотра за весь период.

Креативы

Перейти на страницу “Креативы” можно из раздела “Кампании”, нажав соответствующую иконку, либо кликнув на кнопку “Креативы” в интерфейсе.

Данный раздел позволяет пользователю просматривать список всех креативов, загруженных в систему, фильтровать их по различным критериям, редактировать креативы, добавлять трекеры и анализировать показатели каждого креативного материала (показы, клики, досмотры, CTR) в разрезе кампаний.

REDLLAMA

Медиапланы

Кампании

Креативы

Статистика

Пользователи

Настройки

МК

Главная

Креативы

Список креативов

КРЕАТИВЫ

Создание креатива +

Фильтры

8 выбрано колонок

Поиск

Применить фильтры

Сбросить фильтры

1 2 3 > >>

Действия	ID	Статус	Название	Показы	Клики	Досмотры	CTR
			1317		1317	1317	1317
			1316		1316	1316	1316
			1315		1315	1315	1315
			1314		1314	1314	1314
			1313		1313	1313	1313
			1312		1312	1312	1312
			1311		1311	1311	1311
			1310		1310	1310	1310
			1309		1309	1309	1309
			1308		1308	1308	1308
			1307		1307	1307	1307
			1306		1306	1306	1306
			1305		1305	1305	1305
			1304		1304	1304	1304

Панель фильтров

Панель позволяет сузить список креативов по заданным фильтрам:

Фильтры

8 выбрано колонок

Поиск

Применить фильтры

Сбросить фильтры

1 2 3 > >>

Статус

Выберите статус

Диапазон дат

Не выбрано

Креативы ID

Выберите креативы

Формат

Выберите формат строки

Модель закупки

Не выбрано

Кампании

Выберите кампании

Кампании ID

Выберите номер кампании

Агентство

Выберите агентство

Рекламодатель

Выберите рекламодателя

- Статус – позволяет отобрать креативы по их текущему состоянию.
- Формат – фильтр по типу рекламного носителя (например, Banners, Video, Audio, Native, Fullscreen).
- Агентство – отбор креативов по рекламному агентству, которое осуществляет размещение.
- Диапазон дат – позволяет задать временной интервал, в рамках которого креатив был активен (дата начала и окончания размещения).
- Модель закупки – фильтр по способу расчёта стоимости размещения, к которому привязан креатив (например, CPM, CPC, CPV).
- Рекламодатель – отбор креативов по клиенту (рекламодателю). Выбирается из справочника рекламодателей, зарегистрированных в системе.
- Креативы ID – фильтр по уникальному идентификатору креатива. Позволяет найти конкретный креатив по его номеру.

- Кампании –фильтр по названию рекламной кампании, в которой используется креатив. Позволяет отобразить все креативы, принадлежащие выбранной кампании.
- Кампании ID – фильтр по уникальному идентификатору кампании. Позволяет найти все креативы, привязанные к конкретной кампании по её номеру.

Таблица креативов

В центральной части страницы расположен список креативов. Таблица содержит следующие колонки:

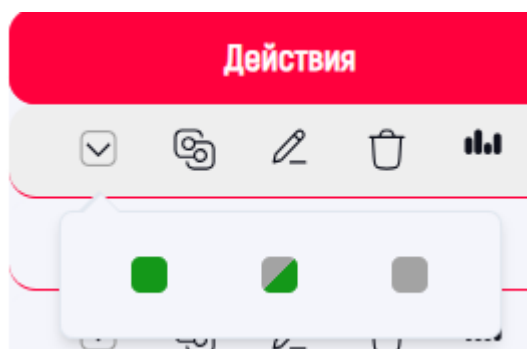
Колонка	Описание
Действия	Иконки или кнопки для управления креативом:  – Смена статуса креатива  – Просмотр связанных ссылок креатива  – Редактирование креатива  – Удаление креатива  – Просмотр статистики по дням
ID	Уникальный системный идентификатор креатива. Присваивается автоматически при создании.
Статус	Индикатор состояния креатива. Отображается в виде цветной иконки.
Название	Уникальное название креатива.
Показы	Количество показов креатива.
Клики	Фактическое количество кликов, полученное данным креативом за период сбора статистики.

Досмотры	Количество досмотров видео до финальной точки (для видеоформатов).
CTR	Фактический показатель кликабельности креатива (отношение кликов к показам), выраженный в процентах.

Статус креатива

Для смены статуса креатива нужно нажать на иконку  и выбрать необходимый статус:

- Активен
- Приостановлен
- Завершен



Ссылки креатива

Страница предназначена для генерации и копирования трекингowych ссылок, которые используются для отслеживания показов, кликов и событий видео-просмотра в рекламных кампаниях. Для перехода к функционалу нужно нажать на значок  в таблице креативов.

ССЫЛКИ КАНАЛА REDLLAMA

Ссылка на клик

https://tr.redllama.tech/click?ac_id=2578&cr_id=1317

Ссылка на показ

https://tr.redllama.tech/imp?ac_id=2578&cr_id=1317

25%

https://tr.redllama.tech/firstQuartile?ac_id=2578&cr_id=1317

50%

https://tr.redllama.tech/midpoint?ac_id=2578&cr_id=1317

75%

https://tr.redllama.tech/thirdQuartile?ac_id=2578&cr_id=1317

100%

https://tr.redllama.tech/complete?ac_id=2578&cr_id=1317

Ссылка на start

https://tr.redllama.tech/start?ac_id=2578&cr_id=1317

Сформировать ссылки

На странице отображаются трекинговые ссылки для следующих типов событий:

- Ссылка на клик – URL-адрес, который срабатывает при клике пользователя по рекламному объявлению.
- Ссылка на показ – URL-адрес, который срабатывает при загрузке рекламного объявления (показе).
- 25% – URL-адрес для отслеживания события достижения 25% просмотра видео (первый квартиль).
- 50% – URL-адрес для отслеживания события достижения 50% просмотра видео (середина).
- 75% – URL-адрес для отслеживания события достижения 75% просмотра видео (третий квартиль).
- 100% – URL-адрес для отслеживания события полного досмотра видео (финальный квартиль).
- Ссылка на start – URL-адрес для отслеживания события начала воспроизведения видео.

Для копирования нужной ссылки нужно нажать кнопку .

В нижней части страницы расположена кнопка “Сформировать ссылки”, которая генерирует новый набор трекинговых ссылок для текущей кампании и креатива.

Редактирование креатива

Страница предназначена для просмотра, создания и изменения параметров рекламного креативного материала. Здесь пользователь может настроить трекинговые ссылки, задать ограничения по показам и переходам, а также

установить частотный таргетинг для конкретного креатива. Данный раздел открывается из списка креативов по кнопке  и позволяет детально управлять каждым рекламным материалом.

РЕДАКТИРОВАНИЕ КРЕАТИВА

Ссылки креатива

Название *

Тестовый МП после переключения на сервера DSP: Креатив

Номер кампании *

2572, Тестовый МП после переключения на сервера DSP Native Block (3 Sep-4 Sep) 1367

Формат *

Native Block

Трекер показа

Строка для ввода

Трекер клика

Строка для ввода

Трекер старта

Строка для ввода

Трекинг 25%

Строка для ввода

Трекинг 50%

Строка для ввода

Трекинг 75%

Строка для ввода

Трекинг 100%

Строка для ввода

ОГРАНИЧЕНИЯ

Ограничение по показам всего *

Ограничение по показам в день *

Ограничение по переходам всего *

Ограничение по переходам в день *

Ограничение по досмотрам *

Ограничение по досмотрам в день *

ЧАСТОТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

Частота *

Назад к Креативам

Применить

В верхней части страницы расположены ключевые реквизиты креатива:

- **Название** – Наименование креатива. Поле обязательно для заполнения.
- **Номер кампании** – Идентификатор кампании, к которой привязан креатив, и её название.
- **Формат** – Тип рекламного носителя (например, Native Block, Banner, Video).

В блоке трекингов пользователь указывает URL-адреса для отслеживания различных событий:

- **Трекер показа** – URL, который срабатывает при показе рекламного объявления. Используется для подсчёта количества показов.
- **Трекер клика** – URL, который срабатывает при клике пользователя по рекламному объявлению. Используется для подсчёта кликов.
- **Трекер старта** – URL, который срабатывает при начале воспроизведения видео (для видеоформатов).
- **Трекер 25%** – URL, который срабатывает при достижении 25% просмотра видео.
- **Трекер 50%** – URL, который срабатывает при достижении 50% просмотра видео.
- **Трекер 75%** – URL, который срабатывает при достижении 75% просмотра видео.
- **Трекер 100%** – URL, который срабатывает при полном просмотре видео (100%).

В блоке “Ограничения” пользователь задаёт лимиты на показы и переходы для креатива:

- Ограничение по показам всего – Максимальное общее количество показов для данного креатива за весь период кампании.
- Ограничение по показам в день – Максимальное количество показов креатива за один день.
- Ограничение по переходам всего – Максимальное общее количество кликов (переходов) для данного креатива за весь период.
- Ограничение по переходам в день – Максимальное количество кликов за один день.
- Ограничения по досмотрам всего – Максимальное общее количество досмотров креатива за весь период кампании.
- Ограничения по досмотрам в день – Максимальное количество досмотров креатива за один день.

В блоке “Частотный таргетинг” расположено поле:

- Частота – Максимальное количество показов креатива, которое увидит один уникальный пользователь за весь период кампании.

В нижней части страницы расположены две управляющие кнопки:

- Назад к Креативам – Возврат к общему списку креативов.
- Применить – Сохранение всех внесённых изменений в параметрах креатива.

В верхней части страницы расположена кнопка перехода к ссылкам креатива (стр 37).

Статистика креатива по дням

Страница предназначена для детального анализа фактических показателей креативов в разрезе отдельных дней. Данный раздел позволяет пользователю отслеживать динамику ключевых метрик за выбранный период. Информация представлена в виде таблицы с ежедневной разбивкой.

СТАТИСТИКА КРЕАТИВА ПО ДНЯМ

Фильтры

Применить фильтры

Выгрузить в файл Excel

Сбросить фильтры

<<

<

1

>

>>

Диапазон дат

Не выбрано

Креативы

Найлон Пародонтас зер-пов2026

Креативы ID

1305

Медиаплан

Выберите медиаплан

Медиаплан ID

Выберите номер медиаплана

Дата	ID Креатива	Название Креатива	Показы	Клики	CTR	VTR
08.09.2026	1305	Найлон Пародонтас зер-пов2026	77 437	553	0.71	0
07.09.2026	1305	Найлон Пародонтас зер-пов2026	155 989	936	0.6	0
06.09.2026	1305	Найлон Пародонтас зер-пов2026	7 391	68	0.92	0
05.09.2026	1305	Найлон Пародонтас зер-пов2026	6 465	66	1.02	0
04.09.2026	1305	Найлон Пародонтас зер-пов2026	7 010	59	0.84	0
Итого			254 292	1 682	0.66	0

Панель фильтров

В верхней части страницы расположены элементы управления для настройки отображаемых данных:

- Диапазон дат – Поле для выбора временного интервала, за который требуется отобразить статистику. По умолчанию значение не выбрано. Пользователь указывает дату начала и дату окончания периода.
- Креативы – Поле для с названием креатива.
- Креативы ID – Поле с уникальным идентификатором креатива.
- Применить фильтры – Кнопка, активирующая выбранные фильтры и обновляющая таблицу в соответствии с заданными условиями.
- Выгрузить в файл Excel – Кнопка для экспорта отфильтрованных данных в формат Excel.
- Сбросить фильтры – Кнопка, очищающая все установленные фильтры и возвращающая таблицу к отображению полного списка данных.

Таблица статистики креатива по дням

В центральной части страницы расположена таблица, каждая строка которой соответствует одному дню статистики для выбранного креатива:

- Дата – Календарная дата, за которую приведены показатели.
- ID Креатива – Уникальный системный идентификатор креатива.
- Название Креатива – Наименование креативного материала.
- Показы – Фактическое количество показов рекламы в указанный день.
- Клики – Фактическое количество кликов по рекламному объявлению в указанный день.
- CTR – Фактический показатель кликабельности за день (отношение кликов к показам), выраженный в процентах.

- VTR – Фактический показатель досмотра видео за день, выраженный в процентах. Для баннерных форматов может быть равен нулю.

В нижней части таблицы отображается строка “Итого”, которая суммирует показатели по всем отображённым дням.

Создание креатива

Страница предназначена для добавления нового рекламного креативного материала в систему. Здесь пользователь заполняет основные параметры креатива, привязывает его к кампании, настраивает трекинговые ссылки, задаёт ограничения по показам и переходам, а также устанавливает частотный таргетинг. Данный раздел открывается из списка креативов при нажатии на кнопку “Создание креатива”.

Действия	ID	Статус	Название	Показы	Клики	Досмотры	CTR
	1318		Платформа для создания креативов	107	2	0	1.87
	1317		Платформа для создания креативов	15 265	0	14 338	0
	1316		Платформа для создания креативов	279	64	0	22.94
	1315		Платформа для создания креативов	17 674	66	0	0.37
	1314		Платформа для создания креативов	17 905	66	0	0.37

Страница разделена на несколько логических блоков: основные параметры креатива, трекинговые ссылки, ограничения, частотный таргетинг и кнопки управления.

СОЗДАНИЕ КРЕАТИВА

Название *

Трекер показа

Трекинг 25%

Номер кампании *

Трекер клика

Трекинг 50%

Формат *

Трекер старта

Трекинг 75%

Трекинг 100%

ОГРАНИЧЕНИЯ

Ограничение по показам всего *

Ограничение по показам в день *

Ограничение по переходам всего *

Ограничение по переходам в день *

Ограничение по досмотрам *

Ограничение по досмотрам в день *

Частотный таргетинг

Частота *

Назад к Креативам

Применить

В верхней части страницы расположены ключевые реквизиты, обязательные для заполнения:

- Название – Поле для ввода наименования креатива. Пользователь должен присвоить информативное название, облегчающее идентификацию материала. Поле обязательно для заполнения.
- Номер кампании – Поле для выбора рекламной кампании, к которой будет привязан креатив. Выпадающий список содержит все доступные кампании. По умолчанию значение не выбрано. Поле обязательно для заполнения.
- Формат – Поле для выбора типа рекламного носителя (например, Banners, Video, Audio, Native Block). Выпадающий список содержит все доступные форматы. По умолчанию значение не выбрано. Поле обязательно для заполнения.

В блоке “Трекинговые ссылки” пользователь указывает URL-адреса для отслеживания различных событий:

- Трекер показа – URL, который срабатывает при показе рекламного объявления. Используется для подсчёта количества показов.
- Трекер клика – URL, который срабатывает при клике пользователя по рекламному объявлению. Используется для подсчёта кликов.
- Трекер старта – URL, который срабатывает при начале воспроизведения видео (для видеоформатов).
- Трекер 25% – URL, который срабатывает при достижении 25% просмотра видео.
- Трекер 50% – URL, который срабатывает при достижении 50% просмотра видео.
- Трекер 75% – URL, который срабатывает при достижении 75% просмотра видео.
- Трекер 100% – URL, который срабатывает при полном просмотре видео (100%).

В блоке “Ограничения” пользователь задаёт лимиты на показы и переходы для креатива:

- Ограничение по показам всего – Максимальное общее количество показов для данного креатива за весь период кампании.
- Ограничение по показам в день – Максимальное количество показов креатива за один день.
- Ограничение по переходам всего – Максимальное общее количество кликов (переходов) для данного креатива за весь период.

- Ограничение по переходам в день – Максимальное количество кликов за один день.
- Ограничения по досмотрам всего – Максимальное общее количество досмотров креатива за весь период кампании.
- Ограничения по досмотрам в день – Максимальное количество досмотров креатива за один день.

В блоке “Частотный таргетинг” расположено поле:

- Частота – Максимальное количество показов креатива, которое увидит один уникальный пользователь за весь период кампании.

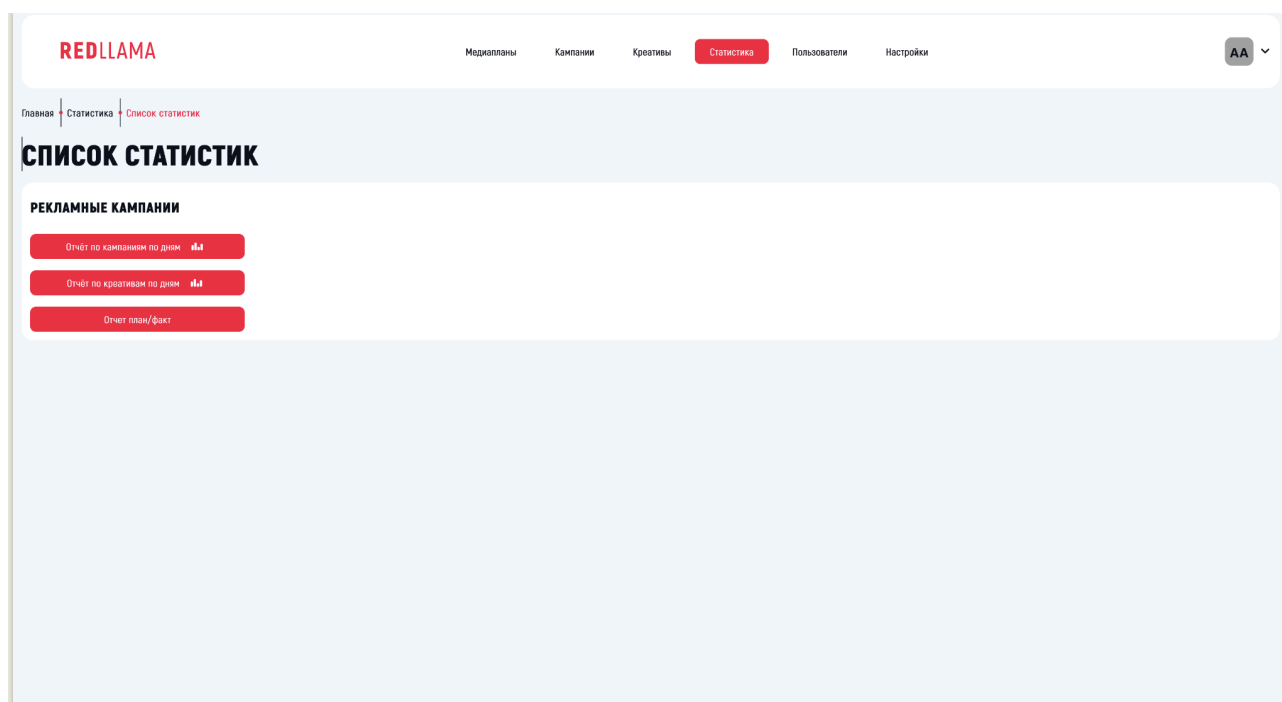
В нижней части страницы расположены две управляющие кнопки:

- Назад к Креативам – Возврат к общему списку креативов.
- Применить – Сохранение всех внесённых изменений в параметрах креатива.

После заполнения всех обязательных блоков и применения настроек креатив будет отображен в общей таблице.

Статистика

Страница “Список статистик” является центральным навигационным узлом для доступа ко всем отчётным и аналитическим разделам системы. Здесь пользователь может выбрать необходимый тип отчёта для просмотра статистики по рекламным кампаниям, креативам или план-факт анализу. Данный раздел служит отправной точкой для формирования и выгрузки отчётов.



В разделе пользователю доступны следующие отчёты:

- Отчёт по кампаниям по дням – Переход к разделу с ежедневной статистикой по рекламным кампаниям (страница «Статистика кампании по дням»).
Позволяет просматривать показы, клики, охват, CTR и другие метрики в разрезе каждого дня для выбранных кампаний.
- Отчёт по креативам по дням – Переход к разделу с ежедневной статистикой по креативным материалам (страница «Статистика креатива по дням»).
Позволяет анализировать эффективность каждого креатива в динамике по дням: показы, клики, CTR, VTR.
- Отчёт план/факт – Переход к разделу сравнения плановых и фактических показателей по медиаплану.

Статистика кампании по дням

Страница предназначена для детального анализа фактических показателей рекламных кампаний в разрезе отдельных дней. Данный раздел позволяет пользователю отслеживать динамику ключевых метрик (показы, клики, охват, CTR, досмотры, VTR) за выбранный период. Информация представлена в виде таблицы с ежедневной разбивкой.

Панель фильтров

В верхней части страницы расположены элементы управления для настройки отображаемых данных:

- Фильтры – кнопка для сворачивания/разворачивания параметров фильтрации.

- Диапазон дат – поле для выбора временного интервала, за который требуется отобразить статистику. По умолчанию значение не выбрано. Пользователь указывает дату начала и дату окончания периода.
- Кампании – пользователь выбирает ID кампании из выпадающего списка.
- Название кампании – пользователь выбирает название кампании из выпадающего списка.
- Медиаплан – пользователь выбирает ID медиаплана из выпадающего списка.
- Название медиаплана – пользователь выбирает название медиаплана из выпадающего списка.
- Применить фильтры – кнопка, активирующая все выбранные фильтры и обновляющая таблицу в соответствии с заданными условиями.
- Выгрузить в файл Excel – кнопка для экспорта отфильтрованных данных в формат Excel.
- Сбросить фильтры – кнопка, очищающая все установленные фильтры и возвращающая таблицу к исходному состоянию.

В центральной части страницы расположена таблица со следующими колонками:

- Дата – календарная дата, за которую приведены показатели.
- ID медиаплана – уникальный идентификатор медиаплана, к которому относится кампания.
- ID кампании – уникальный идентификатор рекламной кампании в системе.
- Название кампании – полное название кампании.
- Показы – фактическое количество показов рекламы в указанный день.
- Клики – фактическое количество кликов по рекламному объявлению в указанный день.
- Охват – количество уникальных пользователей, увидевших рекламу в указанный день.
- CTR – фактический показатель кликабельности за день (отношение кликов к показам), выраженный в процентах.
- Досмотр – количество досмотров видео до финальной точки (для видеоформатов) в указанный день. Для невидеоформатов может быть равен нулю.
- VTR – фактический показатель досмотра видео за день, выраженный в процентах. Для невидеоформатов может быть равен нулю.

Статистика креатива по дням

Страница предназначена для детального анализа фактических показателей креативов в разрезе отдельных дней. Данный раздел позволяет пользователю отслеживать динамику ключевых метрик за выбранный период. Информация представлена в виде таблицы с ежедневной разбивкой.

Главная | Статистика | Статистика креатива

СТАТИСТИКА КРЕАТИВА ПО ДНЯМ

Фильтры Применить фильтры Выгрузить в файл Excel Сбросить фильтры << < 1 2 3 > >>

Диапазон дат: Не выбрано

Креативы: Выберите креативы

Креативы ID: Выберите номер креатива

Кампании: Выберите кампанию

Кампании ID: Выберите номер кампании

Медиаплан: Выберите медиаплан

Медиаплан ID: Выберите номер медиаплана

Дата	ID Креатива	Название Креатива	Показы	Клики	CTR	VTR
08.09.2026	1318	Рекламный баннер "Ваше будущее здесь"	4 221	17	0,4	0
08.09.2026	1317	Рекламный баннер "Ваше будущее здесь"	5 743	0	0	94,71
07.09.2026	1317	Рекламный баннер "Ваше будущее здесь"	10 027	0	0	93,48
08.09.2026	1316	Рекламный баннер "Ваше будущее здесь"	162	38	23,46	0
07.09.2026	1316	Рекламный баннер "Ваше будущее здесь"	128	28	21,88	0
06.09.2026	1315	Рекламный баннер "Ваше будущее здесь"	11 091	41	0,37	0

Панель фильтров

В верхней части страницы расположены элементы управления для настройки отображаемых данных:

- **Фильтры** – кнопка для сворачивания/разворачивания параметров фильтрации.
- **Диапазон дат** – поле для выбора временного интервала, за который требуется отобразить статистику. По умолчанию значение не выбрано. Пользователь указывает дату начала и дату окончания периода.
- **Применить фильтры** – кнопка, активирующая все выбранные фильтры и обновляющая таблицу в соответствии с заданными условиями.
- **Выгрузить в файл Excel** – кнопка для экспорта отфильтрованных данных в формат Excel.
- **Сбросить фильтры** – кнопка, очищающая все установленные фильтры и возвращающая таблицу к исходному состоянию.
- **Креативы** – поле для выбора названия креатива из выпадающего списка.
- **Креативы ID** – поле для выбора уникального идентификатора креатива из выпадающего списка.
- **Кампании** – пользователь выбирает название кампании из выпадающего списка.

- Кампании ID – пользователь выбирает ID кампании из выпадающего списка.
- Медиаплан – пользователь выбирает название медиаплана из выпадающего списка.
- Медиаплан ID – пользователь выбирает ID медиаплана из выпадающего списка.

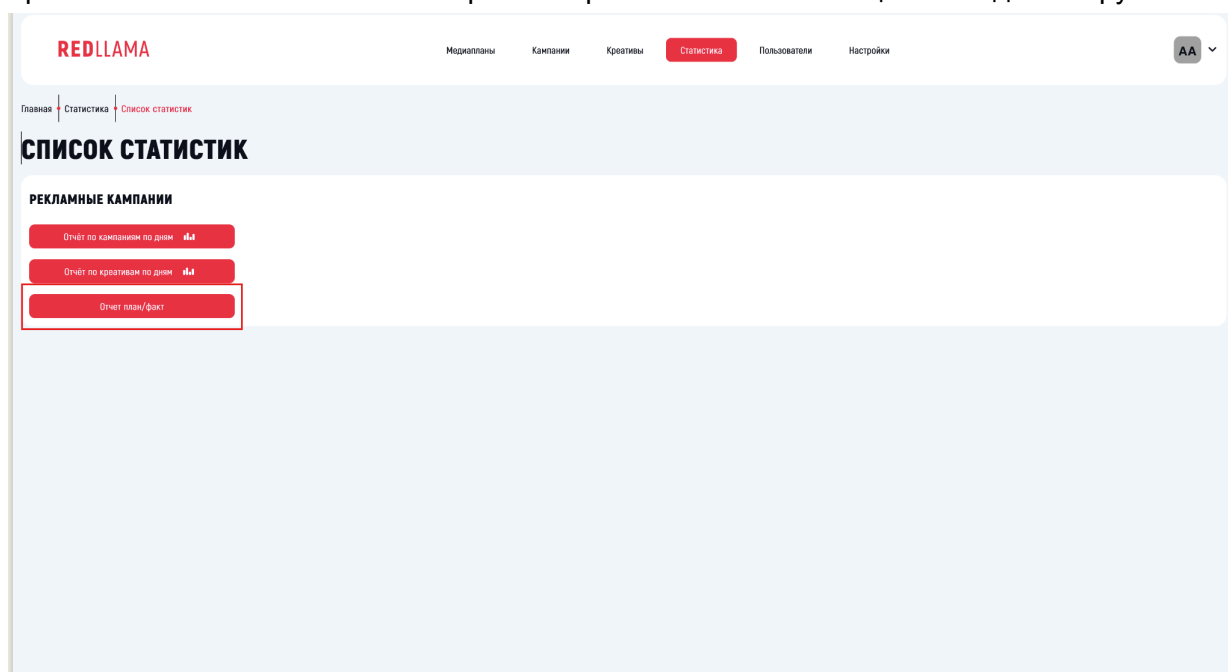
В центральной части страницы расположена таблица, каждая строка которой соответствует одному дню статистики для выбранного креатива:

- Дата – Календарная дата, за которую приведены показатели.
- ID Креатива – Уникальный системный идентификатор креатива.
- Название Креатива – Наименование креативного материала.
- Показы – Фактическое количество показов рекламы в указанный день.
- Клики – Фактическое количество кликов по рекламному объявлению в указанный день.
- CTR – Фактический показатель кликабельности за день (отношение кликов к показам), выраженный в процентах.
- VTR – Фактический показатель досмотра видео за день, выраженный в процентах. Для баннерных форматов может быть равен нулю.

В нижней части таблицы отображается строка “Итого”, которая суммирует показатели по всем отображаемым дням.

Отчет план/факт

При нажатии кнопки “Отчет план/факт” открывается всплывающее окно для загрузки отчета.



Данный отчет предназначен для детального сравнения плановых (бюджетных) показателей медиаплана с фактически достигнутыми результатами.

ОТЧЕТ ПЛАН/ФАКТ

Медиаплан

Выберите номер медиаплана

План/факт ☒

Разбивка по дням ☒

Период ☒

Месяцы ☒

Креативы ☒

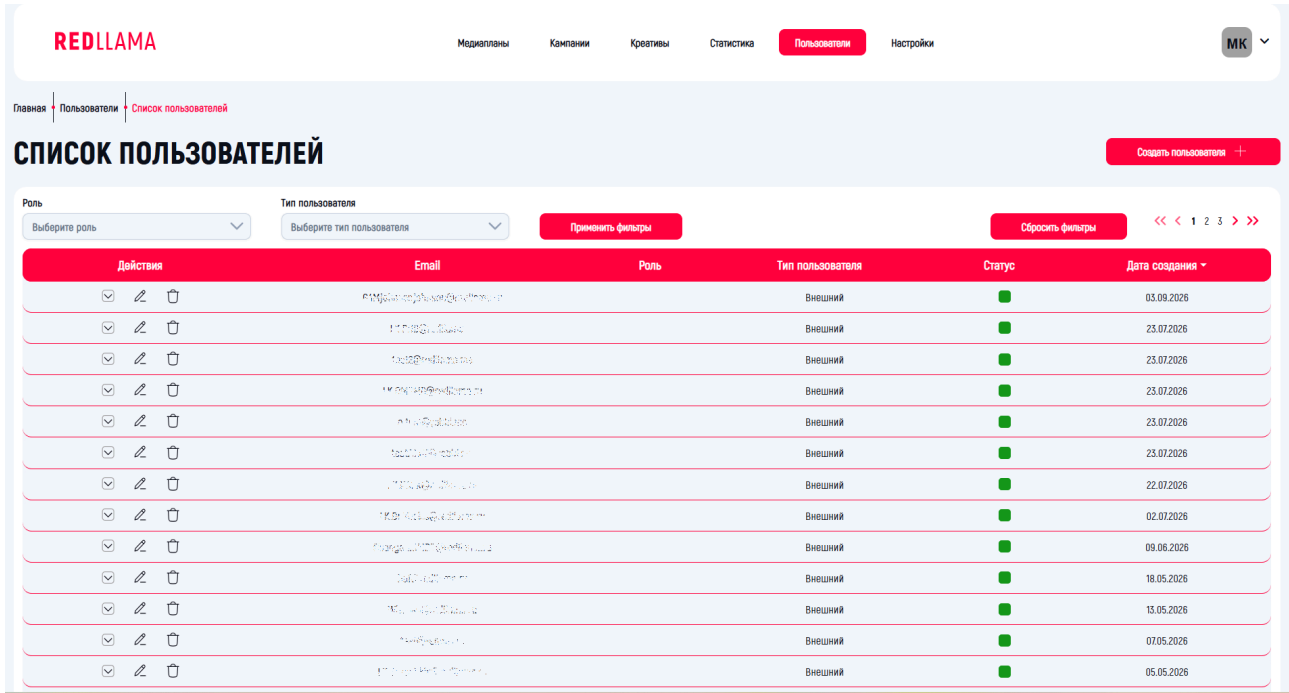
Выгрузить

На странице детального отчёта пользователь выполняет следующие действия для настройки параметров анализа:

- Выбор номера медиаплана – пользователь указывает его в выпадающем списке.
- План/факт – базовый режим для сравнения запланированных и фактических бюджетных показателей.
- Разбивка по дням – режим детализации, позволяющий увидеть ежедневную динамику показателей в рамках выбранного периода.
- Установка временного периода – пользователь задаёт календарный диапазон, указывая даты начала и окончания анализа
- Месяцы – разбивка отчета по месяцам
- Креативы – разбивка отчета по креативам
- Кнопка “Выгрузить” – выгрузка отчета в формате .xlsx

Пользователи

Страница “Список пользователей” предназначена для управления учётными записями пользователей системы. Данный раздел позволяет администратору или менеджеру просматривать список зарегистрированных пользователей, фильтровать их по роли и типу, отслеживать статус учётной записи и дату создания, а также выполнять действия над каждой записью (редактирование, блокировка, удаление).



В верхней части страницы расположены элементы управления для настройки отображаемых данных:

- Роль – Выпадающий список для фильтрации пользователей по их роли в системе.
- Тип пользователя – Выпадающий список для фильтрации пользователей по типу учётной записи (Внешний, Внутренний).
- Применить фильтры – Кнопка, активирующая выбранные фильтры и обновляющая таблицу в соответствии с заданными условиями.
- Сбросить фильтры – Кнопка, очищающая все установленные фильтры и возвращающая таблицу к исходному состоянию.

В центральной части страницы расположена таблица, каждая строка которой соответствует одному пользователю:

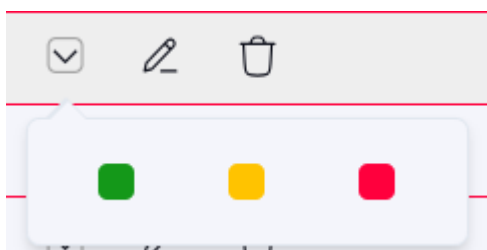
Колонка	Описание
---------	----------

Действия	Иконки для управления учётной записью.
Email	Адрес электронной почты пользователя, используемый для входа в систему. Является уникальным идентификатором учётной записи.
Роль	Роль пользователя в системе, определяющая его права доступа.
Тип пользователя	Категория учётной записи.
Статус	Текущее состояние учётной записи.
Дата создания	Дата регистрации пользователя в системе.

Статус пользователя

Для смены статуса пользователя нужно нажать на иконку  и выбрать необходимый статус:

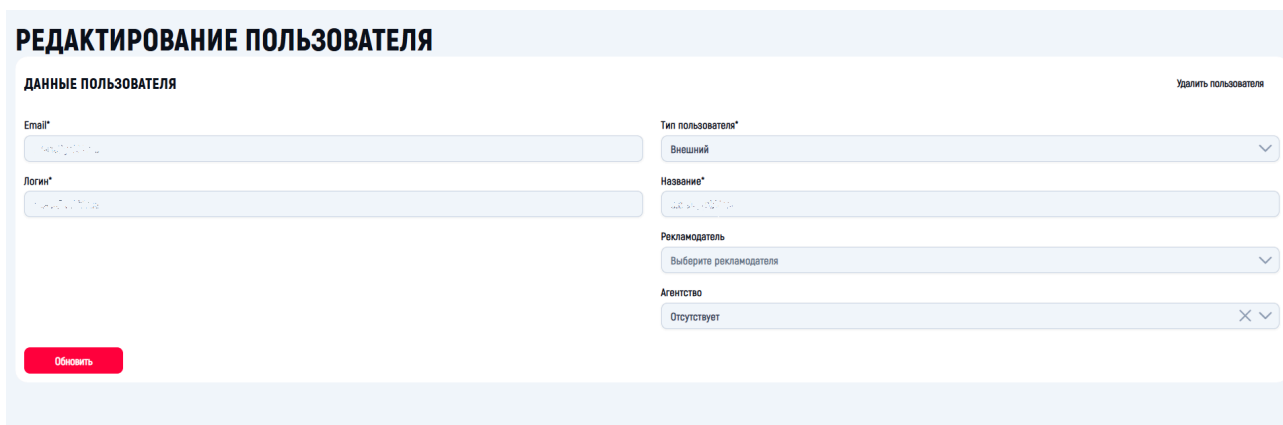
- Активный
- Неактивный
- Заблокирован



Редактирование пользователя

Страница предназначена для просмотра и изменения параметров учётной записи конкретного пользователя системы. Данный раздел позволяет администратору или менеджеру корректировать персональные данные пользователя, изменять его тип,

привязывать к рекламодателю или агентству, а также управлять доступом к системе. Страница открывается из списка пользователей при выборе действия .



В центральной части страницы расположены поля, содержащие информацию о пользователе:

- Email – Адрес электронной почты пользователя, используемый для входа в систему.
- Тип пользователя – Категория учётной записи.
- Логин – Имя пользователя, используемое для входа в систему.
- Название – Наименование пользователя.
- Рекламодатель – Поле для выбора рекламодателя, к которому привязан пользователь. Выпадающий список содержит всех рекламодателей, зарегистрированных в системе.
- Агентство – Поле для выбора рекламного агентства, к которому привязан пользователь.
- Обновить – Сохранение всех внесённых изменений в данных пользователя. После нажатия система проверяет корректность заполнения полей и обновляет учётную запись.

Создание пользователя

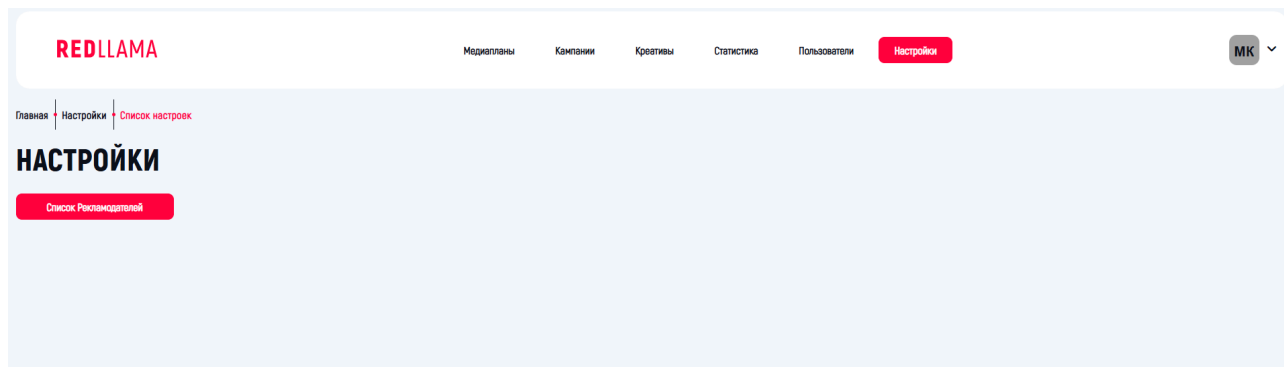
Страница предназначена для добавления нового пользователя. Раздел позволяет администратору зарегистрировать как внутренних сотрудников, так и внешних пользователей. Данный раздел открывается из списка креативов при нажатии на кнопку “Создать пользователя”.

Страница содержит один основной блок, разделённый на две группы полей: учётные данные (логин, пароль, email) и персональные данные (имя, фамилия, тип пользователя).

- Email – Адрес электронной почты пользователя, который будет использоваться для входа в систему и получения уведомлений. Поле обязательно для заполнения.
- Пароль – Поле для ввода пароля пользователя. Пароль должен соответствовать требованиям безопасности системы. Поле обязательно для заполнения.
- Повтор пароля – Поле для подтверждения пароля. Пользователь должен ввести тот же пароль, что и в предыдущем поле, для исключения ошибок при вводе. Поле обязательно для заполнения.
- Логин – Имя пользователя, используемое для входа в систему. Может совпадать с Email или быть отдельным значением. Поле обязательно для заполнения.
- Тип пользователя – Категория учётной записи. Выбирается из выпадающего списка (Внешний, Внутренний). Поле обязательно для заполнения.
- Имя – Имя пользователя. Поле обязательно для заполнения.
- Фамилия – Фамилия пользователя. Поле обязательно для заполнения.

Настройки

Страница является административным разделом системы, предназначенным для управления справочной информацией и конфигурацией системы.



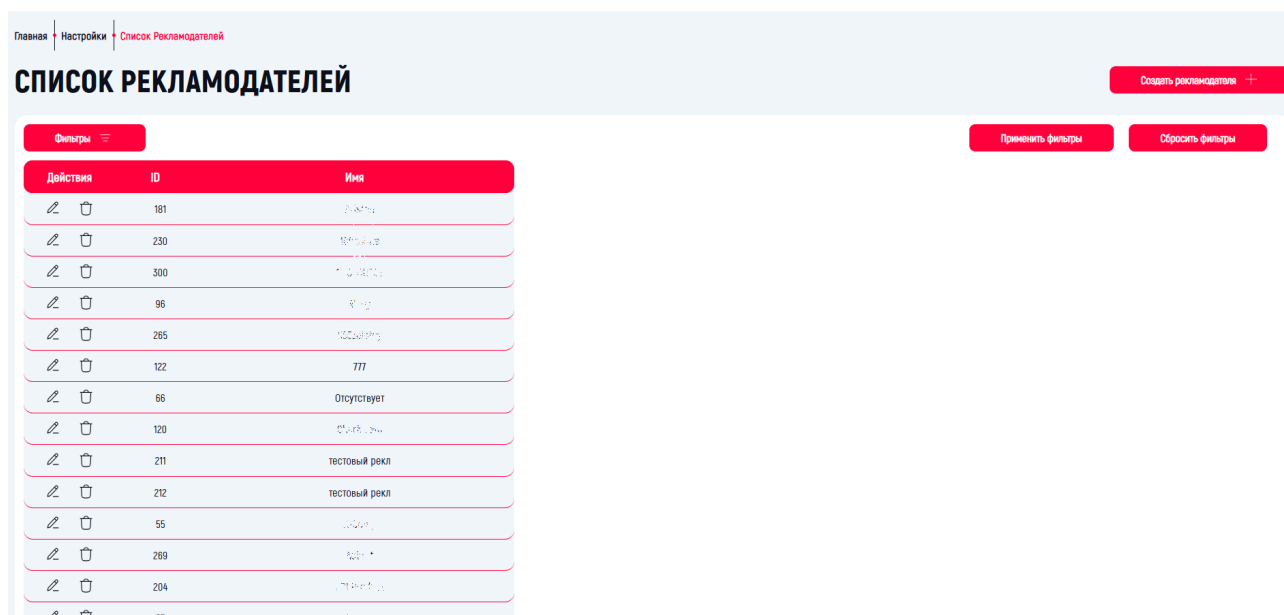
В центральной части страницы отображается список доступных справочников и настроек системы. Каждый пункт представляет собой кнопку для перехода к соответствующему справочнику:

- Список Рекламодателей – Переход к разделу управления рекламоделами.

Список рекламодателей

В этом разделе пользователь может просматривать всех зарегистрированных рекламодателей, добавлять новых, редактировать их данные и удалять.

Рекламодатели используются при создании медиапланов и кампаний для указания клиента.



Страница содержит три основных элемента: кнопку создания, панель фильтров и таблицу со списком рекламодателей.

Панель фильтров

- Фильтры – Заголовок панели, обозначающий начало блока настройки фильтрации.
- ID – Поле для фильтрации рекламодателей по их уникальному идентификатору. Пользователь может ввести конкретный ID для быстрого поиска нужной записи.
- Имя – Поле для фильтрации по названию рекламодателя.
- Применить фильтры – Кнопка, активирующая выбранные фильтры и обновляющая таблицу в соответствии с заданными условиями.
- Сбросить фильтры – Кнопка, очищающая все установленные фильтры и возвращающая таблицу к исходному состоянию.

Таблица рекламодателей

Колонка	Описание
Действия	Иконки для управления рекламодателем: редактирование данных, удаление.
ID	Уникальный системный идентификатор рекламодателя. Присваивается автоматически при создании записи. Используется для внутренних ссылок и фильтрации.
Имя	Название рекламодателя (клиента). Отображается во всех разделах системы при выборе рекламодателя в выпадающих списках.

Редактирование рекламодателя

Страница предназначена для просмотра и изменения данных конкретного рекламодателя (клиента) в системе. Данный раздел позволяет администратору корректировать название рекламодателя, и, при необходимости, удалять учётную запись. Страница открывается из списка рекламодателей при выборе действия  для конкретной записи.

Главная | Настройки | Редактирование Рекламодателя

РЕДАКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ

Удалить пользователя

ID

211

Имя

тестовый рекл

Обновить

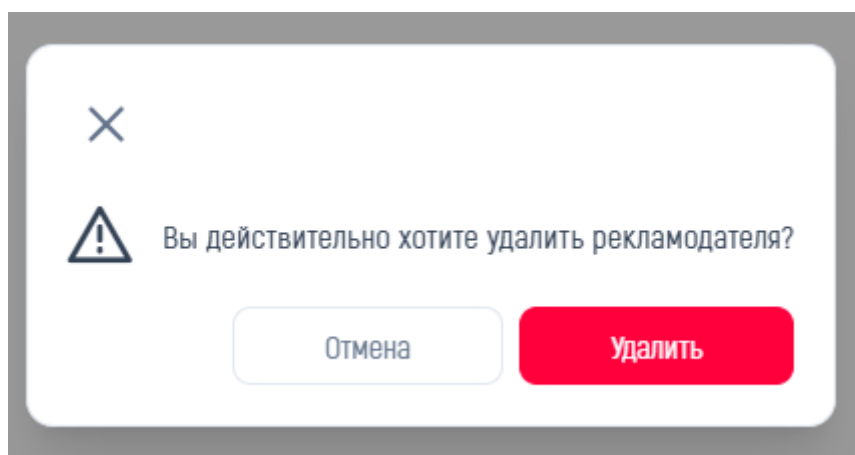
К списку рекламодателей

В центральной части страницы расположены поля, содержащие информацию о рекламодателе:

- ID – Уникальный системный идентификатор рекламодателя. Поле доступно только для просмотра и не подлежит редактированию.
- Имя – Название рекламодателя. Поле доступно для редактирования. Пользователь может изменить название рекламодателя при необходимости.

Также на странице расположены три управляющие кнопки:

- Обновить – Сохранение всех внесённых изменений в данных рекламодателя. После нажатия система проверяет корректность заполнения полей и обновляет запись.
- К списку рекламодателей – Возврат к списку всех рекламодателей.
- Удалить пользователя – Удаление рекламодателя из системы. При нажатии система запрашивает подтверждение, чтобы избежать случайного удаления.



Создание рекламодателя

Страница предназначена для добавления нового рекламодателя (клиента) в справочник системы. Данный раздел позволяет администратору зарегистрировать нового клиента, указав его имя, которое в дальнейшем будет использоваться при создании медиапланов, кампаний и привязке пользователей. Страница открывается из списка рекламодателей при нажатии на кнопку "Создать рекламодателя".

Главная | Настройки | Создание Рекламодателя

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ

Имя

Тест докв

Создать

[К списку рекламодателей](#)

В центральной части страницы расположено поле для ввода данных нового рекламодателя:

- Имя – Поле для ввода названия нового рекламодателя. Поле обязательно для заполнения. ID рекламодателя присваивается автоматически.

В нижней части страницы расположены две управляющие кнопки:

- Создать – Сохранение введенного названия и создание нового рекламодателя в системе.
- К списку рекламодателей – Возврат к списку всех рекламодателей без сохранения новой записи. При нажатии пользователь покидает страницу создания, и введенные данные не сохраняются.