

Руководство по работе с системой AdRiver для издателей

Оглавление

1. Система AdRiver: чем она полезна именно вам
2. Принципы работы системы AdRiver
3. Оплата использования системы AdRiver
4. Архитектура системы AdRiver
5. Создание аккаунта веб-издателя в системе AdRiver. Вход в систему
6. Добавление сайтов. Разделение сайтов на зоны
7. Дефолтные баннеры (заглушки аккаунта)
8. Получение и размещение HTML-кода
9. Создание рекламной кампании
10. Настройка рекламной кампании. Сценарии. Добавление баннеров
11. Слайс. Создание слайса и передача его в рекламную кампанию
12. Таргетинг
13. Распределение показов в течение дня
14. Статистика
15. Гостевой доступ. Делегирование
16. Участие в баннерообменных сетях
17. Размещение собственных и сторонних баннеров, если на площадке используется код poster
18. Размещение собственных и сторонних баннеров, если на площадке используется код AjaxJS
19. Определение причин, по которым не показывается баннер
20. Рекомендации по размещению HTML-кодов AdRiver
21. Учёт статистики рекламных статей через AdRiver
22. Пользовательские таргетинги
23. Обсчет спецпроектов, брендирования и других небаннерных размещений

1. Система AdRiver: чем она полезна именно вам

Система AdRiver представляет собой мощный инструмент управления и аудита рекламных кампаний. Существующая функциональность AdRiver позволяет владельцам сайтов предложить рекламодателям уникальные условия сотрудничества и более эффективно распоряжаться своим трафиком. В свою очередь рекламодатели получают возможность централизованного управления и контроля рекламных кампаний в Интернете.

Обратите внимание, что AdRiver не является ни баннерной сетью, ни партнёрской программой. Владельцы сайтов самостоятельно ищут партнёров и договариваются с ними об условиях сотрудничества. Система обеспечивает только техническую часть работы в рамках существующих договорённостей с партнёром и предоставляет статистическую информацию.

1.1. Функциональные возможности AdRiver

- Использование любых видов и форматов рекламных материалов. Система способна демонстрировать:
 - Обычные [графические баннеры](#) различных размеров (JPEG и GIF-файлы 468x60, 120x600, 240x400 и т.п.).
 - [Flash-баннеры](#) всех версий.
 - [HTML-баннеры](#) со встроенной графикой, HTML-формами, несколькими ссылками (с возможностью статистического учёта каждой отдельной ссылки).
 - [Pop-Up, Pop-Under](#) —рекламные модули, всплывающие над или под страницей сайта.
 - [Rich-media](#) — интерактивные flash-ролики, отображающиеся поверх содержимого страницы.
 - [TopLine](#) — баннер вверху страницы, занимающий всю ширину окна или сайта вне зависимости от разрешения экрана пользователя и размера окна.
 - [FullScreen](#) — страница с рекламным роликом появляется поверх основного сайта.
 - [MultiScreen](#) — демонстрация на одном рекламном месте нескольких баннеров без перезагрузки страницы.
 - [Текстовый блок](#) — баннеры, которые быстро загружаются браузером и, чаще всего, не содержат графики.
 - [ScreenGlide](#) — небольшой баннер, который раскрывается до своего полного размера при наведении на него курсора мыши.
 - [Видеобаннер](#) — баннер с подгружаемым видеофайлом.
 - [Парные баннеры \(синхронные\)](#) — баннеры с эффектами совместной работы.
 - [Топор](#) — угловой баннер.
 - [Топор с расхлопом](#) — угловой баннер, расхлопывающийся по наведению курсора мыши.
 - [FlashPoster](#) — рекламное место для этого формата не имеет фиксированного размера и поэтому на одном коде можно показывать баннер любого формата. Размер баннера вы задаете сами. Если по каким-либо причинам баннер отсутствует, рекламное место как бы «схлопывается» и не занимает место на странице.
 - [BackGround](#) — баннер — фоновое изображение веб-страницы.
 - [BackOver](#) — по наведению на баннер курсора мыши меняется фон веб-страницы.
 - [PictContext](#) — пиктограмма отображается по ключевому слову.
 - [Мультипанельный баннер \(MPU, FlyScreen, OverLay\)](#) — несколько взаимосвязанных flash-роликов.
 - [MediaText](#) — размерный HTML-баннер с тремя текстовыми блоками.
 - [Баннер нестандартного размера](#) — gif/html/flash-баннер нестандартного размера.
 - [SideKick](#) — баннер, сдвигающий контент сайта по наведению на него курсора мыши.
 - [PeelDown](#) — баннер, имитирующий отгибание края страницы.
 - [Радиобаннер](#) — баннер с подгружаемым аудиофайлом.
 - [ShowCase \(Витрина\)](#) — баннер с xml-контентом (изображения, текст).
 - [MenuOverlay](#) — баннер с каскадным меню.
 - [FlashFull](#) — размерный баннер раскрывается в FullScreen по наведению на него курсора мыши.

- [PoliteBanner](#) — «тяжёлый» баннер с промежуточным лёгким загрузчиком.
- [ScreenGlideMove](#) — баннер раскрывается по наведению на него курсора мыши, сдвигая контент страницы.
- [ExpandableMove](#) — растягивающийся баннер. Раскрывается при показе, сдвигая контент страницы.
- [ExpandableScreenGlideMove](#) — Expandable с элементами ScreenGlide, сдвигающий контент страницы.
- [XML-баннер](#) — подгружает XML-файл с баннером.
- [ExpandableScreenGlide](#) — Expandable с элементами ScreenGlide, закрывающий контент страницы.
- [CatFish](#) — баннер располагается внизу экрана по всей ширине страницы.
- [Погодный Виджет](#) — баннер с прогнозом погоды от gismeteo.ru.
- [Тизерный блок](#) — рекламный блок, содержащий от одного до десяти тизеров и слоганы к ним.
- [Баннер в приложении для iPhone/iPad](#) — подгружает XML с баннером.
- [Сессионный Poster](#) — баннер, показывающийся в течение определённой сессии.
- [LinkContext](#) — ключевые слова в указанном блоке на странице становятся ссылками и ведут на заданный URL.

И любые [другие](#) форматы — в зависимости от пожелания рекламодателя.

- Применение любых видов таргетинга:
 - *По времени:* время суток, дни недели, месяцы и другие временные интервалы, в том числе — по местному времени посетителя.
 - *По географии:* страны мира, города и регионы России (система AdRiver использует собственную наиболее актуальную в Рунете, постоянно обновляемую базу геозон).
 - *По интересам пользователя:* использование базы данных поисковых запросов для определения интересов и предпочтений посетителя ресурса.
 - *Сторонние базы данных:* система AdRiver способна интегрироваться с внешними маркетинговыми базами данных для настройки дополнительных параметров таргетирования аудитории.
 - *По технической информации:* тип браузера, операционная система.
 - *Использование сценариев:* каждый вид таргетинга может быть использован как самостоятельный, так и в любых сочетаниях — в том числе с использованием ограничений по уникальным посетителям.
- Введение ограничений по показам уникальным посетителям: по количеству показов или кликов одному уникальному пользователю для баннера, сценария и кампании, в том числе и одновременно. Существует возможность установить задержку между показами баннера одному уникальному пользователю, т.е. показывать баннер повторно не раньше, чем истечёт заданный интервал времени.
- Возможность обновления информации в режиме реального времени: все изменения, внесённые в рамках управления рекламной кампанией, вступают в силу немедленно. Статистика по кампаниям также функционирует в режиме real-time.
- Предоставление статистики и отчётности по рекламным кампаниям: стандартная статистика содержит основные данные рекламной кампании по уникальным посетителям, количеству показов, CTR, географии, охвату аудитории, распределения показов по различным временным интервалам.
Под конкретные запросы клиентов могут быть сформированы подробные отчёты. Они используются в ходе кампании и по её завершении для анализа успешности планирования, тем самым позволяя увеличить эффективность использования рекламного бюджета и отдачу от рекламы.

В основе измерений AdRiver лежат положения «Interactive Audience Measurement and Advertising Campaign Reporting and Audit Guidelines» от IAB в несколько более жёсткой версии применительно к отечественной специфике (приняты дополнительные меры по предотвращению накруток, повторных кликов, подлога и фальсификации результатов).

1.2. На технологии AdRiver реализованы:

- баннерообменная сеть RLE (Russian LinkExchange), сайт www.rle.ru;

- оператор селективной рекламы — «Соловей», сайт www.soloway.ru;

Обратите внимание на [партнёров системы AdRiver](#) — её используют ведущие новостные, почтовые, развлекательные и специализированные порталы.

2. Принципы работы системы AdRiver

Издатель размещает на своем сайте код вызова баннера. Когда на сайт заходит посетитель, браузер отправляет запрос системе на показ баннера.

Система получает информацию о рекламном месте (сайт, на котором должен произойти показ, страницу сайта, тип баннера и другие параметры), а также некоторые сведения о посетителе, которые могут быть использованы для таргетинга.

На основании полученных данных AdRiver начинает искать подходящий показ для сайта. Система перебирает все включённые слайсы, соответствующие этому рекламному месту и выбирает наиболее приоритетный. Включённому слайсу соответствует рекламная кампания, поэтому выбор слайса однозначно определяет выбор кампании.

Далее система пытается подобрать в этой кампании подходящий баннер. Если находит, то баннер показывается посетителю сайта. Если баннер в рекламной кампании не найден, то система выбирает другой слайс. Когда подходящие слайсы заканчиваются, система обращается к кампании по умолчанию. Она предназначена для утилизации остатков непроданного трафика.

Кампания по умолчанию (дефолтная кампания) есть у каждого издателя в системе AdRiver. Баннеры из неё показываются только в том случае, если не удалось показать ни одну из рекламных кампаний через слайсы.

Примечание: если вы не загрузите баннеры в дефолтную рекламную кампанию, то показываться будут заглушки системы, то есть для вас эти показы пропадут.

Передача рекламных мест или их частей осуществляется при помощи слайсов. Слайсы являются связующим звеном между рекламными местами сайта, с которых они выделены, и рекламными кампаниями, на которые они передаются.

3. Оплата использования системы AdRiver

3.1. Работа в системе AdRiver

Расчёт за пользование услугами системы AdRiver производится кредитами системы. Один кредит приравнивается к одному показу баннера. Покупка кредитов обязательна при проведении рекламных кампаний. Рекламная кампания имеет счёт, на который переводятся кредиты системы с вашего основного счёта.

Цена составляет 3 рубля за 1000 кредитов.

Кредиты вы можете приобрести в [коммерческом отделе](#).

В случае заключения договора на абонентское обслуживание, стоимость обслуживания варьируется в зависимости от трафика сайта.

[Рассчитать](#) предварительную стоимость услуг. Конечная стоимость устанавливается коммерческим отделом при заключении договора.

3.2. Знакомство с системой AdRiver

Для издателей предусмотрена возможность познакомиться с системой AdRiver без приобретения кредитов. Пробное бесплатное использование системы возможно для баннеров следующих форматов:

- 240x400;
- 468x60.

В этом случае услуги системы оплачиваются процентом трафика, за комиссию системы. Комиссия составляет 10%, то есть каждый десятый баннер на сайте издателя будет баннером системы AdRiver.

обеспечение, включая базы данных, полностью разработано в группе компаний [Internest](#).
Большинство программных модулей AdRiver работает на 64-х битной архитектуре, что позволяет добиться максимальной производительности.

5. Создание аккаунта веб-издателя в системе AdRiver. Вход в систему

5.1. Создание аккаунта веб-издателя

Аккаунт веб-издателя используется владельцами рекламных площадок в Сети для комплексного управления рекламным трафиком.

Чтобы начать работу в системе AdRiver, необходимо зарегистрироваться. Регистрация аккаунта веб-издателя бесплатная. Для регистрации зайдите на сайт AdRiver (<http://www.adriver.ru/>), выберите вкладку «Владельцам сайтов», в меню справа выберите «Регистрация».

На странице регистрации укажите e-mail, вам будет отправлено письмо с вопросами о регистрации в системе.

5.2. Вход в систему

Чтобы войти в систему, зайдите на сайт AdRiver (<http://www.adriver.ru/>), перейдите в раздел «Вход в систему», укажите ваш логин и пароль, нажмите «Войти». Сразу после входа заполните анкету.

ОГИН	Анкета	Сайты	Рекл.Кампании	Слайсы	Статистика Сайтов	Рекл.Агентства	Делегирован
/ Анкета							
Настройки интерфейса	Анкета. Поля, отмеченные *, обязательны для заполнения						
	Название организации:	<input type="text"/>	*				
	Краткое название организации (не более 9 символов)	<input type="text"/>	*				
	Имя владельца:	<input type="text"/>	*				
	Логин:	<input type="text"/>	*				
	E-mail:	<input type="text"/>	*				
	Новый пароль:	<input type="text"/>					
	Повторите новый пароль:	<input type="text"/>					
				Сохранить	Отменить		

Если нужно изменить настройки интерфейса, нажмите **Настройки интерфейса** в меню слева.

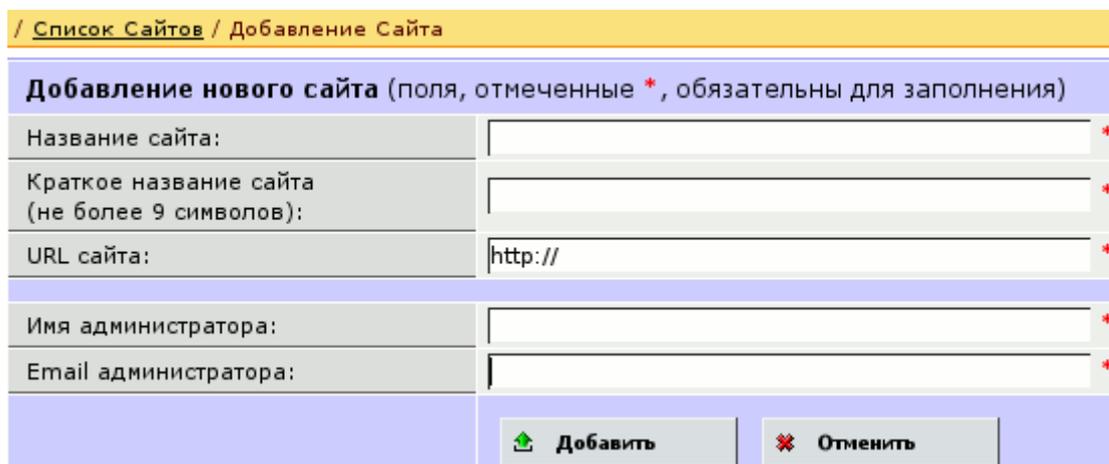
6. Добавление сайтов. Разделение сайтов на зоны

6.1. Добавление сайта

Для управления рекламным трафиком сайта необходимо зарегистрировать его в системе.

Чтобы добавить сайт, перейдите в раздел «Сайты» главного меню (вы увидите список собственных сайтов и делегированных вам сайтов).

Нажмите  **Добавить сайт** в меню слева. Заполните анкету сайта.



Обратите внимание на то, что «краткое название сайта» предназначено для показа в списках и таблицах. Поэтому необходимо, чтобы можно было легко отличить одно название от другого.

После заполнения анкеты нажмите  **Добавить**.

Все добавленные сайты можно просмотреть единым списком, а любую запись о сайте можно отредактировать или удалить.

Удаление сайта

Для удаления сайта перейдите в раздел «Сайты» главного меню. Перейдите на страницу редактирования сайта, кликнув по его названию в списке. В меню слева нажмите на кнопку *Удалить сайт*. В главном окне появится запрос на подтверждение удаления сайта из системы AdRiver. Также будет выведена информация о количестве активных слайсов, использующихся на этом сайте.

Если вы уверены в своих действиях, подтвердите удаление сайта, нажав на кнопку  **Удалить**.

В качестве наглядного пособия по работе предлагаем вам [видео демонстрации](#) работы с системой AdRiver.

6.2. Разделение сайтов на зоны

6.2.1. Принципы разделения сайта на зоны

Для того, чтобы на разных страницах сайта показывать различные рекламные кампании, в системе AdRiver предусмотрен механизм разделения сайта на зоны. Зона сайта в системе AdRiver — страница или группа страниц одного сайта, объединенных по какому-то логическому признаку, чаще всего по тематике и (или) посещаемости. Зона сайта, объединяющая страницы сайта по тематике называется тематической зоной сайта.

Признаки выделения страниц сайта:

- по тематике;
- ценовой признак;

- выделение доменов высокого уровня (поддоменов) в зоны сайта;
- выделение контрольных страниц.

Зону сайта, выделенную таким образом, можно использовать для таргетинга в рекламной кампании. Таргетинг рекламной кампании по зоне сайта гарантирует, что реклама будет показываться только на тех страницах сайта, которые относятся к выбранным зонам.

Выделение зон сайта — это, прежде всего, выделение определенной аудитории сайта. После создания зоны сайта, статистика по показам/кликам в ней учитывается отдельно.

Группировка страниц сайта по тематике

При тематической группировке в одну зону сайта объединяются страницы со схожим содержанием. Это позволяет выделить для рекламной кампании аудиторию сайта, которая интересуется данной тематикой. Сюда же относится деление страниц сайта по контексту информации (например, географическая принадлежность информации).

Группировка страниц сайта по ценовому признаку

При группировке по ценовому признаку в одну зону сайта объединяются страницы, которые имеют одинаковую цену за размещение рекламы. Это позволяет выделить несколько ценовых групп и продавать трафик этих зон за определенные суммы. Такой способ разделения сайта на зоны крайне нежелателен.

Выделение доменов высокого уровня (поддоменов) в зоны сайта

Выделение доменов высокого уровня сравнимо с группировкой страниц по тематике. В этом случае владельцы сайта на уровне администрирования сервера выделяют отдельный домен высокого уровня для страниц одной тематики.

Примеры:

1. каталог программ mail.ru: <http://soft.mail.ru/> (*soft* — домен третьего уровня);
2. новости mail.ru: <http://news.mail.ru/> (*news* — домен третьего уровня).

[Подробнее](#) о выделении поддоменов в зоны сайта.

Выделение контрольных страниц

Выделение контрольных страниц сайта позволяет решить следующие задачи:

- определить количество посетителей, которые дошли до этой страницы;
- показать этим посетителям соответствующие баннеры.

Для каждого конкретного сайта количество контрольных страниц определяется индивидуально. В общем случае целесообразно выделять не больше 6-8 контрольных страниц сайта.

После того, как вы логически определили, по какому признаку разделять сайт на зоны (то есть разделять аудиторию сайта), можно приступать к практическому разделению сайта на зоны в системе AdRiver.

Зона сайта в системе AdRiver имеет следующие атрибуты:

- *имя* — название зоны сайта в интерфейсе системы.

Пример: «Главная страница» или «Новости».

- *алиас* — идентификатор зоны сайта, который может быть указан в коде для сайта, как параметр. Алиас должен содержать только цифры, буквы английского алфавита, или символ подчеркивания, и не должен содержать русских букв, пробелов, кавычек, тире и специальных символов. Алиас может быть только один, нескольких зон сайта с одинаковыми алиасами быть не может.

Пример: «main_page» или «news».

- *шаблоны адресов* — шаблоны для определения принадлежности страницы сайта к зоне по рефереру. Количество шаблонов может быть до 10. Каждый шаблон может быть выключен, может быть включен с опцией «И» и «ИЛИ». Может быть инвертирован.

Пример: «/index.html» или «/news*»;

- *порядковый номер* — порядок просмотра зоны в списке.

6.2.2. Определение зоны сайта, в которой произошел показ

При создании зоны сайта автоматически создаётся дефолтная зона сайта. В эту зону засчитываются показы/клики, которые не попали ни в одну из созданных вами зон сайта.

Признаки, по которым система определяет, к какой зоне сайта относится показ.

1. Если алиас зоны сайта был явным образом указан в коде, и первый символ алиаса не равен «/» (см. [6.2.5. Выделение доменов высокого уровня \(поддоменов\) в отдельную зону сайта](#)), то все запросы засчитываются в этой зоне сайта без дополнительных проверок.
2. Если стоит общий [сайтовый код](#), то реферер из запроса проверяется на соответствие одному из шаблонов.

Шаблоны всех зон сайта просматриваются по-порядку и в случае совпадения всех условий шаблонов, запрос засчитывается в этой зоне. Если реферер не подошёл по шаблону ни одной зоне, то он засчитывается в дефолтной зоне сайта.

6.2.3. Использование шаблонов для задания зон сайта

Использование шаблонов позволяет системе на основании реферера автоматически определять к какой зоне сайта относится запрос.

Преимуществом использования шаблонов для задания зон сайта является удобство установки кода системы на страницах сайта, простота и универсальность. Достаточно один раз сгенерировать код, система автоматически определит к какой зоне сайта относится запрос.

К недостаткам этого метода задания зон сайта относится невозможность идентификации запросов с flash-сайтов, запросов без реферера, а также запросов, получаемых методом POST, где реферер не информативен.

При составлении шаблонов можно не только задавать логику обработки строк, но и использовать специальные символы.

Каждая строка шаблона может рассматриваться по одному из правил:

1. **ИЛИ** (объединение) — реферер должен удовлетворять хотябы одному шаблону с такой логикой.
2. **И** (пересечение) — реферер должен удовлетворять всем шаблонам с такой логикой.
3. **СООТВЕТСТВИЕ/НЕ СООТВЕТСТВИЕ** — задает поиск с включением или исключением шаблона в строке реферера.

Используя специальные символы можно указывать в шаблоне только часть адреса. Допускается использование следующих специальных символов:

- «*» заменяет любую последовательность произвольных символов;
- «?» заменяет один произвольный символ;
- «\» используется для кодирования специальных символов.

Адрес страницы в Интернете состоит из:

- протокола;
- домена;
- порта;
- пути;
- параметров.

Пример: для страницы вида: `http://foto.example.com:80/news/index.html?123&321`

- `http` — протокол;
- `foto.example.com` — домен;
- `80` — номер порта;
- `/news/index.html` — путь;

- 123&321 — параметры.

При задании шаблона зоны сайта, указывайте только путь и параметры, независимо от того, какой «URL Сайта:» указан в «Анжете Сайта». Домен указывать не надо.

Если адрес страницы содержит закладку (якорь), то его нельзя использовать для задания зон сайта. Якорь (символы в адресе страницы после #) не является частью адреса и не передаётся браузером в реферере (см. спецификацию [RFC 2396](#)).

Для задания зон сайта в этом случае используйте алиасы.

Примеры:

Зона сайта, включающая в себя все страницы, начинающиеся с /index, кроме страниц, начинающихся с /index/news	
Шаблоны зоны сайта	<ul style="list-style-type: none"> • <i>И СООТВ.</i> /index* • <i>И НЕ СООТВ.</i> /index/news*
Адреса страниц, которые попадут в заданную зону сайта	<ul style="list-style-type: none"> • /index.html • /index.php • /index/photo/news
Адреса страниц, которые не попадут в заданную зону сайта	<ul style="list-style-type: none"> • /index/news/index.html • /index/news/old/

Зона сайта, включающая в себя страницы, получаемые методом GET, с результатами поиска слов <i>moscow, petersburg, buy</i> и исключаящие слово <i>rent</i>	
Адрес страницы	<ul style="list-style-type: none"> • /search.php?region=moscow&type=buy&price=cat3
Шаблоны для зоны сайта	<ul style="list-style-type: none"> • <i>ИЛИ СООТВ.</i> /search.php\?region=moscow&type=buy* • <i>ИЛИ СООТВ.</i> /search.php\?region=petersburg&type=buy* • <i>И НЕ СООТВ.</i> /search.php\?region=*&type=rent*
Примечания	<ol style="list-style-type: none"> 1. Метод GET используется для запроса конкретного ресурса. В частности, он генерируется всякий раз, когда мы щёлкаем в окне браузера по гиперссылке. 2. Знак вопроса закодирован символом «\».

Важно. Иногда браузеры не передают реферер или передают его неверно. Количество таких запросов оценивается, как не превышающее одного процента от общего числа. Однако, это необходимо учитывать при выделении зон сайта, на которых продаётся статическое размещение или «дорогих» зон сайта, где *СРМ* выше, чем по сайту. Для таких разделов рекомендуется генерировать код с алиасами (например, на главную страницу).

Использование шаблонов позволяет системе на основании реферера автоматически определять к какой зоне сайта относится запрос.

Преимуществом использования шаблонов для задания зон сайта является удобство установки кода системы на страницах сайта, простота и универсальность. Достаточно один раз сгенерировать код, система автоматически определит к какой зоне сайта относится запрос.

К недостаткам этого метода задания зон сайта относится невозможность идентификации запросов с flash-сайтов, запросов без реферера, а также запросов, получаемых методом POST, где реферер не

информативен.

При составлении шаблонов можно не только задавать логику обработки строк, но и использовать специальные символы.

Каждая строка шаблона может рассматриваться по одному из правил:

1. **ИЛИ** (объединение) – реферер должен удовлетворять хотябы одному шаблону с такой логикой.
2. **И** (пересечение) – реферер должен удовлетворять всем шаблонам с такой логикой.
3. **СООТВЕТСТВИЕ/НЕ СООТВЕТСТВИЕ** – задает поиск с включением или исключением шаблона в строке реферера.

Используя специальные символы можно указывать в шаблоне только часть адреса. Допускается использование следующих специальных символов:

- «*» заменяет любую последовательность произвольных символов;
- «?» заменяет один произвольный символ;
- «\» используется для кодирования специальных символов.

Адрес страницы в Интернете состоит из:

- протокола;
- домена;
- порта;
- пути;
- параметров.

Пример: для страницы вида: *http://foto.example.com:80/news/index.html?123&321*

- *http* – протокол;
- *foto.example.com* – домен;
- *80* – номер порта;
- */news/index.html* – путь;
- *123&321* – параметры.

При задании шаблона зоны сайта, указывайте только путь и параметры, независимо от того, какой «URL Сайта:» указан в «Анкетe Сайта». Домен указывать не надо.

Примеры:

Зона сайта, включающая в себя все страницы, начинающиеся с /index, кроме страниц, начинающихся с /index/news	
Шаблоны зоны сайта	<ul style="list-style-type: none">• <i>И СООТВ.</i> /index*• <i>И НЕ СООТВ.</i> /index/news*
Адреса страниц, которые попадут в заданную зону сайта	<ul style="list-style-type: none">• /index.html• /index.php• /index/photo/news
Адреса страниц, которые не попадут в заданную зону сайта	<ul style="list-style-type: none">• /index/news/index.html• /index/news/old/

Зона сайта, включающая в себя страницы, получаемые методом GET, с результатами поиска слов <i>moscow, petersburg, buy</i> и исключают слово <i>rent</i>	
Адрес страницы	<ul style="list-style-type: none">• /search.php?region=moscow&type=buy&price=cat3

Шаблоны для зоны сайта	<ul style="list-style-type: none"> • <i>ИЛИ СООТВ.</i> /search.php\?region=moscow&type=buy* • <i>ИЛИ СООТВ.</i> /search.php\?region=petersburg&type=buy* • <i>И НЕ СООТВ.</i> /search.php\?region=*&type=rent*
Примечания	<ol style="list-style-type: none"> 1. Метод GET используется для запроса конкретного ресурса. В частности, он генерируется всякий раз, когда мы щелкаем в окне обозревателя по гиперссылке. 2. Знак вопроса закодирован символом «\».

Важно. Иногда браузеры не передают реферер или передают его неверно. Количество таких запросов оценивается, как не превышающее одного процента от общего числа. Однако, это необходимо учитывать при выделении зон сайта, на которых продается статическое размещение или «дорогих» зон сайта, где *СРМ* выше, чем по сайту. Для таких разделов рекомендуется генерировать код с алиасами (например, на главную страницу).

6.2.4. Использование алиасов для задания зон сайта

Алиас — это идентификатор зоны сайта в системе. Алиас указывается в коде для сайта, как параметр при явном выборе зоны сайта. Поэтому он должен содержать только цифры, буквы английского алфавита, или символ подчеркивания, и не должен содержать русских букв, пробелов, кавычек, тире и специальных символов.

Использование алиасов позволяет разделить на зоны flash-сайты и учитывать в статистике зоны сайта запросы без реферера.

Пример: при использовании алиаса в коде вызова баннера, в строке запроса необходимо указать параметр `&sz=имя_зоны`:

```

<!-- AdRiver code START Type: 970x90 Site: test SZ: index PZ: 0 BN: 0-->
<script language="javascript" type="text/javascript"><!--
var RndNum4NoCash = Math.round(Math.random() * 1000000000);
var ar_Tail='unknown'; if (document.referrer) ar_Tail =
escape(document.referrer);
document.write(
'<iframe src="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?'
+ 'sid=92926&sz=index&target=blank&bt=41&pz=0&rnd=' + RndNum4NoCash +
'&tail256=' + ar_Tail
+ '" frameborder=0 vspace=0 hspace=0 width=970 height=90 marginwidth=0'
+ ' marginheight=0 scrolling=no></iframe>');
//--></script>
<noscript>
<a href="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/click.cgi?
sid=92926&sz=index&bt=41&pz=0&rnd=322933377" target=_blank>
</a>
</noscript>
<!-- AdRiver code END -->

```

Примечание: в примере имя_зоны — index.

С помощью явного указания алиаса можно разделить сайт на зоны даже в том случае, когда сайт использует метод POST для передачи информации от клиента к серверу. Для таких сайтов в коде вызова баннера необходимо указать параметр `&sz=имя_зоны`.

Примечание: при использовании метода POST адрес страницы никак не позволяет определить ее содержимое.

Метод POST используется в следующих случаях:

- создание аннотаций к имеющимся ресурсам;
- отправка сообщения на доску объявлений, в группу новостей, список почтовой рассылки и т. п.;
- передача блока данных, например, результата заполнения формы, программе обработки данных;
- добавление записей в базу данных.

6.2.5. Выделение доменов высокого уровня (поддоменов) в отдельную зону сайта

Для того, чтобы выделить поддомен в отдельную зону сайта, выполните перечисленные ниже действия.

1. Сгенерируйте в интерфейсе системы код вызова баннера.
2. Вставьте в код системы строку:

```
(function(n){
    var l = window.location, a = l.hostname.split('.');
    a.splice(a.length-2, 2);
    window[n] = (a.length ? '/' + a.join('/') : '') + l.pathname +
    escape(l.search);
})('sz');
```

3. В строке запроса укажите параметр &sz='+sz+'.

Пример кода (изменения выделены красным):

```
<!-- AdRiver code START Type: 970x90 Site: test SZ: index PZ: 0 BN: 0-->
<script language="javascript" type="text/javascript"><!--
(function(n){
    var l = window.location, a = l.hostname.split('.');
    a.splice(a.length-2, 2);
    window[n] = (a.length ? '/' + a.join('/') : '') + l.pathname +
escape(l.search);
})('sz');
```

```
var RndNum4NoCash = Math.round(Math.random() * 1000000000);
var ar_Tail='unknown'; if (document.referrer) ar_Tail =
escape(document.referrer);
document.write(
'<iframe src="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?'
+ 'sid=92926&sz='+sz+'&target=blank&bt=41&pz=0&rnd=' + RndNum4NoCash +
'&tail256=' + ar_Tail
+ '" frameborder=0 vspace=0 hspace=0 width=970 height=90 marginwidth=0'
+ ' marginheight=0 scrolling=no></iframe>');
//--></script>
<noscript>
<a href="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/click.cgi?
sid=92926&bt=41&pz=0&rnd=322933377" target=_blank>
</a>
</noscript>
<!-- AdRiver code END -->
```

Переменная *sz* инициализируется следующим образом: в неё записывается символ «/», затем поддомены, затем адрес страницы, и затем часть URL после символа «?», включая символ «?».

Примеры.

1. Для сайта:

`http://foto.example.com/news/index.html?date=2009-09-16`

переменная `sz` будет иметь вид:

`sz=/foto/news/index.html%3Fdate%3D2009-09-16`

2. Для сайта:

`http://old.foto.example.com/news/index.html?date=2009-09-16`

переменная `sz` будет иметь вид:

`sz=/old/foto/news/index.html%3Fdate%3D2009-09-16`

В системе AdRiver предусмотрено, что если алиас зоны сайта начинается с символа «/», то такой алиас трактуется как реферер.

1. Таким образом, чтобы выделить в отдельную зону сайта `http://foto.example.com/news/index.html`, нужно в описании зоны сайта добавить шаблон:

И `COOTB. /foto/news/index.html.`

2. Чтобы выделить в отдельную зону сайта `http://old.foto.example.com/news/index.html`, нужно в описании зоны сайта добавить шаблон:

И `COOTB. /old/foto/news/index.html.`

Чтобы выделить в отдельную зону сайта URL-адреса вида:

`http://foto.example.com/news/index.html?date=2009-09-16`

`http://foto.example.com/news/index.html?date=2009-09-20`

`http://foto.example.com/news/index.html?date=2009-09-26`

Нужно добавить шаблон:

И `COOTB. /foto/news/index.html\?date=*`

Алиас при этом может быть любым.

6.2.6. Использование зон сайта для таргетинга

Таргетировать показы баннеров на зону сайта можно как в слайсе, так и в сценарии.

Таргетировать каждый слайс можно либо на одну зону сайта, либо на все, кроме одной зоны сайта. Если нужно таргетировать рекламную кампанию на несколько зон сайта, то передайте несколько слайсов в рекламную кампанию или настраивайте таргетинг в сценариях рекламной кампании.

Рекомендуем всегда, когда это возможно, настраивать таргетинг в слайсе.

6.2.7 Задание зоны сайта в интерфейсе AdRiver

Чтобы создать новую зону сайта, перейдите в список сайтов, выберите тот, на котором собираетесь создать зону и нажмите на кнопку  **Добавить зону сайта** внизу меню слева.

Вы увидите форму добавления тематической зоны сайта:

Добавить Тематическую Зону Сайта "primer"			
Название:		<input type="text"/>	
Условие попадания конкретного адреса в Зону:			
Алиас (если соответствует, то дальше не проверяется):		<input type="text"/>	
Выкл.	И/ИЛИ	СООТВ./НЕ СООТВ.	URL
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="text"/>
			<input type="button" value="Добавить"/> <input type="button" value="Отменить"/>

Заполните поля формы и нажмите на кнопку «Добавить».

7. Дефолтные баннеры (заглушки аккаунта)

7.1. Добавление дефолтных баннеров

Важный шаг — добавление дефолтных баннеров. Эти баннеры будут показываться на страницах вашего сайта, когда по каким-либо причинам не происходит показ баннеров рекламодателя (или, если баннеров рекламодателя временно нет).

Для добавления дефолтных баннеров, в главном меню выберите *Рекламные кампании*, затем выберите *Кампанию по умолчанию*. Внутри этой кампании есть стандартный сценарий *Дефолтовые баннеры*. Этот сценарий всегда присутствует в рекламной кампании, не может быть удален и для него нельзя настроить таргетинг. Для того, чтобы ваши показы не пропадали зря, в сценарии Дефолтовые баннеры должно быть по одному баннеру каждого из форматов, которые вы показываете на своем сайте. Баннеры из *Кампании по умолчанию* выбираются в любом случае и слайсы туда передавать не нужно.

Сценарии										<input type="checkbox"/> Показать таргетинги
Добавить баннер	ID	Сценарий	Баннеров	Активных баннеров	Макс. в день		Сегодня показов	Вчера показов	Всего показов	Удалить сценарий
					показов	кликов				
		Дефолтовые Баннеры	1	0	0	0	0/0/0.00%	0/0/0.00%	0/0/0.00%	
		Всего	1	0	0	0	0/0/0.00%	0/0/0.00%	0/0/0.00%	

Нажмите на кнопку и загрузите баннеры всех типов и размеров, которые вы предполагаете показывать, а также, при необходимости, отредактируйте их параметры. Включите эти баннеры.

При отсутствии дефолтных баннеров, будут показываться собственные баннеры AdRiver (т.е. для вас эти показы пропадут).

Если вы загрузили несколько дефолтных баннеров одинакового размера, вы можете выбрать, как часто показывать каждый из них. Для этого используется параметр, доступный только для дефолтных баннеров — *процент* (параметр не должен быть нулём). Задайте, какой процент дефолтных показов должен занимать каждый баннер. Помните о том, что сумма процентов всех включенных дефолтных баннеров одного размера должна равняться 100%.

Показ баннеров дефолтной рекламной кампании — вариант использования непроданного рекламного трафика.

7.2. Уровни заглушек в AdRiver

7.2.1. Заглушки нулевого уровня

Зажлушки нулевого уровня загружаются в *Рекламную кампанию по умолчанию для всего аккаунта*. В эту рекламную кампанию добавьте, загрузите и включите заглушки ВСЕХ типоразмеров для ВСЕХ сайтов вашего аккаунта.

Для баннеров типа *JavaScript* загружать заглушки не обязательно, так как они не занимают места на странице (Rich-media, Pop-Under) или умеют схлопываться (TopLine). Если же необходима демонстрация заглушек, то загрузите их.

Передавать слайсы в *Рекламную кампанию по умолчанию* не нужно. Баннеры из этой кампании показываются в том случае, когда невозможно показать ни один из баннеров рекламодателя. Если на аккаунте нет заглушек нулевого уровня, то показываются заглушки AdRiver (т.е. для вас эти показы пропадут).

Рекомендуем загрузить в эту кампанию такие заглушки, увидев которые вы сможете понять, что произошёл показ технически нулевой заглушки (то есть, существуют неполадки в открутке коммерческих кампаний и заглушек более высокого уровня).

7.2.2. Заглушки первого уровня

Зажлушки первого уровня загружаются в *Рекламную кампанию по умолчанию для сайта*.

Для каждого сайта создайте отдельную рекламную кампанию, в рамках которой будут показываться

заглушки именно для этого сайта. В эту кампанию передайте слайсы всех типоразмеров с данного сайта. Приоритеты для слайсов установите низкие, например, 1.

Порядок загрузки загрузок: в *Рекламной кампании по умолчанию* для сайта создайте отдельный сценарий, в него добавьте следующие баннеры:

- flash-заглушка: баннер типа *flash width x height* с приоритетом 1;
- стандартная заглушка для flash-баннера;
- gif-заглушка: баннер типа *img width x height* с приоритетом 0;

Включите все баннеры.

Как AdRiver производит выбор заглушки, если не показывается баннер рекламодателя:

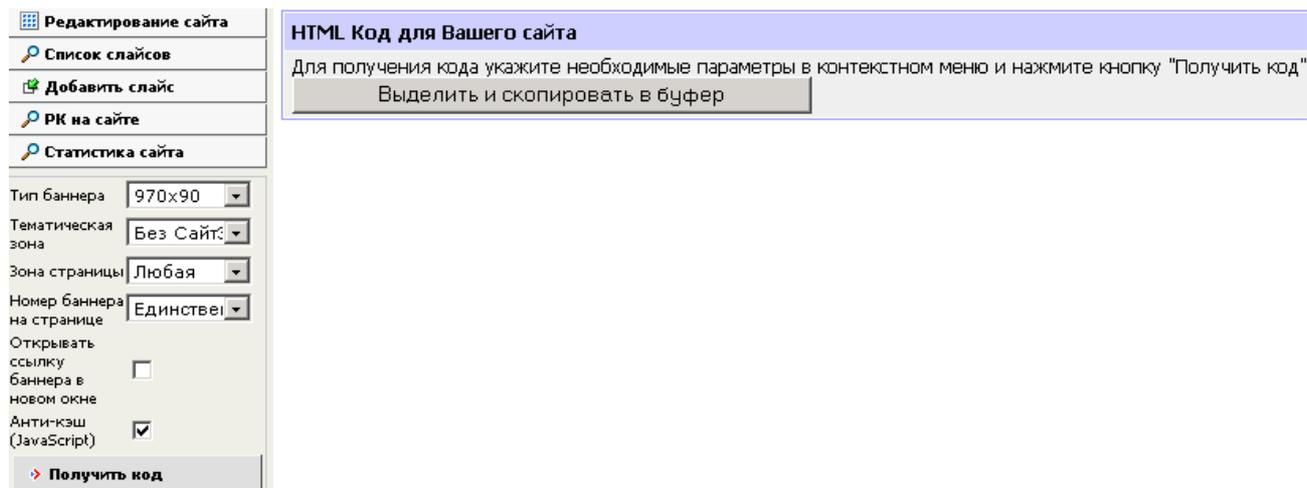
- если у посетителя сайта включены скрипты и есть flash-плагин, то покажется flash-заглушка с приоритетом 1;
- если у посетителя сайта включены скрипты, но нет flash-плагина, то покажется заглушка для flash-баннера;
- если у посетителя сайта отключены скрипты и нет flash-плагина, то покажется gif-заглушка с приоритетом 0.

8. Получение и размещение HTML-кода

После того, как вы добавили сайт, разместите на его страницах специальный HTML-код, который можно получить в системе. Для каждого из добавленных сайтов код свой, но для всех страниц отдельного сайта одинаковый. Возможны ситуации, когда требуется модификация HTML-кода, полученного через интерфейс системы. В качестве примеров редактирования HTML-кода можно привести «[Упрощённое размещение](#) нескольких кодов одного типа на странице» и «[Парные и непарные баннеры](#). Создание и настройка».

Код устанавливается один раз, а всё управление показом баннеров осуществляется через веб-интерфейс системы.

Чтобы получить HTML-код, перейдите в раздел «Сайты» главного меню, вы увидите список сайтов. Напротив нужного сайта в столбце HTML-код нажмите кнопку «HTML-код» (). Вы увидите форму получения HTML-кода.



В меню слева выберите:

- *Тип баннера* — формат баннеров, которые предполагается показывать (конкретный HTML-код может показывать баннеры только одного формата, выбранного здесь). Какие [типы баннеров](#) можно показывать на каждом из кодов системы.
- *Тематическая зона (без сайтзон, указать зону сайта)* — в некоторых случаях бывает нужно указать зону сайта напрямую в коде баннера.
- *Зона страницы (любая, верх, середина, низ)* — обычно на странице есть три зоны для баннеров: верх, середина и низ. В каждой могут быть показаны баннеры нужного формата. Если вы предполагаете размещать несколько баннеров одного размера на одной странице, то укажите зону страницы при получении HTML-кода. Такое размещение используется не часто для настройки сложных таргетингов. Возможно увеличение количества зон страницы по запросу в службу [технической поддержки](#).
- *Номер баннера на странице (единственный, 1..10)* — указывается в том случае, когда вы размещаете несколько баннеров одного размера на одной странице. Возможно увеличение количества баннеров на странице. Эта возможность оговаривается с [коммерческим отделом](#) и со службой технической поддержки.
- *Открывать ссылку баннера в новом окне* — если отмечено, то при клике по баннеру страница, на которую он ведёт, будет открываться в новом окне браузера.
- *Анти-кеш (JavaScript)* — должно быть отмечено (даже если у пользователя выключен JavaScript, он увидит баннер, а проблем с кешированием баннеров браузером или прокси-сервером будет меньше).

Нажмите . На странице появится поле с HTML-кодом:

HTML Код для Вашего сайта

```
<!-- AdRiver code START Type: 970x90 Site:          PZ: 2 BN: 6-->
<script language="javascript" type="text/javascript"><!--
var RndNum4NoCash = Math.round(Math.random() * 1000000000);
var ar_Tail='unknown'; if (document.referrer) ar_Tail = escape(document.referrer);
document.write(
'<iframe src="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?'
+ 'sid=94499&bn=6&target=blank&bt=41&pz=2&rnd=' + RndNum4NoCash + '&tail256=' + ar_Tai
+ ' frameborder=0 vspace=0 hspace=0 width=970 height=90 marginwidth=0'
+ ' marginheight=0 scrolling=no></iframe>');
//--></script>
<noscript>
<a href="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/click.cgi?sid=94499&bn=6&bt=41&pz=2&rnd=526607099" ta

<!-- AdRiver code END -->
```

Выделить и скопировать в буфер

Посмотреть пример исполнения кода в отдельном окне

Примечание: код, полученный вами, может отличаться от приведённого выше.

Скопируйте его, нажав на кнопку **Выделить и скопировать в буфер** и аккуратно вставьте код на страницы сайта.

После установки кода и правильной настройки аккаунта, вы увидите на страницах сайта дефолтные баннеры, добавленные вами ранее. Если вы не видите дефолтных баннеров, то необходимо проверить [настройки рекламной кампании](#).

9. Создание рекламной кампании

Все показы баннеров в системе AdRiver происходят только в рамках какой-либо рекламной кампании. Рекламная кампания содержит информацию о баннерах, сценариях показов баннеров, количестве кредитов, переданных в распоряжение рекламной кампании и рекламных местах, на которых могут производиться показы баннеров. Для передачи части трафика сайта в рекламную кампанию используются слайсы.

Для того, чтобы добавить рекламную кампанию, перейдите в раздел «Рекл. Кампании» главного меню (вы увидите список рекламных кампаний).

Нажмите  **Добавить кампанию** в меню слева.

Заполните анкету рекламной кампании.

Добавление Рекламной кампании (AD). Поля, отмеченные * обязательны к заполнению	
Название Кампании:	<input type="text" value="mar_09_Name_Sample"/> *
Краткое Название Кампании (не больше 9 символов):	<input type="text" value="mar09Samp"/> *
Имя Владельца:	<input type="text" value="administrator"/> *
Email Владельца:	<input type="text" value="administrator@adriver.ru"/> *
Включить	<input checked="" type="checkbox"/>
Использовать общие кредиты	<input checked="" type="checkbox"/>
Кредит	<input type="text" value="0"/>
В этой кампании предполагается использование кликовых баннеров	<input checked="" type="checkbox"/>
Делегировать эту кампанию с правами на просмотр пользователю	<input type="text" value="User1"/> логин <input type="text"/> ID пользователя <i>указать логин ИЛИ ID пользователя</i>
Скрыть иконки, сигнализирующие о проблемах в настройках сценария:	<input type="checkbox"/>
<input type="button" value="Добавить"/> <input type="button" value="Отменить"/>	

Обратите внимание, что «краткое название кампании» предназначено для показа в списках и таблицах, поэтому необходимо, чтобы можно было отличить одно название от другого.

По умолчанию, созданная рекламная кампания будет сразу включена (галочка «включить»). Можно указать сколько кредитов переводится на данную кампанию («кредиты»).

Когда в рекламной кампании происходят показы баннеров, число кредитов на счёте этой кампании с каждым показом уменьшается. Если кредитов нет, показы в данной кампании прекращаются. Рекламная кампания также может автоматически снимать кредиты с общего счёта (для этого отметьте «Использовать общие кредиты»).

Вы можете сразу делегировать создаваемую кампанию с правами на просмотр, указав логин либо ID пользователя.

После того, как вы заполните анкету, нажмите на кнопку *Добавить*. Вы перейдёте сразу к следующему этапу — редактированию рекламной кампании (включая создание сценариев, добавление баннеров и т.д.).

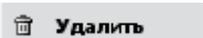
Удаление рекламной кампании

Для удаления рекламной кампании перейдите в раздел «Рекл. кампании» главного меню.

Перейдите на страницу редактирования кампании, кликнув по её названию в списке рекламных кампаний. В меню слева нажмите на кнопку *Удаление кампании*.

Вам будет выдано предупреждение, с указанием количества активных слайсов, баннеров и сценариев для этой кампании. Все слайсы в этой рекламной кампании будут освобождены, все баннеры и сценарии, относящиеся к рекламной кампании, будут удалены.

Если вы решили не удалять рекламную кампанию — нажмите .

Подтвердите удаление, нажав . Вы увидите сообщение о том, что кампания удалена, а также информацию о количестве освобождённых слайсов и удаленных баннеров и сценариев (созданных ранее в рамках этой кампании).

10. Настройка рекламной кампании. Сценарии. Добавление баннеров

Чтобы перейти к настройке рекламной кампании, кликните по её названию.

Сценарий — это набор настроек таргетинга для одного или группы баннеров. Сценарии создаются внутри рекламной кампании. Создание сценария включает в себя настройку фокусировок и добавление баннеров в сценарий.

10.1. Добавление и редактирование сценария

Для добавления нового сценария перейдите в список сценариев:

Сценарии							
Добавить баннер	ID	Сценарий	Баннеров	Активных Баннеров	Макс. в день		Сегодня
					показов	кликнов	
		Дефолтовые Баннеры	2	0	0	0	0 / 0 / 0,00%
Всего			2	0	0	0	0 / 0 / 0,00%

Добавить новый сценарий/сценарии: и скопировать в него настройки из сценария: Не копировать **Добавить**

каждая строчка - название нового сценария

В поле «Добавить новый сценарий» (внизу списка) введите имя нового сценария. Чтобы добавить несколько сценариев сразу, введите название каждого сценария в новой строке. Для перехода на следующую строку используйте клавишу *Enter*. Если в селекторе справа будет указано «Не копировать», то новый сценарий будет пустым. Однако, можно указать из какого сценария копировать настройки. В этом случае новый сценарий скопирует настройки существующего. Нажмите **Добавить** и вы увидите, что ваш сценарий появился в списке сценариев.

Для редактирования сценария кликните по его названию в списке, вы увидите форму редактирования сценария.

Выкл.	И	ИЛИ	НЕ	Название Сценария:	scenarii
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<u>День недели и час дня:</u>	Не типовой таргетинг
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<u>День месяца:</u>	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<u>Географические зоны:</u>	Не типовой таргетинг
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<u>Время:</u>	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<u>Организации:</u>	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Тип соединения:	Не типовой таргетинг
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<u>Зоны сайтов:</u>	Не типовой таргетинг
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<u>Таргетинг по браузерам:</u>	Не типовой таргетинг
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<u>Таргетинг по операционным системам:</u>	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<u>Таргетинг по ключевым словам:</u>	
			<input type="checkbox"/>	Использовать локальное время показа	
Сохранить логику				Сохранить типовые таргетинги	
				Переименовать этот сценарий с новым именем: <input type="text" value="scenarii"/>	Переименовать
				Копировать этот сценарий в новый: <input type="text" value="scenarii_copy"/>	Копировать
				Экспортировать сценарий в другую РК:	Экспортировать сценарий

Далее перечислены таргетинги. Они используются для фокусировок баннеров на определённую аудиторию (по времени, географии и т.д.). Для настройки каждого вида таргетинга нужно кликнуть по его названию. Сделав изменения в настройках таргетинга, не забудьте нажать на кнопку

Сохранить

Справа расположены селекторы типовых таргетингов. Они позволяют вместо детальной настройки таргетинга выбрать один из нескольких популярных вариантов (например, «Москва+Санкт-Петербург», если нужно показывать баннеры только посетителям из Москвы и Санкт-Петербурга). Их состояние сохраняется кнопкой **Сохранить типовые таргетинги**

Для того, чтобы можно было накладывать сразу несколько ограничений, слева от каждого таргетинга есть переключатели «И», «ИЛИ», «НЕ» (логика). Если данный таргетинг не используется, его нужно выключить, выбрав «Выкл.».

Если нужно, чтобы действовали одновременно несколько ограничений, выберите «И» перед всеми таргетингами, которые должны быть задействованы.

«ИЛИ» разрешает показ баннеров в том случае, если посетитель подходит по одному из выбранных таргетингов ИЛИ по другому выбранному.

При помощи «НЕ» можно поменять смысл таргетинга на противоположный. Например, если выбраны «НЕ» «Москва+Санкт-Петербург», то баннеры будут показываться посетителям из всех городов и стран кроме Москвы и Санкт-Петербурга.

Состояние переключателей (и только их) сохраняется кнопкой  .

Установленная галочка «Использовать локальное время показа» означает, что при работе таргетинга «По дням и часам» будет использоваться локальное время посетителя сайта. Если галочка не установлена — московское время.

[Подробнее](#) обо всех видах таргетинга.

Ниже присутствует еще несколько полей и кнопок, позволяющих упростить работу со сценариями.

Все операции производятся над текущим сценарием!

- *Переименовать этот сценарий с новым именем* — простое переименование текущего сценария.
- *Копировать этот сценарий в новый* — создается новый сценарий, представляющий собой копию настроек текущего.
- *Импортировать настройки из другого сценария* — текущий сценарий становится копией указанного.
- *Экспортировать сценарий в другую РК* — копирование текущего сценария в указанный сценарий другой рекламной кампании (с замещением). Вам будет предложено ввести название сценария и кампании, в которые будет произведено копирование.

Удаление сценария

Для того, чтобы удалить сценарий, перейдите в список сценариев. Нажмите на кнопку  в колонке

«Удалить сценарий» напротив сценария, который вы хотите удалить. Сценарий будет удален.

Все баннеры из удалённого сценария будут выключены и перемещены в сценарий «Дефолтовые баннеры».

Чтобы удалить и их, напротив сценария «Дефолтовые баннеры» кликните по цифре в колонке «Баннеров». Вы увидите список баннеров. Для удаления баннеров поставьте галочку в блоке «Удалить» и нажмите на кнопку  .

10.2. Добавление и удаление баннеров. Редактирование параметров баннеров

Добавьте баннер, нажав на кнопку «Добавить баннер» () , которая есть возле каждого сценария, в этом случае баннер по умолчанию попадает в нужный сценарий. Также вы можете воспользоваться кнопкой  **Добавить баннер** в меню слева.

Вы увидите страницу добавления баннеров:

Тип Баннера:	Ширина px	Высота px	Тип
		special	200
	970	60	html468x60
	800		img468x60
	728		
	600		
	500		
	468		
	375		
	350		
	336		
	320		
	300		
	240		
	234		
	200		
	180		
	179		
	160		
	150		
	131		
	125		
	120		
	100		

Сценарий:

Линк Баннера:

Альтернативный текст:

Location Баннера:

Задайте размеры баннера и его тип.

Ширину *special* используйте в том случае, если вы хотите добавить баннеры типа Rich-media, JavaScript, Pop-Under и т. д..

Выберите один из стандартных вариантов высоты и ширины, и тип баннера. Вы можете [добавить](#) баннер, размер которого не указан в списке типов баннеров.

- В поле *Линк баннера* впишите URL (адрес), куда должен попадать посетитель, кликнувший по баннеру (не забудьте «http://» в начале строки).
- В поле *Альтернативный текст* можно указать текст, который будет показываться при наведении на баннер курсора мыши, а также вместо баннера, если у посетителя в браузере выключена загрузка изображений. **Не используйте в поле *Альтернативный текст* буквы русского алфавита.** Используйте [конвертер](#).
- В поле *Location* укажите путь к файлу, если вы загружаете баннеры со стороннего сервера (например, <http://www.example.com/banners/mybanner.gif>). Если вы загружаете компоненты баннера со своего компьютера, оставьте поле *Location* пустым.

Нажмите .

Вы увидите страницу настройки параметров баннера.

Кликните по [Загрузить баннер](#) и загрузите основные компоненты вашего баннера. Правильно указывайте версию flash-плагина при загрузке flash-баннеров и flash-компонентов других баннеров.

После этого можно приступить к редактированию параметров баннера.

Id Баннера: 416982  	
Комментарий к баннеру:	<input type="text"/>
Вкл./Выкл.:	<input checked="" type="checkbox"/>
Тип баннера:	320x180(Flash320x180)
Дата старта показа (DD/MM/YYYY):	07.03.08 00:00
Дата окончания показа (DD/MM/YYYY):	30.12.20 00:00
Приоритет:	*0 (мин.) <input type="text"/>
Распределение в течение дня:	<input checked="" type="radio"/> Равномерное <input type="radio"/> С макс. скоростью
<p>Если распределение в течение дня равномерно, то ограничение по показам в день рассматривается как показатель скорости показа баннера. Если ограничение по показам в день нулевое и распределение в течение дня равномерно, то ограничение по кликам в день (даже нулевое) рассматривается как показатель скорости показа баннера. Внимание!!! Если ограничения по показам в день и по кликам в день нулевые и не поставлена максимальная скорость показов, то баннер показываться НЕ БУДЕТ.</p>	
Максимальное кол-во показов	в день: <input type="text" value="0"/>
	всего: <input type="text" value="0"/>
Максимальное кол-во кликов	в день: <input type="text" value="0"/>
	всего: <input type="text" value="0"/>
Максимальное кол-во показов уникальному пользователю	в день: <input type="text" value="0"/>
	в неделю: <input type="text" value="0"/>
	в месяц: <input type="text" value="0"/>
Дополнительно	Максимальное кол-во кликов уникальным пользователем всего: <input type="text" value="0"/>
	Минимальный интервал между показами уникальному пользователю в сек.: <input type="text" value="0"/>
Ограничения по уникальным пользователям	выключены
События:	<input type="button" value="Показать"/>
Url ссылки:	<input type="text" value="http://"/>
Альтернативный текст:	<input type="text" value="AdRiver"/>
Сценарий:	* one (ID: 216546) <input type="text"/>
Открывать ссылку баннера в новом окне:	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="Сохранить"/>	
<input type="button" value="Копировать"/>	

- *Комментарий к баннеру* — здесь можно написать несколько слов комментария. Он не показывается нигде, кроме данной формы.
- *Вкл./Выкл.* — поставьте галочку, если хотите включить баннер. Уберите её, если хотите выключить.
- *Дата старта показа/Дата окончания показа* — в какой промежуток времени разрешено показывать баннер.
- *Приоритет* — приоритет показа баннера. 0 — минимальный, 9 — максимальный.
- *Распределение в течение дня* — можно выбрать, как будут распределяться показы баннера («равномерно в течение дня» или «с максимальной скоростью»).
- *Максимальное количество показов в день* — лимит показов в день.
- *Максимальное количество показов всего* — лимит показов всего.
- *Количество показов баннера уникальному пользователю в день, в неделю и в месяц* — если вы не желаете использовать этот вид таргетинга, оставьте поля равными нулю.

Большое значение может также иметь минимальное время, в течение которого нельзя показывать один и тот же баннер уникальному пользователю. Например, временная задержка

показов баннеров Rich-media.

- **События** — ограничения на количество событий (всего и за день) и минимально допустимый интервал между ними (по каждому из десяти возможных событий). Обычно используется только первое событие.

		Скрыть				
№	Интервал (сек)	Максимум	Максимум за день	Сегодня	Вчера	Всего
1	0	5000	2000	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0
8	0	0	0	0	0	0
9	0	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0

- **URL ссылки** — куда должен осуществляться переход при клике на этот баннер.
- **Альтернативный текст** — текст, который показывается при наведении мыши на графический баннер, или вместо баннера, если в браузере у посетителя сайта выключена загрузка изображений.
- **Сценарий** — если хотите переместить баннер в другой сценарий, выберите нужный.
- **Открывать ссылку баннера в новом окне** — поставьте галочку, если хотите чтобы при клике по баннеру указанный в «URL ссылки» сайт открывался в новом окне. Уберите галочку, если хотите, чтобы он открывался в текущем окне.

После того, как сделаны необходимые настройки и загружены компоненты баннера, нажмите



При необходимости вы можете включить, выключить баннер или отредактировать его параметры. Для этого перейдите в раздел главного меню «Рекл.Кампании» (вы увидите список рекламных кампаний). Перейдите в выбранную рекламную кампанию, кликнув по её названию. Вы увидите список сценариев. Теперь решите, какие баннеры вас интересуют:

- Если все, которые есть в данной рекламной кампании, нажмите **Список баннеров** в меню слева.
- Если все, которые есть в выбранном сценарии, нажмите на цифру в колонке «Баннеров» данного сценария.
- Если только активные (т.е. включённые), которые есть в выбранном сценарии, нажмите на цифру в колонке «Активных баннеров» данного сценария.

Вы увидите страницу, на которой отображаются все баннеры.

Комментарий: red.jpg red.png

Загрузить баннер

ID Баннера: 341073	Вкл. <input checked="" type="checkbox"/>	Удалить <input type="checkbox"/>	редактировать	копировать	статистика	статистика событий	HTML-код	Zero-Pixel
Тип Баннера: 234x60(img234x60)	URL Баннера: http://www.adriver.ru							
Статистика	Сегодня	Вчера	Всего					
Показы / Клики / CTR%	0 / 0 / 0,00%	1 / 0 / 0,00%	105 / 5 / 4,76%					
Сценарий:	*bn1		Редактировать Сценарий					
Приоритет:	*0							
Дата (DD.MM.YYYY)	Старт показа: 03.08.07 00:00		Окончание показа: 30.12.20 00:00					
Распределение в течение дня:	<input type="radio"/> Равномерное <input checked="" type="radio"/> С макс. скоростью							
Максимальное кол-во показов	в день: 0		всего: 0					
Максимальное кол-во кликов	в день: 0		всего: 0					
Максимальное кол-во показов уникальному пользователю	в день: 0		в неделю: 0			в месяц: 0		
Дополнительно	Максимальное кол-во кликов уникальным пользователем всего: 0			Минимальный интервал между показами уникальному пользователю в сек.: 0				
Ограничения по уникальным пользователям	выключены							
Статус Зеркал:	<input checked="" type="checkbox"/>							

Здесь вы можете:

- *Удалить* — поставьте галочку, если хотите удалить баннер.
- *Редактировать* — позволяет редактировать отдельный баннер;
- *Статистика* — нажмите, чтобы посмотреть статистику по баннеру;
- *Статистика событий* — нажмите, чтобы посмотреть статистику событий по баннерам (например, Rich-media и некоторым другим форматам);
- *Сценарий* — если хотите переместить баннер в другой сценарий, выберите нужный.

Некоторые параметры можно отредактировать непосредственно здесь, нажав после изменений

 Сохранить

Для того, чтобы показывать баннеры рекламной кампании, вы должны перевести на счёт этой рекламной кампании соответствующее количество кредитов системы AdRiver.

Перейдите в список рекламных кампаний. В верхней строчке главного окна вы увидите соответствующую форму. Введите необходимое количество кредитов, выберите рекламную кампанию, на которую нужно их передать и нажмите на кнопку .

Вы можете поставить галочку в поле «Использовать общие кредиты» напротив выбранной рекламной кампании, тогда кредиты будут сниматься с общего счёта.

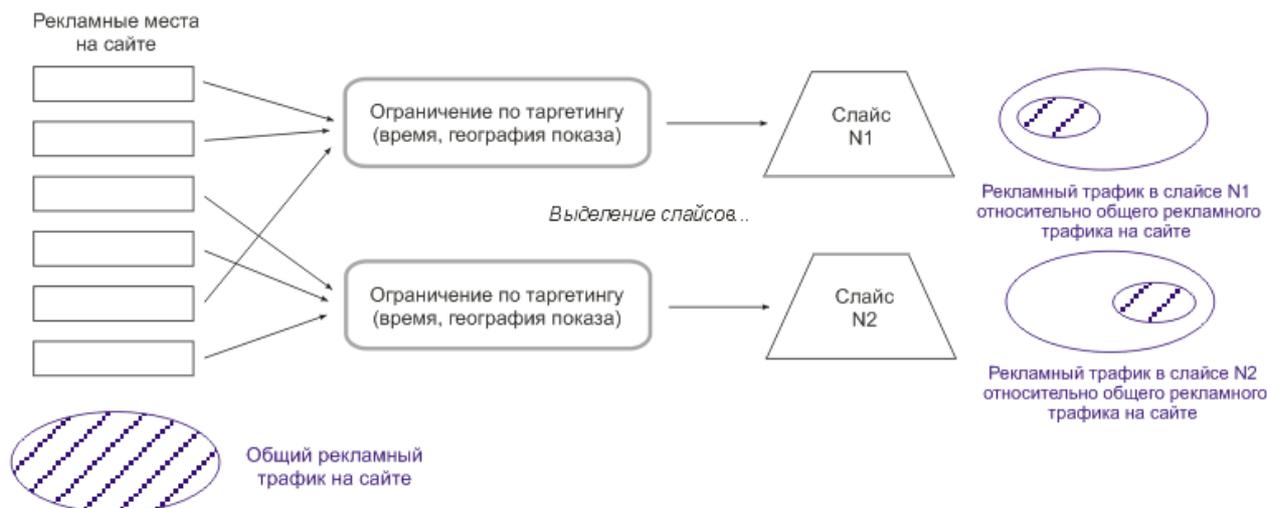
Рекламная кампания готова для показа баннеров.

11. Слайс. Создание слайса и передача его в рекламную кампанию

11.1. Слайс

Когда на сайт заходит посетитель, его браузер обращается к системе за баннером. Все баннеры находятся в рекламных кампаниях. Таким образом, первая задача AdRiver — выбрать подходящую рекламную кампанию.

Для этого с сайта в рекламную кампанию необходимо передать слайс. Слайс предоставляет в распоряжение кампании рекламные места с сайта. Его можно сравнить с договором на использование рекламных мест. «Кампании sample разрешается показывать свои баннеры в середине сайта example.com». Выбор слайса однозначно определяет выбор рекламной кампании.



Слайс в системе AdRiver — это способ передачи определённой части трафика. Слайс можно передать в свою рекламную кампанию или рекламному агентству.

Слайс содержит следующие параметры:

- описание рекламного места:
 - тип баннера;
 - тематическая зона сайта;
 - зона страницы;
 - номер баннера на странице.

Например, сайт example.com, баннер 120x300, главная страница, верх. Или сайт example.net, баннер 468x60, любая страница, любое положение на странице.

Для слайса задается дата начала и окончания показов, количество показов. Кроме того, в слайсе можно указывать таргетинг.

- таргетинг по времени дня и дню недели. Вы можете, например, установить рекламное место только на время с 8:00 до 14:00;
- таргетинг по числам месяца;
- таргетинг по географии;
- время начала и окончания показов;
- занимаемая часть трафика.

С одного рекламного места может быть выделено несколько слайсов.

Слайсы, выделенные с одного рекламного места с таргетингами, полностью либо частично совпадающими, будем называть слайсами с пересекающимся таргетингом.

В случае наличия слайсов с пересекающимся таргетингом возникает необходимость выбора одного из них. Введение слайсов различных видов и типов, различающихся приоритетом, решает эту задачу.

11.2. Виды слайсов: коммерческие и некоммерческие

Слайсы подразделяются на коммерческие и некоммерческие:

- *коммерческие слайсы* — слайсы, расчёт за показы в которых производится только кредитами системы.
- *некоммерческие слайсы* — слайсы, расчёт за показы в которых может быть произведен процентом трафика.

Сначала выполняются показы в коммерческом слайсе, затем в некоммерческом.

Все слайсы, переданные рекламным агентствам и на собственные рекламные кампании, являются коммерческими.

Передать в рекламную кампанию некоммерческий слайс возможно только при [знакомстве](#) с системой AdRiver. При этом расчёт за показы производится процентом трафика.

Типы слайсов: процентные, числовые и дефолтные; очередность слайсов

В системе AdRiver различаются три типа слайсов каждого вида:

- процентные;
- числовые;
- дефолтные.

Процентные слайсы — слайсы, которые выделяются в процентах от трафика, удовлетворяющего условиям таргетинга.

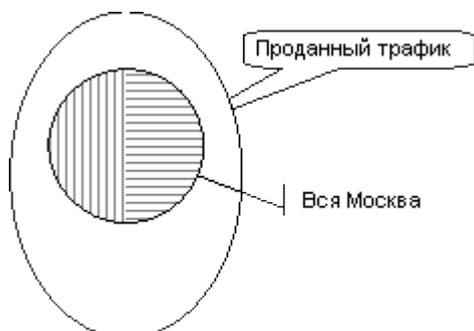
Создавая процентный слайс, издатель передаёт в рекламную кампанию определённую долю трафика в процентах. При этом за 100% в коммерческом слайсе принимается весь трафик, соответствующий ограничениям таргетинга. Некоммерческий трафик составляет 100% от того, что осталось после выполнения всех коммерческих слайсов.

Пример работы с процентными слайсами: выделение из общего трафика сайта половины трафика на Санкт-Петербург.

Для этого необходимо настроить таргетинг на Санкт-Петербург. Общий трафик сайта разделится и часть этого трафика с таргетингом на Санкт-Петербург — это 100% подходящего по таргетингу трафика. Разделим этот 100% подходящий трафик на две равные части. Одна часть этого трафика — это и есть необходимые 50% трафика на Санкт-Петербург. Его нужно передать в рекламную кампанию. Оставшиеся 50% — это комплементарный слайс, то есть дополнение любого процентного слайса до 100%.

Примечания:

- когда на одно рекламное место с одним таргетингом претендуют несколько компаний, необходимо создавать одну группу слайсов с одним комплементарным;
- подходящий по таргетингу, но не нужный трафик необходимо утилизировать;
- на одно рекламное место с одинаковым таргетингом не могут претендовать две группы слайсов;
- процентный слайс — это всегда группа слайсов.



Пример (см. рисунок выше): выделен и продан рекламному агентству коммерческий процентный слайс с таргетингом на Москву и объемом показов 50%. Все показы посетителям не из Москвы остаются у издателя, баннеры рекламного агентства им показываться не будут. Заштрихованная часть

трафика — это те показы, которые соответствуют условиям таргетинга. Для коммерческого слайса эта заштрихованная часть составляет 100%. Из них рекламному агентству принадлежит половина (на рисунке эта часть показов обозначена горизонтальной штриховкой). Вертикальной штриховкой обозначены непроданные показы посетителям из Москвы. Теперь издатель может выделить коммерческий процентный слайс на 100% и в него попадут все показы, кроме уже проданных. На рисунке 100% трафика сайта — это и незаштрихованная и обозначенная штриховкой части.

Комплементарным называется слайс, дополняющий выделенный процентный (или дефолтный) слайс до 100% с тем же таргетингом.

Комплементарный слайс создается автоматически при создании процентного или дефолтного слайса. Он может быть пустым. Показы, происходящие в комплементарном слайсе, это абстракция. Комплементарный слайс не принадлежит ни к какой рекламной кампании, никакие баннеры в нем показываться не могут. Это просто подсчёт количества показов, которые могли бы по таргетингу попасть в процентный слайс, но не попали. Либо потому, что по-процентному соотношению не попали, либо дошли до рекламной кампании, но не показались там. Если в процентном слайсе показы не происходят, но происходят в комплементарном к нему — это может служить сигналом к тому, что неверно настроена рекламная кампания.

Также для группы процентных слайсов вы можете выбрать, куда перераспределять показы при невозможности показать в выбранном слайсе. То есть, если выбран процентный слайс, но показать баннер в кампании не удастся, что следует делать, выбрать другой процентный слайс в той же группе или отказаться от показа.

Числовые слайсы — слайсы, в которых количество показов ограничивается числом.

Согласно заданному максимальному количеству показов в день, AdRiver пытается показывать баннеры с наиболее оптимальной частотой так, чтобы за сутки показать именно столько, сколько заказано.

При этом следует помнить, что **если заказанное число показов в день превышает возможности рекламного места, заказ выполнен не будет.**

Числовые слайсы могут иметь разный приоритет (9 — наивысший, 0 — низший). Это позволяет определить очерёдность выбора нескольких числовых слайсов с пересекающимся таргетингом.

Примечание: при выделении числовых слайсов комплементарных не образуется.

Дефолтные слайсы — слайсы, которые выбираются в том случае, когда показ не был соотнесен ни с одним из процентных и числовых слайсов, если после этого осталась неизрасходованная часть трафика рекламного места, удовлетворяющего условиям таргетинга.

Дефолтные слайсы аналогичны процентным с той лишь разницей, что они выполняются после того, как выполнены все процентные и все числовые слайсы. Дефолтные слайсы задаются в процентах от оставшейся неиспользованной доли трафика. За 100% принимается весь остаток трафика рекламного места, который удовлетворяет условиям таргетинга .

Очерёдность просмотра слайсов

- процентные коммерческие слайсы;
- числовые коммерческие слайсы в порядке приоритетов от 9 до 0 (9 — наивысший приоритет, 0 — низший);
- дефолтные коммерческие слайсы;
- процентные некоммерческие слайсы;
- числовые некоммерческие слайсы;
- дефолтные некоммерческие слайсы.

В первую очередь просматриваются коммерческие слайсы. Сначала система ищет подходящий по таргетингу процентный слайс. Найдя слайс, система решает, исходя из заданного процентного соотношения, выполнять в нём показ или нет. Если нет, то система ищет подходящий числовой слайс, и решает, выполнять ли показ в нём, исходя из заданных пользователем параметров. Если система не выбирает числовой слайс для показа, то она выбирает подходящий по таргетингу дефолтовый слайс и решает, выполнять ли в нём показ, исходя из заданного процентного соотношения от неиспользованного на данный момент коммерческого трафика.

Затем эта последовательность повторяется в некоммерческом трафике (поиск ведётся среди

некоммерческих слайсов).

Если остаток трафика после выполнения коммерческих слайсов равен нулю, то в некоммерческих слайсах показов не произойдёт.

Остаток трафика (если таковой имеется) после выполнения всех слайсов оказывается в «Рекламной Кампании по умолчанию», которая предназначена для полного использования (утилизации) всего баннерного трафика сайта. Таким образом, если показ баннера не произошёл ни в одном из просмотренных слайсов (среди всех просмотренных в соответствии с заданными условиями слайсов не найден подходящий для показа баннера), показывается подходящий по типу и размеру баннер из «Рекламной Кампании по умолчанию». Если же и в ней не обнаружено подходящего баннера, то показывается заглушка системы.

Группы слайсов

При выделении первого процентного (или дефолтного) слайса в него передаётся определённая доля трафика, удовлетворяющая условиям таргетинга. Остальная часть этого трафика используется для дальнейшего выделения слайсов того же типа с тем же таргетингом, то есть дальнейшее выделение слайсов того же типа с тем же таргетингом происходит из комплементарного к первому выделенному в процентах слайсу.

Слайсы с одинаковым таргетингом, выделенные таким образом с одного рекламного места, образуют группу слайсов.

При попытке выделить с рекламного места процентный или дефолтовый слайс с таргетингом, совпадающим или пересекающимся с таргетингом ранее образованной группы слайсов, не из комплементарного к данной группе, показы баннеров на этом рекламном месте могут осуществляться некорректно.

11.3. Создание слайса и передача его в рекламную кампанию

Для того, чтобы создать слайс (выделить слайс для данного сайта) необходимо выполнить следующие действия:

1. перейдите в раздел «Сайты» главного меню (вы увидите список сайтов);
2. кликните по иконке  напротив сайта, для которого вы хотите выделить слайс;
3. заполните форму добавления слайса:

Добавление Слайса	
Рекламное Агентство	Собственные Кампании(primer) <input type="text"/>
Рекламная Кампания	Свободный слайс <input type="text"/>
Тип Слайса	числовой коммерческий <input type="text"/>
Стартовое время	17.01.08 00:00 <input type="text"/>
Время окончания показа	30.12.20 00:00 <input type="text"/> <small>Время окончания показа не должно быть в прошлом</small>
Тип баннеров	970x90 <input type="text"/>
Процент	100 <input type="text"/>
Приоритет	Приоритет 1 <input type="text"/>
Номер Баннера на странице	Любой <input type="text"/>
Макс. кол-во показов	0 <input type="text"/>
Макс. Кол-во показов в день	0 <input type="text"/>
Распределение в течение дня:	<input checked="" type="checkbox"/> Равномерное <input type="checkbox"/> С макс. скоростью
Макс. кол-во кликов	0 <input type="text"/>
Макс. кол-во кликов в день	0 <input type="text"/>
Использовать Локальное Время Показа для настройки Таргетингов	<input type="checkbox"/>
Зона страницы	<input checked="" type="checkbox"/> Любая <input type="checkbox"/> Верх <input type="checkbox"/> Середина <input type="checkbox"/> Низ
Зона сайта	<input checked="" type="checkbox"/> Все зоны сайта <input type="checkbox"/> Дефолтная зона
<input type="checkbox"/> Инvertировать все выбранные зоны	
<input type="button" value="Добавить"/> <input type="button" value="Отменить"/>	

Параметры:

- *рекламное агентство* — агентство, в которое вы будете передавать слайс;
- *рекламная кампания* — рекламная кампания, в которую передаётся создаваемый слайс.

Если вы ещё не решили, в какую кампанию передаёте слайс, можно выбрать «Свободный слайс». Будьте внимательны — потом может быть сложно найти именно этот слайс, особенно если у вас их много.

Примечание: параметр «Рекламная кампания» имеет смысл только в случае выбора «Собственные кампании» в предыдущем пункте. Если выбрано конкретное агентство, он всегда устанавливается в состояние «Свободный слайс».

- *тип слайса (после создания слайса этот параметр уже нельзя будет изменить)*
 - процентный коммерческий слайс;
 - числовой коммерческий слайс;
 - дефолтный коммерческий слайс;
 - процентный некоммерческий слайс;
 - числовой некоммерческий слайс;
 - дефолтный некоммерческий слайс.
- *стартовое время* — с какой даты и времени начнут показываться баннеры;
- *время окончания показа* — с какой даты и времени прекратят показываться баннеры (**время окончания показа не должно быть в прошлом**);
- *тип баннеров* — размер баннеров или их тип (JavaScript, и др.);
- *процент* — доля трафика для процентного слайса (в числовых слайсах не используется);
- *приоритет* — приоритет выбора слайса, когда по условиям показа могут быть выбраны одновременно несколько числовых слайсов (с одинаковым таргетингом). 9 — максимальный приоритет, 1 — минимальный (в процентных и дефолтных слайсах не используется);
- *номер баннера на странице* — используется, если на странице несколько баннеров;
- *макс. кол-во показов* — для числовых слайсов;
- *макс. кол-во показов в день* — для числовых слайсов;
- *распределение в течение дня* — равномерное или с максимальной скоростью (только для числовых слайсов);

Если распределение в течение дня равномерное, то обязательно указывайте макс. кол-во показов в день. Если макс. кол-во показов в день равно нулю и задано равномерное распределение в течение дня, то такой слайс не будет показываться, если есть возможность совершить показ в другом слайсе.

- *макс. кол-во кликов* — для числовых слайсов;
- *макс. кол-во кликов в день* — для числовых слайсов;
- *использовать локальное время показа для настройки таргетингов* — поставьте галочку, если вы хотите, чтобы использовалось локальное время посетителя (если галочка не установлена, используется московское время);
- *зона страницы* — «верх», «середина», «низ».

Примечание: если вы отметите одновременно две или три зоны, будут созданы соответственно два или три слайса. **В этом случае каждый слайс необходимо включить отдельно.**

Если указать «любая», то будет образован один слайс на всю страницу; Возможно увеличение количества зон страницы по запросу в службу [технической поддержки](#);

- *зона сайта* — «все зоны сайта», «дефолтная зона», другие.

Примечание: если отмечено более одной зоны, то будет создано соответствующее количество отдельных слайсов — по слайсу на каждую зону. **В этом случае каждый слайс необходимо включить отдельно;**

- *инвертировать выбранные зоны* — аналогично изменению каждой зоны сайта на

противоположную.

4. Нажмите на кнопку «Добавить» для добавления слайса (или нажмите на кнопку «Отменить», если вы хотите вернуться к списку сайтов).

После добавления слайса вы сразу попадете в форму «Редактирование слайса».

Нажмите на кнопку  **Подтвердить**, если хотите запомнить введенную информацию, не включая слайс. Либо нажмите на кнопку  **Подтвердить и включить**, в этом случае слайс будет сразу включен.

Если в числовом коммерческом слайсе вы задаёте ограничение по максимальному количеству показов всего, то на странице редактирования слайса доступна кнопка *Разрезать слайс*. По нажатию на эту кнопку появятся дополнительные поля. Для создания второго слайса необходимо указать количество показов. Остаток показов вычисляется автоматически при указании части показов в первом поле. По нажатию на кнопку *Разрезать* будут созданы два новых числовых слайса с указанным количеством показов. В этом случае каждый слайс необходимо включить отдельно.

	Старый Слайс:
	ID Слайса: 555512
	Издатель: primer
	Сайт: 131820 "SliceUp" http://adriver.ru
	Рекламное Агентство: primer (Собственное)
	Рекламная Кампания: SliceUp (коммерческий)
	Вкл.: <input type="checkbox"/> слайс выключен
Смотреть:	Тип Баннера: 970x90
	Зона Сайта: Любая
	Зона страницы: Любая
	Тип: числовой
	Время начала показа: 10.09.09 00:00
	Время окончания показа: 30.12.20 00:00
	Макс. показов: 100000
	Макс. показов в день: 1000
	Распределение в течение дня: равномерное
	Макс. кликов: 50000
	Макс. кликов в день: 500
	События: 
	Использовать в настройках таргетинга локальное время показа: Нет. Используется Системное
	Приоритет: #1 (низкий)
	Номер баннера на странице: 0
	 
	Новые Слайсы:
	#1 #2
	Макс. Показов: <input type="text" value="81000"/> <input type="text" value="19000"/>
	Макс. Кликов: <input type="text" value="40500"/> <input type="text" value="9500"/>
	Макс. Показов в День: <input type="text" value="810"/> <input type="text" value="190"/>
	Макс. Кликов в День: <input type="text" value="405"/> <input type="text" value="95"/>
	 

Освобождение слайса из рекламной кампании

Слайсы освобождают в том случае, когда необходимо изменить их параметры.

Для того, чтобы освободить слайс, выполните следующие действия:

- перейдите в рекламную кампанию, в которую передан слайс;
- нажмите на кнопку «Список слайсов» в меню слева;
- в списке слайсов отметьте галочкой слайс, который надо освободить;
- в выпадающем списке внизу щелчком мыши выберите «Освободить для редактирования издателем»;
- нажмите на кнопку «Подтвердить»

Выключение слайса

- перейдите в рекламную кампанию, в которую передан слайс;

- нажмите на кнопку «Список слайсов» в меню слева;
- в списке слайсов отметьте галочкой слайс, который надо выключить;
- в выпадающем списке внизу щелчком мыши выберите «Выключить»;
- нажмите на кнопку «Подтвердить»

Просмотр списка слайсов сайта

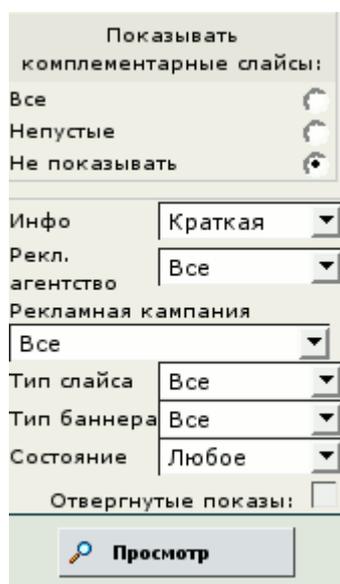
Список слайсов на сайте позволяет проанализировать следующие данные:

- на какие рекламные кампании расходуется рекламный трафик сайта;
- какой объем рекламного трафика сайта приходится на каждую рекламную кампанию;
- с каким приоритетом расходуется рекламный трафик сайта.

Чтобы перейти в список слайсов, выполните следующие действия:

- выберите пункт «Сайты» в главном меню;
- щелчком мыши выберите нужный сайт;
- нажмите на кнопку  **Список слайсов** в контекстном меню слева.

Для уточнения списка слайсов выберите необходимые параметры в меню слева:



Параметры:

- *показывать комплементарные слайсы: Все, Непустые, Не показывать* — показывать или не показывать комплементарные слайсы (рекомендуется выбирать «Все»);
- *инфо: Краткая, Полная, Показы, События* — какую информацию показывать, и насколько она должна быть подробной (рекомендуется «Полная»);
- *рекл.агентство: Все, список агентств* — показать слайсы всех агентств или только выбранного;
- *рекламная кампания: Все, список кампаний* — показать слайсы, переданные во все кампании или только в выбранные;
- *сайты: Все, Из пула, список сайтов* — показать все слайсы, из пула или слайсы только выбранного сайта;
- *тип слайса: Все, Процентный, Числовой, Дефолтный* — какие типы слайсов показать;
- *тип баннера: Все, список баннеров* — показать все, или только слайсы, в рамках которых могут быть показаны баннеры указанного формата;
- *состояние: Любое, Активные, Неактивные* — показать все слайсы, или только активные (в которых могут идти показы), или неактивные (приостановленные, либо выключенные) слайсы;
- Установленная галочка в поле *Отвергнутые показы* выводит информацию об отвергнутых показах;

Примечание: отвергнутые показы — это такие показы, которые не произошли в рекламной

кампании из-за каких-либо ограничений таргетинга.

После выбора требуемых параметров списка, нажмите на кнопку «Просмотр».

Удаление слайса

Для того, чтобы удалить слайс, выполните следующие действия:

- в главном меню выберите пункт «Сайты»;
- щелчком мыши выберите сайт, на котором нужно удалить слайс;
- в меню слева нажмите на кнопку «Список слайсов»
- отметьте галочкой слайс, который нужно удалить;
- нажмите на кнопку «Удалить»

Примечания:

- если слайс не был передан в рекламную кампанию или рекламному агентству, он будет сразу удален;
- если слайс передан в рекламную кампанию или рекламному агентству, то его предварительно нужно освободить.

12. Таргетинг

Для выделения аудитории в сети Интернет традиционно используются механизмы таргетингов, позволяющие произвести пассивный отбор аудитории, например, по географии, времени суток. Система AdRiver поддерживает использование многоступенчатой системы таргетинга. Ограничения могут задаваться на этапе выделения рекламных мест под проведение кампании, в сценариях показа баннеров и в самих баннерах.

12.1. Набор таргетингов и ограничений для каждого объекта системы

Ограничение по максимальному числу показов всего/в день	сценарий	баннер		слайс
Ограничение по максимальному числу кликов всего/в день	сценарий	баннер		слайс
Ограничение по максимальному числу показов уникальному пользователю в месяц/неделю/день	сценарий	баннер	кампания	
Ограничение по максимальному числу кликов уникальным пользователем всего	сценарий	баннер	кампания	
Ограничение по интервалу времени между показами уникальному пользователю	сценарий	баннер	кампания	
Ограничение по охвату в месяц/неделю/день	сценарий	баннер	кампания	
Ограничение по событиям	сценарий	баннер		слайс
Таргетинг по дням недели и часам дня	сценарий			слайс
Таргетинг по числам месяца	сценарий			слайс
Таргетинг по географии	сценарий			слайс
Таргетинг по диапазонам IP-адресов	сценарий			
Таргетинг по зонам сайта (зона сайта/зона страницы/номер баннера на странице)	сценарий			слайс
Таргетинг по зонам сайта (слайс/пуловый слайс)	сценарий			
Таргетинг по ключевым словам	сценарий			
Таргетинг по браузерам	сценарий			
Таргетинг по операционным системам	сценарий			

Все таргетинги комбинируются в виде логического выражения и рассчитываются системой последовательно сверху вниз в том порядке, в котором они расположены в интерфейсе. При этом результат проверки каждого следующего таргетинга применяется к результату проверки всех предыдущих таргетингов в соответствии с установленной логикой. Например, комбинация таргетингов «День недели и час дня» И НЕ «Географические зоны» ИЛИ «IP адрес» будет интерпретироваться следующим образом: таргетинг будет соответствующим, если условия показа удовлетворяют установкам времени, но не удовлетворяют географическим установкам или, если IP адрес пользователя попадает в список выбранных IP.

12.2. Примеры использования таргетинга

- **Пример 1.**
Частный поезд premium-класса Москва — Санкт-Петербург хочет рассказать потенциальным клиентам о себе.
Решение.
Включается географический таргетинг на Москву и Санкт-Петербург и временное ограничение по рабочим дням с 11:00 до 19:00 (таргетинг по времени).
- **Пример 2.**
Привлечь пользователей на сайт с доставкой пиццы.
Решение.
Система AdRiver может организовать рекламную кампанию с показами в рабочее время (пока работает пиццерия) с 10:00 до 19:00, а ещё лучше — в предобеденное время, с 12:00 до 14:00. При этом не будем показывать баннер человеку, который его уже видел и перешёл на сайт. Также предположим, что если человек не кликнул по баннеру, значит сегодня он не хочет пиццы, и больше не будем показывать ему баннер. Покажем ему баннер позже, например, на следующий день.
В итоге рекламная кампания будет ограничена временем 12:00 — 14:00 (таргетинг по времени), показом один раз уникальному человеку в день (таргетинг по уникальным пользователям), а после клика баннер не будет показываться.

12.3. Ретаргетинг

Технология ретаргетинга в системе AdRiver предоставляет уникальную возможность персонализировать рекламное обращение к разным категориям аудитории сайта.

Пример реализации ретаргетинга:

Пример.

Интернет-магазином деловой литературы проводится рекламная кампания с целью привлечения посетителей на сайт.

Решение.

Все люди, увидевшие баннер, получают уникальные идентификаторы. Затем мы разделяем пользователей на группы:

1. Не кликнувшие по баннеру — им показываем другой баннер с более интересным предложением.
2. Кликнувшие, но не прошедшие дальше главной страницы — им показываем баннер со специальным предложением (новая книга со скидкой).
3. Кликнувшие на баннер и посетившие определенный раздел — им показываем баннер с новыми книгами из данного раздела.

Таким образом, мы выделяем целевую аудиторию и делаем такие предложения, которые ей наиболее интересны.

Ретаргетинг значительно повышает степень воздействия рекламных сообщений на аудиторию, реализуя необходимые сценарии и активно мотивируя посетителей выполнять интересующие владельцев проекта действия.

При настройке ретаргетинга требуется консультация со службой технической поддержки AdRiver.

12.4. Включение таргетинга

Перед настройкой таргетинга, включите его в сценарии. Для этого отметьте селектор «И» напротив нужного таргетинга.

Если данный таргетинг не используется, то отмечен селектор «Выкл».

Если нужно, чтобы действовали одновременно несколько ограничений, выберите «И» перед всеми таргетингами, которые должны быть задействованы.

«ИЛИ» разрешает показ баннеров в том случае, если посетитель подходит по одному из выбранных таргетингов ИЛИ по другому выбранному.

При помощи «НЕ» можно поменять смысл таргетинга на противоположный. Например, если выбраны «НЕ» «Москва+Санкт-Петербург», то баннеры будут показываться посетителям из всех городов и

стран кроме Москвы и Санкт-Петербурга.

Состояние переключателей (и только их) сохраняется кнопкой *Сохранить логику*. [Подробнее](#) о редактировании сценария.

12.5. Редактирование таргетингов

12.5.1. Таргетинг в слайсах

Таргетинг в слайсах позволяет ограничить часть аудитории сайта, которой будут показываться баннеры уже на этапе выделения слайсов.

Для редактирования таргетинга слайса выполните следующие действия:

- перейдите в список слайсов сайта;
- выберите для редактирования один из слайсов, кликнув по его id (первая колонка таблицы);
- в меню слева под словом «Редактировать» выберите вид таргетинга;



1. Таргетинг по географии

Географический таргетинг позволяет выбрать регионы, посетителям из которых разрешены или запрещены показы баннеров.

В основном списке перечислены страны. Напротив каждой страны расположен переключатель, который может находиться в одном из трех положений:

- *Вкл.* — для данной страны выбран как минимум один город;
- *Все Вкл.* — баннеры показываются посетителями из всех городов данной страны;
- *Выкл.* — баннеры не показываются посетителям из городов выбранной страны;

Для стран, выделенных в списке подчёркиванием, возможна более точная настройка до республики или города. Чтобы конкретизировать таргетинг по таким странам, кликните по названию страны. Вы увидите детальный список:

	Россия
<input type="checkbox"/>	Санкт-Петербург и Ленинградская область: Волосово, Волхов, Всеволожск, Выборг, Гатчина, Каменка, Кингисепп, Кириши, Колпино, Лодейное Поле, Луга, Санкт-Петербург, Сосновый Бор, Тихвин
<input type="checkbox"/>	Москва и Московская область: Андреевка, Балашиха, Бородино, Бронницы, Буньково, Видное, Внуково, Волоколамск, Воскресенск, Востряково, Высоковск, Горки, Горловка, Горы, Деденево, Дмитров, Домодедово, Дубки, Дубна, Ермолино, Звенигород, Зеленоград, Зеленый, Ивантеевка, Измайлово, Истра, Климовск, Клин, Коломна, Королев, Котельники, Красково, Красногорск, Краснознаменск, Крюково, Кубинка, Купавна, Ледово, Лобня, Лужники, Люберцы, Марушино, Марфино, Мононо, Москва, Мосрентген, Мытищи, Наро-Фоминск, Немчиновка, Никольское, Новая Деревня, Новогорск, Новое, Ногинск, Одинцово, Опалиха, Орехово-Зуево, Павловский Посад, Петровское, Подольск, Покровка, Пролетарский, Пушкино, Пушино, Раменки, Раменское, Реутов, Руза, Сафоново, Северный, Селятино, Сергиев Посад, Серебряные Пруды, Серпухов, Слобода, Солнечногорск, Сосновка, Спутник, Старая Купавна, Ступино, Сходня, Томилино, Троицк, Усово, Успенское, Фруктовая, Фрязино, Химки, Черноголовка, Черное, Шатура, Шереметьево, Щелково, Электрогорск, Электросталь, Юбилейный
<input type="checkbox"/>	Алтайский край (Барнаул): Барнаул, Бийск, Рубцовск
<input type="checkbox"/>	Амурская область (Благовещенск): Белогорск, Благовещенск, Тында, Шимановск
<input type="checkbox"/>	Архангельская область (Архангельск): Архангельск, Большая, Площадь, Северодвинск
<input type="checkbox"/>	Астраханская область (Астрахань): Астрахань
<input type="checkbox"/>	Белгородская область (Белгород): Алексеевка, Белгород, Валуйки, Губкин, Прохоровка, Старый Оскол, Строитель

Отметьте нужные города и нажмите на кнопку *Подтвердить*, чтобы установить выбранные настройки. Нажмите на кнопку , чтобы вернуться к общему списку стран.

Нажатием на кнопку *Подтвердить и включить*, вы сохраняете изменения в установках таргетинга и включаете слайс. После этого редактирование слайса станет невозможным.

Обратите внимание, что в общем списке переключатель для данной страны сам устанавливается в положение *Вкл.* Это показывает, что для данной страны выбран как минимум один город (или более).

Для удобства, внизу списка предусмотрены кнопки *Выбрать все* и *Очистить все*. Они устанавливают

переключатели *Все Вкл.* либо *Все Выкл.* сразу для всех стран (городов) списка.

Кнопка  отменяет все изменения, которые были произведены в текущем списке, если только не была нажата кнопка *Сохранить*.

После того, как вы выбрали все нужные страны и города внутри стран, нажмите на кнопку  в общем списке. На этом настройка геотаргетинга завершена.

2. Таргетинг по дням и часам

Таргетинг по дням и часам позволяет указать, в какие промежутки времени и по каким дням недели разрешены показы баннеров посетителям сайта.

	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс	
	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>							
0-1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
1-2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
2-3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
3-4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
4-5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
5-6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
6-7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
7-8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
8-9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
9-10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
10-11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						
11-12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>						

К примеру, чтобы посетители сайта видели баннеры только в пятницу вечером (еженедельно), установите галочки на пересечении строки 21—22 и столбца *Пятница*, при этом очистив остальные.

Кнопки и в каждом столбце предназначены для сброса или установки сразу всех галочек по данному дню недели. Такие же кнопки в конце каждой строки предназначены для сброса или установки всех галочек по данному промежутку времени.

Кнопки *Выбрать все* и *Очистить все* внизу списка сбрасывают или устанавливают ВСЕ галочки.

Кнопка  отменяет все ваши изменения (если только не была нажата кнопка *Подтвердить*).

После того, как вы установили нужные галочки, обязательно нажмите на кнопку *Подтвердить*, чтобы изменения сохранились. Нажатием на кнопку *Подтвердить и включить* вы сохраняете изменения в установках таргетинга и включаете слайс. После этого редактирование слайса станет невозможным.

3. Таргетинг по числам месяца

Таргетинг по числам месяца позволяет указать, по каким числам месяца разрешены показы баннеров посетителям сайта. Галочка напротив числа означает, что в этот день любого месяца показы разрешены. Отсутствие галочки означает, что в этот день любого месяца показы запрещены.

Кнопки *Отметить все* и *Очистить все* устанавливают или сбрасывают ВСЕ галочки.

<input type="checkbox"/>										
<input type="checkbox"/>										
<input type="checkbox"/>										

Отметить Все Очистить Все  

После установки нужных галочек сохраните изменения, нажав на кнопку *Подтвердить*. Кнопка  отменяет все ваши изменения (если только не была нажата кнопка *Подтвердить*).

Нажатием на кнопку *Подтвердить и включить* вы сохраняете изменения в установках таргетинга и включаете слайс. После этого редактирование слайса станет невозможным.

4. Ограничения по максимальному числу показов/кликов всего/в день. Ограничения по зонам

сайта/страницы, номеру баннера. Ограничения по событиям

Для редактирования перечисленных таргетингов перейдите на страницу *Редактирования слайса* (Сайты → Список слайсов выбранного сайта → id нужного слайса).

Внесите изменения в установки таргетинга, указав новые значения в следующих полях:

- *Зона сайта*: — выберите из выпадающего списка нужную зону сайта.
- *Зона страницы*: — выберите из выпадающего списка нужную зону страницы.
- *Макс. показов*: — максимальное количество показов всего.
- *Макс. показов в день*: — максимальное количество показов в день.
- *Макс. кликов*: — максимальное количество кликов всего.
- *Макс. кликов в день*: — максимальное количество кликов в день.
- *События*: — укажите ограничения по событиям.
- *Номер баннера на странице* — выберите из выпадающего списка номер баннера на странице.

После редактирования, сохраните изменения, нажав на кнопку *Подтвердить*. Кнопка  **Отменить** отменяет все ваши изменения (если только не была нажата кнопка *Подтвердить*). Нажатием на кнопку *Подтвердить и включить* вы сохраняете изменения в установках таргетинга и включаете слайс. После этого редактирование слайса станет невозможным.

12.5.2. Таргетинг в рекламных кампаниях

Для того, чтобы можно было задавать общие для кампании ограничения по уникальным пользователям, напишите письмо в службу технической поддержки AdRiver на support@adriver.ru (копию письма на account@adriver.ru) с просьбой разрешить настройки таргетинга в рекламной кампании.

12.5.3. Таргетинг в сценариях

Таргетинг в сценариях позволяет ограничить часть аудитории сайта, которой будут показываться баннеры на этапе добавления сценария.

Для редактирования таргетинга сценария выполните следующие действия:

- выберите из списка рекламных кампаний нужную, кликнув по её названию;
- выберите для редактирования один из сценариев, кликнув по его названию;
- выберите вид таргетинга для редактирования, кликнув по его названию.

Для некоторых видов таргетинга вы можете выбрать типовые настройки в выпадающем меню. Для задания нетиповых настроек, кликните по названию таргетинга.

1. Таргетинг по дням недели и часам дня

Таргетинг по дням и часам позволяет указать, в какие промежутки времени и по каким дням недели разрешены показы баннеров данного сценария.

Кнопки и в каждом столбце предназначены для сброса или установки сразу всех галочек по данному дню недели. Такие же кнопки в конце каждой строки предназначены для сброса или установки всех галочек по данному промежутку времени.

Кнопки *Выделить все* и *Очистить все* внизу списка сбрасывают или устанавливают ВСЕ галочки.

Кнопка  **Отменить** отменяет все ваши изменения (если только не была нажата кнопка *Сохранить*).

После того, как вы установили нужные галочки, обязательно нажмите на кнопку *Сохранить*, чтобы изменения сохранились.

2. Таргетинг по дням месяца

Таргетинг по дням месяца позволяет указать, по каким дням месяца разрешены показы баннеров посетителям сайта. Галочка напротив числа означает, что в этот день любого месяца показы разрешены. Отсутствие галочки означает, что в этот день любого месяца показы запрещены.

Кнопки *Отметить все* и *Очистить все* устанавливают или сбрасывают ВСЕ галочки.

После установки нужных галочек сохраните изменения, нажав на кнопку *Сохранить*. Кнопка  отменяет все ваши изменения (если только не была нажата кнопка *Сохранить*).

3. Таргетинг по времени

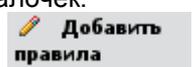
Данный таргетинг задается при помощи списков, состоящих из правил. Для большинства задач достаточно одного списка.

Список 1 разрешений/запрещений временных диапазонов						
Старт - Стоп	Действие	#	Дни недели	Часы	Редактировать	Удалить
	Запрещено	0 ---		---		
<input type="button" value="Добавить группу правил"/>						
<input type="button" value="Добавить разрешающий список правил"/>						
<input type="button" value="Добавить запрещающий список правил"/>						

Последовательность настройки таргетинга.

- Добавьте список правил, нажав на кнопку *Добавить разрешающий список правил* или *Добавить запрещающий список правил*. В первом случае автоматически будет создано запрещающее дефолтное правило, во втором — разрешающее.

Все правила списка просматриваются системой последовательно сверху вниз, так что дефолтное правило будет действовать последним.

- Нажмите на кнопку *Добавить группу правил*.
- В появившейся форме выберите нужные дни и часы. Чтобы не использовать диапазон дат, оставьте *Старт* и *Стоп* пустыми.
- Выберите действие *Разрешить* или *Запретить* показы в указанные часы и дни.
- Кнопки и в конце каждой строки, в начале каждого столбца и в конце списка предназначены для сброса или установки сразу всех галочек.
- Для сохранения введенных данных нажмите на кнопку .
- Для редактирования правила нажмите на кнопку , для удаления правила нажмите на кнопку .

4. Таргетинг по географическим зонам

Географический таргетинг позволяет выбрать регионы, посетителям из которых разрешены или запрещены показы баннеров из данного сценария.

В основном списке перечислены страны. Напротив каждой страны расположен переключатель, который может находиться в одном из трех положений:

- *Вкл.* — для данной страны выбран как минимум один город;
- *Все Вкл.* — баннеры показываются посетителями из всех городов данной страны;
- *Выкл.* — баннеры не показываются посетителям из городов выбранной страны;

Для стран, выделенных в списке подчёркиванием, возможна более точная настройка до республики или города. Чтобы конкретизировать таргетинг по таким странам, кликните по названию страны. Вы увидите детальный список.

Отметьте нужные города и нажмите на кнопку *Сохранить*, чтобы установить выбранные настройки. Нажмите на кнопку , чтобы вернуться к общему списку стран.

Обратите внимание, что в общем списке переключатель для данной страны сам устанавливается в положение *Вкл.* Это показывает, что для данной страны выбран как минимум один город (или более).

Для удобства, внизу списка предусмотрены кнопки *Выбрать все* и *Очистить все*. Они устанавливают переключатели *Все Вкл.* либо *Все Выкл.* сразу для всех стран (городов) списка.

Кнопка  отменяет все изменения, которые были произведены в текущем списке, если только не была нажата кнопка *Сохранить*.

После того, как вы выбрали все нужные страны и города внутри стран, нажмите на кнопку  в общем списке. На этом настройка геотаргетинга завершена.

5. Таргетинг по диапазонам IP-адресов

Данный вид таргетинга позволяет показывать баннеры только тем посетителям, чьи IP-адреса входят в диапазон разрешенных IP-адресов.

Последовательность настройки таргетинга.

- В поле *Диапазоны* укажите диапазоны IP-адресов, начиная с *StartIP* и заканчивая *StopIP*. Каждый новый диапазон должен начинаться с новой строки. Вы можете указать один диапазон или сразу несколько. *StartIP* и *StopIP* должны разделяться символом «-».
- Выберите из выпадающего списка действие правила (*Разрешить* или *Запретить* показы баннеров посетителям с IP-адресами из указанного диапазона).
- Нажмите на кнопку . Вам будет предложено добавить новый список диапазонов и в него противоположное дефолтное правило.

Все правила списка просматриваются системой последовательно сверху вниз, так что дефолтное правило будет действовать последним. В списке *разрешённых* диапазонов, дефолтное правило должно быть запрещающим, а в списке *запрещённых* — разрешающим.

- Нажмите на кнопку *OK*. Будет создан список правил.
- Для редактирования правила, укажите новый *StartIP/StopIP*. При необходимости, выберите действие. Нажмите на кнопку .
- Чтобы добавить новое правило в текущий список — укажите *StartIP/StopIP* в строке *Новое* и нажмите на кнопку . Правило будет добавлено в конец списка.
- Для удаления правила, нажмите на кнопку .

Диапазоны списка правил текстом выводятся в соответствующем поле.

6. Таргетинг по зонам сайтов

Таргетинг по зонам сайтов позволяет показывать баннеры только на определенных сайтах (и зонах сайта). Задается при помощи списков, состоящих из правил.

Для большинства задач достаточно одного списка.

Последовательность настройки таргетинга.

- Создайте список разрешений/запрещений, нажав на соответствующую кнопку («Добавить список запрещений», «Добавить список разрешений»).
- Завершающее (дефолтное) правило будет создано автоматически. Все правила списка просматриваются системой последовательно сверху вниз, так что это правило будет действовать последним. К примеру, если в остальных правилах перечислены какие-то зоны сайта, где показы разрешены, то чтобы в остальных местах показов не было, последним правилом должно быть запрещающее правило.
- В селекторе под списком выберите сайт (либо введите ID сайта в поле справа от селектора) и нажмите на кнопку . Вам будет предложено определить правило:

Добавление правила в таргетинге по зонам сайта "primer" для сценария "one":	
# правила	1
Зона сайта	Любая
Зона страницы	Любая
# баннера на странице	Любой
ID слайса (0 - произвольный)	0
Действие	Разрешить
<input type="button" value="Добавить"/> <input type="button" value="Отменить"/>	

Правило включает:

- *номер правила* — поскольку правила просматриваются системой последовательно, порядок правил может иметь значение (обычно это поле изменять не нужно);
- *зону сайта* — Любая, Дефолтная, или конкретное название;
- *зону страницы* — Любая, Верх, Середина, Низ;
- *номер баннера на странице* — Любой или 1—10; Для увеличения количества баннеров на странице, обратитесь с запросом в [службу](#) технической поддержки.
- *слайс* — Произвольный или конкретный номер;
- *действие* — Запретить или Разрешить.

Выбрав действие, данным правилом вы разрешаете или запрещаете показы на указанных рекламных местах.

Для редактирования правила, нажмите  напротив выбранного правила в колонке *Редактировать*.

Если вы хотите удалить правило, нажмите  напротив нужного правила в колонке *Удалить*.

7. Таргетинг по ключевым словам

Таргетинг по ключевым словам позволяет показывать посетителям только баннеры, в коде вызова которых содержатся определённые ключевые слова.

Для добавления в код вызова баннера ключевых слов, добавьте параметр keyword=<ключевые слова через точку с запятой>. Ключевые слова должны состоять из букв английского алфавита или цифр. Общее количество символов в параметре keyword не должно превышать 255.

Чтобы исключить появление специальных символов список слов нужно закодировать. Например, с помощью интерфейса получен следующий код для баннера:

```

<!-- AdRiver code START Type: 970x90 Site: primer PZ: 0 BN: 0-->
<script language="javascript" type="text/javascript"><!--
var RndNum4NoCash = Math.round(Math.random() * 1000000000);
var ar_Tail='unknown'; if (document.referrer) ar_Tail =
escape(document.referrer);
document.write(
'<iframe src="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?'
+ 'sid=92926&target=blank&bt=41&pz=0&rnd=' + RndNum4NoCash + '&tail256=' +
ar_Tail
+ '" frameborder=0 vspace=0 hspace=0 width=970 height=90 marginwidth=0'
+ ' marginheight=0 scrolling=no></iframe>');
//--></script>
<noscript>
<a href="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/click.cgi?
sid=92926&bt=41&pz=0&rnd=1530726149" target=_blank>
</a>
</noscript>

```

```
<!-- AdRiver code END -->
```

Если вы хотите добавить к коду ключевые слова, например, «cars;repair;tuning» код получится таким (изменения выделены красным):

```
<!-- AdRiver code START Type: 970x90 Site: primer PZ: 0 BN: 0-->
<script language="javascript" type="text/javascript"><!--
var RndNum4NoCash = Math.round(Math.random() * 1000000000);
var ar_Tail='unknown'; if (document.referrer) ar_Tail =
escape(document.referrer);
document.write(
'<iframe src="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?'
+ 'sid=92926&target=blank&bt=41&pz=0&rnd=' + RndNum4NoCash + '&tail256=' +
ar_Tail
+ '&keyword=' + encodeURIComponent("cars;repair;tuning") + '" frameborder=0
vspace=0 hspace=0 width=970 height=90 marginwidth=0'
+ ' marginheight=0 scrolling=no></iframe>');
//--></script>
<noscript>
<a href="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/click.cgi?
sid=92926&bt=41&pz=0&rnd=1530726149" target=_blank>
</a>
</noscript>
<!-- AdRiver code END -->
```

Теперь в сценарии включите таргетинг по ключевым словам, в редактировании таргетинга введите те слова, которые вам нужны. Баннер будет показываться только в том случае, если в коде на сайте будут встречаться нужные ключевые слова.

#	Правила применения	Ключевое слово	Тип слова
Новое слово:			
1	<input type="text" value="Встречается среди ключевых слов"/> <input type="text" value="Хотя бы один из вариантов"/> Изменить порядковый номер слова на: <input type="text" value="1"/>	новый вариант 1: <input type="text"/>	<input type="text" value="полное совпадение"/>
<input type="button" value="Сохранить изменения"/>			

В поле «вариант ..» введите одно из слов. В селекторе справа выберите способ проверки на совпадение:

- *полное совпадение* — если для показа требуется точное совпадение написания слова. Например, чтобы здесь было написано «машины» и в коде также было слово «машины»;
- *подстрока* — если для показа требуется лишь частичное совпадение написания слова. Например, будет считаться совпадением, если здесь написано «шины» или «аши», а в коде «машины»;
- *шаблон* — также проверка на частичное совпадение, но с использованием шаблонов, аналогичных тем, что применяются при задании зон сайта. Например, будет считаться совпадением «машины» и «маш*», а также «машины» и «?ашин?».

Используя специальные символы можно указывать в шаблоне только часть слова. Допускается использование следующих специальных символов:

- «*» заменяет любую последовательность произвольных символов;
- «?» заменяет один произвольный символ;
- «\» используется для кодирования специальных символов.

Укажите правила приёма таргетинга.

- *Встречается среди ключевых слов* — таргетинг сработает, если в коде встречаются указанные ключевые слова.
- *Не встречается среди ключевых слов* — таргетинг сработает, если в коде нет указанных ключевых слов.
- *Хотя бы один из вариантов* — таргетинг сработает, если в коде встречается хотя бы один из указанных вариантов написания слова.
- *Все варианты в строго указанном порядке* — таргетинг сработает, если в коде встречаются все указанные варианты написания слова в указанном порядке.
- *Изменить порядковый номер слова на* — изменить порядок следования ключевых слов.

Вы можете ввести ещё один вариант написания первого введённого слова, а также следующее слово. Кроме того, можно указать между словами *И* либо *ИЛИ*.

- *И* означает, что показ баннера произойдет в том случае, если в коде присутствуют *И* первое *И* второе введённое вами слово.
- *ИЛИ* — если в коде присутствует хотя бы одно из введённых слов. Т.е. *ИЛИ* первое *ИЛИ* второе.

После того, как вы ввели слово и тип слова и правила применения, нажмите 

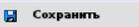
В списке появится добавленное слово.

8. Таргетинг по браузерам и операционным системам

Таргетинг по браузерам и операционным системам позволяет указать, посетителям с какими браузерами и операционными системами разрешены показы баннеров (нужные названия необходимо отметить галочками).

Кнопки *Отметить все* и *Очистить все* устанавливают или сбрасывают ВСЕ галочки.

Разрешить показы для следующих браузеров и операционных систем:	
Браузеры	Операционные системы
Internet Explorer 9.x <input type="checkbox"/>	Windows 7 <input type="checkbox"/>
Internet Explorer 8.x <input type="checkbox"/>	Windows Vista <input type="checkbox"/>
Internet Explorer 7.x <input type="checkbox"/>	Windows XP <input type="checkbox"/>
Internet Explorer 5.x, 6.x <input type="checkbox"/>	Windows 9x/NT (95, 98, Me, NT 4.0, 2000) <input type="checkbox"/>
Opera <input type="checkbox"/>	Windows Server 2003 <input type="checkbox"/>
Mozilla (Firefox 5.x) <input type="checkbox"/>	iPhone OS <input type="checkbox"/>
Mozilla (Firefox 4.x) <input type="checkbox"/>	Mac OS (Apple Macintosh) <input type="checkbox"/>
Mozilla (Firefox 3.x, 2.x/Netscape) <input type="checkbox"/>	Карманные компьютеры <input type="checkbox"/>
Google Chrome <input type="checkbox"/>	Мобильные телефоны <input type="checkbox"/>
Safari <input type="checkbox"/>	*nix (Linux,*BSD,Solaris) <input type="checkbox"/>
iPhone / iPad <input type="checkbox"/>	Другие(PlayStation, PalmOS, OS/2) <input type="checkbox"/>
Opera Mini <input type="checkbox"/>	

Отметить Все Очистить Все  

После установки нужных галочек необходимо сохранить изменения нажав на кнопку 

Кнопка  отменяет все ваши изменения (если только не была нажата кнопка

).

12.5.4. Таргетинг в баннерах

Для редактирования таргетинга в баннере, перейдите на страницу *Редактирования Баннера*, нажмите на кнопку *Редактировать* .

Внесите изменения в установки таргетинга, указав новые значения в следующих полях:

- *Максимальное кол-во показов:* в день и всего.
- *Максимальное кол-во кликов* в день и всего.
- *Максимальное кол-во показов уникальному пользователю* в день/неделю/месяц.
- *Максимальное кол-во кликов уникальным пользователем* всего.
- *Минимальный интервал между показами уникальному пользователю* в сек.
- *Ограничения по уникальным пользователям.*

- События.

Id Баннера: 1201210  	
Комментарий к баннеру:	<input type="text"/>
Вкл./Выкл.:	<input type="checkbox"/>
Кликовый баннер:	<input type="checkbox"/>
Тип баннера:	AjaxJS(Flash-AjaxJS)
Дата старта показа (DD/MM/YYYY):	17.05.2011 00:00
Дата окончания показа (DD/MM/YYYY):	30.12.2020 00:00
Приоритет:	*0 (низкий) 
Распределение в течение дня:	<input checked="" type="radio"/> Равномерное <input type="radio"/> С макс. скоростью
Если распределение в течение дня равномерно, то ограничение по показам в день, если оно есть, рассматривается как показатель скорости показа баннера. Если ограничение по показам в день нулевое и распределение в течение дня равномерно, то ограничение по кликам в день (даже нулевое) рассматривается как показатель скорости показа баннера. Внимание!!! Если ограничения по показам в день и по кликам в день нулевые и не поставлена максимальная скорость показов, то баннер показываться НЕ БУДЕТ.	
Максимальное кол-во показов	в день: <input type="text" value="0"/> всего: <input type="text" value="0"/>
Максимальное кол-во кликов	в день: <input type="text" value="0"/> всего: <input type="text" value="0"/>
Максимальное кол-во показов уникальному пользователю	в день: <input type="text" value="0"/> в неделю: <input type="text" value="0"/> в месяц: <input type="text" value="0"/>
Дополнительно	Максимальное кол-во кликов уникальным пользователем всего: <input type="text" value="0"/> Минимальный интервал между показами уникальному пользователю в сек.: <input type="text" value="0"/>
Ограничения по уникальным пользователям	выключены
События:	 <input type="text" value="Показать"/>
URL ссылки:	<input type="text" value="http://"/>
Альтернативный текст:	<input type="text" value="AdRiver"/>
Источник:	<input type="text"/>
Сценарий:	* Example (ID: 607191) 
Открывать ссылку баннера в новом окне:	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="Сохранить"/>	
<input type="button" value="Копировать"/>	

13. Распределение показов в течение дня

Все нижеизложенное относится в равной мере и к числовым слайсам и к таргетированным баннерам.

В AdRiver реализовано два типа распределения показов в течение дня — равномерное распределение и с максимальной скоростью.

13.1. Распределение с максимальной скоростью

Каждый подходящий по таргетингу показ считается подходящим до тех пор, пока не исчерпан дневной или общий лимит. Например, если ставится задача: совершить 100 показов красных баннеров. Просто показываем красный баннер, пока не покажем 100 раз.

13.2. Равномерное распределение

Надо не просто совершить 100 показов красных баннеров, а необходимо потратить на это определённое время. В общем случае 24 часа или, если для слайса (или баннера) установлен таргетинг по времени суток, то за время, когда ему разрешено показываться.

Количество необходимых показов красного баннера неравномерно распределяем на 24 часа, учитывая то, что ночью показов мало, а в час пик их будет очень много. Допустим, с 00:00 до 01:00 решено совершить шесть показов баннера. Значит, каждые 10 минут надо совершать по одному показу баннера. Показываем первый раз, потом 10 минут не показываем ни одного баннера, затем опять показываем. К часу ночи пересчитываем, сколько надо совершить показов баннера, с учётом того, что осталось только 23 часа и 95 показов баннера, которые надо совершить. В два часа опять пересчитываем, сколько надо совершить показов в следующий час и т. д. Такой алгоритм позволяет с очень высокой точностью добиться необходимого результата.

Если числовых слайсов (или баннеров) два. Допустим, необходимо совершить 100 показов баннера в рекламной кампании example, но, кроме того, совершить ещё 200 показов того же баннера в рекламной кампании sample.

Если баннеров (слайсов) несколько, то они выбираются согласно приоритету. Приоритет тем выше, чем больше число в соответствующем поле у слайса или баннера (девять — наивысший, ноль — низший). Если системе приходится решать, какой из двух баннеров или слайсов выбрать, выбирается имеющий больший приоритет. Если приоритеты равны.

- В случае максимальной скорости, действуем пропорционально запросу, то есть, совершаем один показ в кампании example, второй и третий в кампании sample, четвёртый опять в кампании example.
- В случае равномерного распределения решаем каждую задачу параллельно, то есть независимо друг от друга решаем задачи совершения показа в кампаниях example и sample. Возможны и конфликты, когда можно совершить показ как в кампании example, так и в кампании sample. В этом случае выбирается тот слайс (или баннер), чей план на текущий час выполнен в меньшей степени.

Такая организация позволяет выполнять планы всех заказов максимально равномерно.

14. Статистика

В системе AdRiver можно получить разнообразную статистику по различным параметрам. Виды статистики в интерфейсе:

- по сайтам и зонам сайтов;
- по рекламным кампаниям и сценариям;
- по слайсам;
- по баннерам.

Рассмотрим подробнее все виды статистики.

14.1. Статистика по сайтам и зонам сайтов

Информация о количестве посетителей сайта, числе просмотренных страниц, о времени посещения и пр. Смысл сбора такой информации — построение адекватной картины работы сайта в Сети.

В системе AdRiver статистика сайта может быть представлена в соответствии со следующими показателями:

- показы;
- клики;
- CTR%;
- количество уникальных посетителей;
- количество новых уникальных посетителей;
- географические зоны;
- дни недели;
- часы дня.

За различные промежутки времени.

Статистику соответствующего типа можно получить:

- **Кратко по всем сайтам**

Выберите «Сайты» в главном меню, вы увидите краткую статистику по каждому сайту (она является мгновенной и показывает текущее состояние).

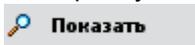
Список собственных сайтов					
#	Id	Название	Показы / Клики / CTR%		
			Сегодня	Вчера	Всего
1	94499	example	0/0/0,00%	0/0/0,00%	0/0/0,00%
2	92926	primer	0/0/0,00%	0/0/0,00%	73/4/5,48%

- **Подробно по одному сайту**

Выберите из списка сайтов тот, статистику по которому вы хотите посмотреть. Выберите

 в меню слева. Вы увидите сводную статистику (она является мгновенной и показывает текущее состояние):

Статистика сайта primer на Птн 15 Фев 2008 14:24:29						
Статистика хранится 365 дней.						
	Показы	Клики	CTR%	Уникальных посетителей	Новых посетителей	Уникальных кликов
Сегодня	0	0	0,00%	N/A	N/A	N/A
Вчера	0	0	0,00%	0	0	0
Последняя полная календарная неделя	38	0	0,00%	1	0	0
Последний месяц	51	1	1,96%	2	1	1
Среднее в день	1	0	0,00%	0	0	0
Всего	73	4	5,48%	N/A	N/A	N/A

Чтобы получить более подробную статистику, выберите соответствующие опции в меню слева и нажмите на кнопку  (такая статистика обновляется раз в сутки, по ночам).

Общая статистика за период

«по дням» либо «по часам» — данные за каждый день (час) в течение указанного периода. Если отмечено «Показать уникалов», то дополнительно к вышеприведенным данным выводятся колонки с числом показов уникальным пользователям (за данный день) и охватом аудитории (от первой даты, по данный день. Охват не превышает 30 дней).

• **Статистика по страницам сайта**

100 лучших страниц сайта: по показам, кликам, CTR% за весь период, либо за вчера — данные по страницам сайта, где произошло больше всего показов баннеров или кликов по ним.

Примечание: обозначения специальных полей в статистике.

Broken referer — это реферер, не отвечающий правилам или пустой. Например, `http://w;w;w;.r?u/` — с недопустимыми символами в строке.

Expired URLs — эти рефереры были в статистике, но на протяжении семи дней с них запросов не приходило.

Размер баннера (выберите размер, или «подробно») — показывает данные статистики только по баннерам выбранного размера.

«Подробно» показывает отдельную общую статистику по всем размерам и типам баннеров, которые показываются на сайте.

Примечание: если выбрано одновременно несколько видов статистики, они показываются друг за другом, на одной странице.

Краткую статистику по зонам сайта вы можете увидеть через редактирование соответствующего сайта (Сайты —> Список —> Кликнуть по названию сайта).

14.2. Статистика по рекламным кампаниям и сценариям

Статистические данные, на основании которых оценивается проведение тех или иных рекламных акций в рамках данной рекламной кампании.

Статистика может предоставляться рекламной площадкой самостоятельно (например, её внутренней баннеркруткой или рекламной сетью, разместившей рекламу), а также подсчитываться косвенно на основании данных счётчиков и медиаисследований.

Статистика показа рекламы обычно включает два числа: статистика показов и статистика кликов (CTR %). Важным статистическим показателем (особенно для статического размещения) может также являться количество уникальных посетителей, увидевших баннер на данной площадке.

В системе AdRiver статистика рекламной кампании может быть представлена в соответствии со следующими показателями:

- показы;
- клики;
- CTR%;
- количество уникальных посетителей;
- количество новых уникальных пользователей.
- географические зоны;
- дни недели;
- часы дня;
- дни месяца;
- сценарии;
- баннеры.

За различные промежутки времени.

Статистику соответствующего типа можно получить:

• Кратко по всем рекламным кампаниям

Выберите «Рекламные кампании» в главном меню, вы увидите краткую статистику по каждой рекламной кампании (она является мгновенной и показывает текущее состояние).

Список собственных рекламных кампаний пользователя.										
#	Id	Название	Денега-ровано	Кредиты	Показы/Клики/CTR%			Вкл.	Использовать общие кредиты	Завершена
					Сегодня	Вчера	Всего			
1	214282	FlashPosterFall			2/1/50,00%	7/1/14,29%	815/86/10,55%	✓	✓	☐
2	214280	February	[1]		0/0/0,00%	0/0/0,00%	0/0/0,00%	✓	✓	☐
3	198053	Homepage banners			2/0/0,00%	13/1/7,69%	86777/1018/1,17%	✓	✓	☐
4	112689	Кампания по умолчанию			0/0/0,00%	0/0/0,00%	0/0/0,00%	✓	☐	☐

• Подробно по одной рекламной кампании

Выберите из списка рекламных кампаний ту, статистику по которой вы хотите посмотреть.

Нажмите на кнопку  **Статистика кампании** в меню слева. Вы увидите сводную статистику

(она является мгновенной и показывает текущее состояние):

Статистика рекламной кампании "screen-glide" на Птн 15 Фев 2008 17:16:37						
Статистика хранится 365 дней.						
	Показы	Клики	CTR%	Уникальных посетителей	Новых посетителей	Уникальных кликов
Сегодня	15	0	0,00%	N/A	N/A	N/A
Вчера	2	0	0,00%	1	1	0
Последняя полная календарная неделя	27	0	0,00%	12	11	0
Последний месяц	88	4	4,55%	22	22	3
Среднее в день	2	0	0,00%	0	0	0
Всего	88	4	4,55%	N/A	N/A	N/A

Чтобы получить более подробную статистику, необходимо выбрать соответствующие опции в меню слева и нажать на кнопку  **Показать** (такая статистика обновляется раз в сутки, по ночам).

По географии

По геономам — статистика по показам/кликам/CTR% с разделением по городам и странам. Пустое поле «Показать регионы без показов» уменьшает размер таблицы со статистикой по геономам, путем исключения регионов, в которых число показов «Всего» равно нулю.

В среднем за период

- По дням недели в среднем за период — усреднённые данные по каждому из дней недели, за указанный период.
- По часам дня в среднем за период — усреднённые данные по каждому из 24 часов, за указанный период.

Общая статистика за период

«по дням» либо «по часам» — данные за каждый день (час) в течение указанного периода. Если отмечено «Показать уникалов», то дополнительно к вышеприведённым данным выводятся колонки с числом показов уникальным пользователям (за данный день) и охватом аудитории (от первой даты, по данный день. Охват не превышает 30 дней). Если отмечено «Показать события», то дополнительно к вышеприведённым данным выводятся колонки с событиями.

• Статистика по сайтам

Показать статистику по сайтам («Сайты», «Сайты, Сайтзоны», «Сайты, Типы баннеров», «Сайты, Сайтзоны, Типы баннеров», «Типы баннеров», «Типы баннеров, Сайты», «Типы баннеров, Сайтзоны», «Типы баннеров, Сайты, Сайтзоны») — данные о показах/кликах/CTR% баннеров данной рекламной кампании, с разбиением по сайтам (зонам сайтов), на которых они показывались и с разбиением по типам баннеров.

- *Начиная с* — начиная с какой строки таблицы показывать данные статистики.
- *Показать строк* — сколько строк данных показывать.

- *Сортировать по (показам, кликам, CTR%, показам вчера, кликам вчера, CTR% вчера)* — по какой колонке сортировать данные статистики.

Если отмечено «Показать события», то дополнительно к вышеприведённым данным выводятся колонки с событиями.

- *Показать слайсы* — данные о показах/кликах/CTR% баннеров данной рекламной кампании, в каждом из слайсов.
- *Показать сценарии* — данные о показах/кликах/CTR% баннеров данной рекламной кампании, в каждом из сценариев.
- *Показать баннеры* — данные о показах/кликах/CTR% каждого из баннеров в данной рекламной кампании.

Примечание: если выбрано одновременно несколько видов статистики, они показываются друг за другом, на одной странице.

Обобщённую статистику по одной рекламной кампании вы можете увидеть через редактирование соответствующей рекламной кампании (Рекл.Кампании → Список →

Кликнуть по названию рекламной кампании → Нажать на кнопку  в меню слева).

• Кратко по всем сценариям рекламной кампании

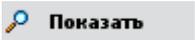
В редактировании соответствующей рекламной кампании (Рекл.Кампании → Список → Кликнуть по названию рекламной кампании).

• Подробно по одному сценарию рекламной кампании

В редактировании соответствующей рекламной кампании (Рекл.Компании → Кликнуть по названию рекламной кампании → Кликнуть по названию сценария → Нажать на кнопку  в контекстном меню слева).

По умолчанию вы увидите сводную статистику сценария.

Статистика сценария "sценарий" рекламной кампании "screen-glide" на Пнд 18 Фев 2008 13:04:47							
Статистика хранится 365 дней.							
	Показы	Клики	CTR%	Уникальных посетителей	Новых посетителей	Уникальных кликов	
Сегодня	1	0	0,00%	N/A	N/A	N/A	
Вчера	1	0	0,00%	1	1	0	
Последняя полная календарная неделя	35	0	0,00%	18	17	0	
Последний месяц	82	4	4,88%	31	31	3	
Среднее в день	6	0	0,00%	2	2	0	
Всего	82	4	4,88%	N/A	N/A	N/A	

Чтобы получить более подробную статистику, выберите соответствующие опции в меню слева и нажмите кнопку .

По географии

По геономам — статистика по показам/кликам/CTR% с разделением по городам и странам. Пустое поле «Показать регионы без показов» уменьшает размер таблицы со статистикой по геономам, путем исключения регионов, в которых число показов «Всего» равно нулю.

В среднем за период

- По дням недели в среднем за период — усреднённые данные по каждому из дней недели, за указанный период.
- По часам дня в среднем за период — усреднённые данные по каждому из 24 часов, за указанный период.

Общая статистика за период

- «По дням» либо «по часам» — данные за каждый день (час) в течение указанного периода.
- Если отмечено «Показать уникалов», то дополнительно к вышеприведённым данным выводятся колонки с числом показов уникальным пользователям (за данный день) и

- охватом аудитории (от первой даты, по данный день. Охват не превышает 30 дней).
- Если отмечено «Показать события», то дополнительно к вышеприведённым данным выводятся колонки с событиями.
- Показать баннеры — данные о показах/кликах/CTR% каждого из баннеров в данной рекламной кампании.

Примечание: если выбрано одновременно несколько видов статистики, они показываются друг за другом, на одной странице.

14.3. Статистика по слайсам

В системе AdRiver можно получить следующие виды статистики по слайсам:

- кратко по всем слайсам;
- кратко по одному слайсу;
- подробно по одному слайсу.

• Кратко по всем слайсам

Такую статистику можно увидеть:

- Из списка слайсов, выделенных из конкретного сайта (Сайты —> Нажать на  напротив нужного сайта —> В меню слева выбрать Инфо: Краткая, Полная, Показы или События).
- Из списка всех слайсов выделенных со всех сайтов (Слайсы / Менеджер слайсов —> в меню слева выбрать Инфо: Краткая, Полная, Показы или События).
- из списка всех слайсов в рекламной кампании (Рекл.Компании —> Кликнуть по названию кампании —> в меню слева выбрать  **Список слайсов** —> в меню слева выбрать Инфо: Краткая, Полная, Показы или События).

По каждому слайсу в таблице выводятся данные по Показам/Кликам/CTR% за определённые системой периоды времени (последний час, сегодня, вчера, неделя, предыдущая неделя, всего). Если выбрано *Инфо: События*, то по каждому слайсу в дополнение к этой информации выводится статистика по событиям за периоды (вчера, сегодня, завтра). Такая статистика является мгновенной и показывает текущее состояние.

Если установлена галочка «Отвергнутые показы», то выводится информация о показах, которые не произошли в рекламной кампании из-за каких-либо ограничений. Например, ограничение по уникальным посетителям или ограничение на количество показов в течение дня, или другие таргетинги.

• Кратко по одному слайсу

В редактировании слайса: (Слайсы / Менеджер слайсов —> Нажать на «info» напротив слайса) или (Сайты —> Кликнуть по  напротив нужного сайта —> Кликнуть по «info»

напротив слайса). Вы увидите сводную статистику (она является мгновенной и показывает текущее состояние):

	Показы	Клики	CTR%
посл. час	0	0	0
сегодня	0	0	0
вчера	0	0	0
всего	14906	267	1,79123

События						
N%	Максимум	Максимум за день	Сегодня	Вчера	Всего	
1	10000		0	0	0	9999
2	0		0	0	0	0
3	0		0	0	0	0
4	0		0	0	0	2674
5	0		0	0	0	0
6	0		0	0	0	0
7	0		0	0	0	0
8	0		0	0	0	0
9	0		0	0	0	0
10	0		0	0	0	0

- **Подробно по одному слайсу**

Через редактирование соответствующего слайса (Слайсы / Менеджер слайсов → Кликнуть по номеру слайса → Нажать на кнопку  **Статистика слайса** в контексте меню слева) или (Сайты → Нажать на  напротив нужного сайта → Кликнуть по номеру слайса → Нажать на кнопку  **Статистика слайса** в контекстном меню слева). По умолчанию вы увидите сводную статистику (она является мгновенной и показывает текущее состояние):

Статистика Слайса Id = 94499 на 19.01.2011 16:57						
Статистика хранится 365 дней.						
	Показы	Клики	CTR%	Уникальных посетителей	Новых посетителей	Уникальных кликов
Сегодня	23	2	8,70%	N/A	N/A	N/A
Вчера	49	9	18,37%	23	17	5
Последние 7 дней	303	27	8,91%	119	108	17
Последние 30 дней	1124	79	7,03%	317	317	55
Среднее в день	37	2	5,41%	10	10	1
Всего	5556	464	8,35%	N/A	N/A	N/A

Чтобы получить более подробную статистику, выберите соответствующие опции в меню слева и нажмите на кнопку  **Показать**.

Примечание: если слайс только что создан, статистика появится только на следующий день.

14.4. Статистика по баннерам

Статистика по баннерам доступна в редактировании соответствующей рекламной кампании (Рекл.Компании → Кликнуть по названию рекламной кампании → Кликнуть по названию сценария → Нажать на кнопку  **Список баннеров** в меню слева). Вы увидите информацию по всем баннерам сценария, включая краткую статистику.

По каждому из баннеров можно посмотреть статистику событий (для некоторых форматов баннеров, например Rich-media), нажав на кнопку .

По любому баннеру можно посмотреть подробную статистику, нажав на кнопку . По умолчанию вы увидите сводные данные:

Banner Id: 404512	
Вкл./Выкл.:	<input type="checkbox"/>
Тип Баннера:	poster
Дата старта показа (DD/MM/YYYY):	05.02.08 00:00
Дата окончания показа (DD/MM/YYYY):	30.12.20 00:00
Сценарий:	scenarii

Статистика Баннера ID 404512 на Вт 19 Фев 2008 17:13:00						
Статистика хранится 365 дней.						
	Показы	Клики	CTR%	Уникальных посетителей	Новых посетителей	Уникальных кликов
Сегодня	4	0	0,00%	N/A	N/A	N/A
Вчера	18	1	5,56%	10	9	1
Последняя полная календарная неделя	50	1	2,00%	26	25	1
Последний месяц	98	5	5,10%	40	40	4
Среднее в день	7	0	0,00%	2	2	0
Всего	98	5	5,10%	N/A	N/A	N/A

Чтобы получить более подробную статистику, выберите соответствующие опции в меню слева и нажмите на кнопку  **Показать**.

14.5. Методики подсчёта статистики

Методики подсчёта статистики, используемые в системе AdRiver, разработаны с учетом рекомендаций IAB «Ad Campaign Measurement & Audit Guidelines». Однако, в разных местах статистика считается по-разному, что является причиной недоступности данных и расхождений в данных.

Статистика алгоритма. Такую статистику вы видите, когда заходите в список сайтов, рекламных кампаний или баннеров. По каждому объекту отображаются показы и клики за сегодня, вчера, всего. Кроме этого, определены значения за последний час, последнюю неделю, последний месяц.

Подробная статистика. Такую статистику вы видите, когда нажимаете на кнопку «Статистика кампании», или любого другого объекта. Здесь можно получить данные за любой промежуток времени, можно посмотреть данные по каждому дню, по каждому часу. Статистика по только что созданному объекту недоступна, она появится на следующий день.

Простая уникальная статистика. Такую статистику вы видите, когда в меню статистики объекта отмечаете галочкой «Показать уникалов».

Расширенная уникальная статистика. Чтобы получить эту статистику, необходимо до начала рекламной кампании установить фильтр.

Задним числом собрать эту статистику невозможно, необходимо ставить фильтр до начала рекламной кампании.

Расширенный отчёт — платная услуга.

В AdRiver есть два вида статистики: real-time и подробная. Real-time-статистика — это онлайн-счётчики, они сразу меняют своё значение в интерфейсе, т.е. отражают число показов в реальном времени. По онлайн-счётчикам срабатывают все ограничения. Эти данные вы можете видеть, когда находитесь с списке кампаний/сценариев/баннеров/сайтов/слайсов.

Подробная статистика доступна по кнопке «Статистика кампании» (сценария/баннера и т.д.). Это обработанные данные, которые собираются по логам системы. Каждому показу баннера соответствует запись в логах, поэтому подробная статистика — это реальное количество показов баннеров. Эту статистику можно смотреть за определенные периоды, смотреть срезы по типам баннера, по зонам сайта и т.д. В интерфейсе такая статистика отображается по «вчера».

14.6. Сроки хранения статистики

Срок хранения статистической информации для следующих объектов системы составляет 365 суток:

- сайты
- слайсы
- все сетевые кампании
- рекламные кампании на аккаунте агентств
- обычные рекламные кампании
- сценарии
- баннеры

Статистические данные по числу уникальных запросов хранятся за последние 30 суток для всех

объектов системы.

Дополнительное время хранения статистики согласовывается с [коммерческим отделом](#).

15. Гостевой доступ. Делегирование

В процессе проведения рекламной кампании может возникнуть ситуация, когда необходимо дать возможность клиенту (например, рекламодателю) следить за ходом рекламной кампании и смотреть статистику. При этом, давать ему ваш логин, пароль и возможность что-либо менять — не всегда хорошая идея. Для таких случаев в системе предусмотрено делегирование отдельных полномочий. Права на объект могут быть делегированы в режиме readonly (только просмотра), полного доступа к управлению, либо в смешанном варианте.

Делегированный объект, вне зависимости от объема делегированных полномочий остается собственностью делегировавшей стороны. Права доступа к объекту могут быть отозваны делегировавшей его стороной в любой момент. Объекты системы могут быть делегированы только зарегистрированному участнику AdRiver. Если сторона, которой делегируются объекты, не имеет своего аккаунта в системе, то возможно зарегистрировать нового пользователя, создав гостевой логин.

В системе AdRiver вы можете делегировать сайт или отдельно рекламную кампанию.

15.1. Делегирование рекламной кампании

Для того, чтобы делегировать права управления рекламной кампании другому лицу, перейдите в раздел «Рекл. кампании» главного меню, вы увидите список рекламных кампаний.

Список собственных рекламных кампаний пользователя.										
№	id	Название	Делегировано	Кредиты	Показы/Клики/CTR%			Вкл.	Использовать общие кредиты	Завершена
					Сегодня	Вчера	Всего			
1	214282	FlashPosterFall			2/1/50,00%	7/1/14,29%	815/86/10,55%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	214280	February	[1]		0/0/0,00%	0/0/0,00%	0/0/0,00%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	198053	Homepage banners			2/0/0,00%	13/1/7,69%	86777/1018/1,17%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	112689	Кампания по умолчанию			0/0/0,00%	0/0/0,00%	0/0/0,00%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Перейдите на страницу редактирования кампании, кликнув по её названию в списке рекламных кампаний, и нажмите на кнопку  в меню слева.

Вы увидите страницу, которая делится на две горизонтальных части. Верхняя часть предназначена для делегирования кампании пользователю. В нижней части перечислены пользователи, которым уже делегирована данная кампания (по умолчанию эта часть пустая).

Делегировать пользователю	Подтвердить делегирование или изменение прав на рекламную кампанию "sample1"	Типичные наборы прав	Общие	Кампания	Баннер	Сценарий	Слайс
<input type="text"/>	<input type="button" value="Подтвердить"/>	Отм. изменения Очистить Просмотр Все права	<input checked="" type="checkbox"/> просмотр <input type="checkbox"/> изменение	<input type="checkbox"/> анкета <input checked="" type="checkbox"/> подр. статистика <input checked="" type="checkbox"/> обобщ. стат. сайтов <input checked="" type="checkbox"/> обобщ. стат. баннеров	<input type="checkbox"/> добавление <input checked="" type="checkbox"/> просмотр <input checked="" type="checkbox"/> статистика <input type="checkbox"/> изменение сценария <input type="checkbox"/> редактирование <input type="checkbox"/> загрузка <input type="checkbox"/> удаление	<input type="checkbox"/> добавление <input checked="" type="checkbox"/> просмотр <input type="checkbox"/> изменение <input type="checkbox"/> копирование <input type="checkbox"/> удаление <input type="checkbox"/> экспорт	<input checked="" type="checkbox"/> просмотр <input type="checkbox"/> освобождение <input type="checkbox"/> добавление <input checked="" type="checkbox"/> статистика

Зарегистрировать нового пользователя

Регистрация нового участника баннерного пространства с типом "Пользователь".

Пользователь не имеет собственных рекламных кампаний или сайтов и оперирует только делегированными ему объектами

Делегировано пользователю	изменить права отменить делегирование	Типичные наборы прав	Общие	Кампания	Баннер	Сценарий	Слайс
---------------------------	--	----------------------	-------	----------	--------	----------	-------

В поле ввода слева введите логин пользователя, которому вы хотите делегировать кампанию. Если пользователь, которому вы хотите делегировать кампанию ещё не зарегистрирован в системе AdRiver, вы можете зарегистрировать его самостоятельно, кликнув по ссылке *Зарегистрировать нового пользователя*.

Примечание: тип «пользователь» в отличие от «веб-издателя» не имеет собственных рекламных кампаний или сайтов и работает только с объектами, которые ему делегированы.

Теперь решите, какие действия пользователю будет разрешено совершать с этой кампанией. Вы

можете разрешить следующие действия (которые делятся на возможность просматривать информацию и возможность ее менять) расставив галочки в следующих колонках:

Типичные наборы прав

- *Отмен.изменения* — расставить галочки так, как они были перед вашими изменениями.
- *Очистить* — сбросить все галочки.
- *Просмотр* — установить все галочки, которые относятся к правам на просмотр (т.е. можно будет всё смотреть, но нельзя будет ничего изменить).
- *Все права* — установить все галочки.

Общие

- *просмотр* — необходимо включить, чтобы разрешить просмотр сайта как таковой (иначе сайт можно будет видеть только в списке);
- *изменение* — необходимо включить, чтобы разрешить редактирование как таковое (иначе ничего нельзя будет редактировать).

Кампания

- *анкета* — разрешить просмотр или изменение анкеты кампании (в зависимости от состояния *просмотр* и *изменение*);
- *подр. статистика* — разрешить просмотр подробной статистики по кампании;
- *обобщ. стат. сайтов* — разрешить просмотр обобщённой статистики по сайтам;
- *обобщ. стат. баннеров* — разрешить просмотр обобщённой статистики по баннерам.

Баннер

- *добавление* — разрешить добавление баннеров в кампанию;
- *просмотр* — разрешить просмотр настроек баннеров;
- *статистика* — разрешить просмотр статистики по баннерам;
- *изменение сценария* — разрешить редактирование сценариев;
- *редактирование* — разрешить редактирование данных баннеров;
- *закачка* — разрешить загружать баннеры в кампанию;
- *удаление* — разрешить удаление баннеров из кампании.

Сценарий

- *добавление* — разрешить добавление (создание) сценариев в кампании;
- *просмотр* — разрешить просмотр сценариев;
- *изменение* — разрешить редактирование сценариев;
- *копирование* — разрешить копирование сценариев;
- *удаление* — разрешить удаление сценариев из кампании;
- *экспорт* — разрешить экспорт сценариев.

Слайс

- *просмотр* — разрешить просмотр слайсов в кампании;
- *освобождение* — разрешить освобождение слайсов из кампании;
- *добавление* — разрешить добавление слайса в кампанию;
- *статистика* — разрешить просмотр статистики по слайсам в кампании.

Все, что относится к категории «Изменения» выделено жирным шрифтом. То, что к категории «Просмотр» — написано обычным шрифтом.

После того, как галочки расставлены, нажмите . Вы делегировали рекламную кампанию. В нижней части формы появится новая строка с именем данного пользователя.

Если вы хотите изменить права для пользователя, которому уже делегирована кампания, поступайте аналогично выше сказанному, но галочки расставляйте в строке, соответствующей данному пользователю, нажав после этого на .

Чтобы отменить делегирование рекламной кампании, нажмите на кнопку *Отменить делегирование* в столбце с именем данного пользователя.

15.2. Делегирование сайта

Для того чтобы делегировать права управления вашим сайтом другому лицу, перейдите в раздел «Сайты» главного меню, вы увидите список сайтов.

Кликните по названию сайта в списке и нажмите на кнопку  **Делегировать сайт** в меню слева.

Вы увидите страницу, которая делится на две горизонтальных части — верхнюю, для делегирования сайта пользователю. И нижнюю, где перечислены пользователи, которым уже делегирован данный сайт (по умолчанию эта часть пустая).

Процедура делегирования стандартна и описана выше в пункте «Делегирование рекламной кампании». Рассмотрим значения полей при делегировании сайта.

Типичные наборы прав

- *Отменить изменения* — расставить галочки так, как они были перед вашими изменениями.
- *Очистить* — сбросить все галочки.
- *Просмотр* — установить все галочки, которые относятся к правам на просмотр (т.е. можно будет всё смотреть, но нельзя будет ничего изменить).
- *Все права* — установить все галочки.

Общие

- *просмотр* — необходимо включить, чтобы разрешить просмотр сайта как таковой (иначе сайт можно будет видеть только в списке);
- *изменение* — необходимо включить, чтобы разрешить редактирование как таковое (иначе ничего нельзя будет редактировать).

Сайт

- *анкета* — разрешить редактирование анкеты сайта;
- *статистика* — разрешить просмотр статистики по сайту;

Тематическая Зона Сайта

- *добавление* — разрешить добавление новой зоны сайта;
- *просмотр* — разрешить просмотр зон сайта;
- *редактирование* — разрешить изменение зон сайта;
- *удаление* — разрешить удаление зон сайта;
- *статистика* — разрешить просмотр статистики по зонам сайта.

Слайс

- *добавление* — разрешить добавление (выделение) слайса;
- *просмотр* — разрешить просмотр слайсов;
- *редактирование* — разрешить изменение слайсов;
- *удаление* — разрешить удаление слайсов;
- *статистика* — разрешить просмотр статистики по слайсам.

После того, как галочки расставлены, нажмите на  **Подтвердить**. Вы делегировали сайт. В нижней части формы появится новая строка с именем данного пользователя.

Если вы хотите изменить права для пользователя, которому уже делегирован сайт, поступайте аналогично выше сказанному, но галочки расставляйте в строке, соответствующей данному пользователю, нажав после этого  **Изменить**. Чтобы отменить делегирование сайта, нажмите на кнопку *Отменить делегирование* в столбце с именем данного пользователя.

15.3. Просмотр списка всех делегированных объектов

Для того, чтобы узнать, какие объекты (сайты и рекламные кампании) на данный момент делегированы каким пользователям, перейдите в раздел «Делегированные объекты» главного меню. Вы увидите список делегированных объектов — рекламных кампаний и сайтов:

/ Делегированные Объекты

Регистрация Пользователя

*Всё

*Показывать всех

Подстрока в имени объекта:

*Выбирать по имени

Страница 1

Записей на странице 30

*по имени

Сделать этот фильтр дефолтным

[Просмотр](#)

Список Делегированных Кампаний. Показаны Кампании 1 - 3 из 3 прошедших фильтр, из 3 всего

*	Кампания		Пользователь		Изменить Права	Отменить Делегирование
	Id	Название	Id	Название		
1	27274	BigTour	25685	Big Tour		
2	29146	Tez-tour	27306	tez tour		
3	29301	UTE Megapolis	27407	ute		

Список делегированных сайтов Показаны Сайты 1 - 1 из 1 прошедших фильтр, из 1 всего

*	Сайт		Пользователь		Изменить Права	Отменить Делегирование
	Id	Название	Id	Название		
1	24055	Русский туристический сервер	52047	test2		

Если пункт главного меню «Делегированные объекты» отсутствует, его необходимо включить. Для этого перейдите в раздел *Анкета* главного меню, в меню слева нажмите на кнопку *Настройки интерфейса* и поставьте галочку в пункте *Показывать делегированные объекты в меню*.

Чтобы в списке сайтов/рекламных компаний отображалось количество пользователей, которым делегирован сайт/кампания, перейдите в раздел *Анкета* главного меню, в меню слева нажмите на кнопку *Настройки интерфейса* и поставьте галочку в пункте *Показывать колонку с кол-вом собственных делегирований компаний и сайтов в их списках*.

15.4. Публикация сайта в общедоступной статистике системы

Вы можете разместить ваш сайт в общедоступной статистике системы AdRiver. Таким образом, вы разрешаете рекламным агентствам увидеть ваш сайт в списке издателей, пользующихся системой, просматривать его краткую статистику и, по желанию, статистику по тематическим зонам. Соответственно, рекламные агентства могут обратиться к вам с предложением о покупке всего или части вашего баннерного трафика.

В главном меню системы выберите «Сайты». Кликните по названию нужного сайта. Нажмите на кнопку **Анкета сайта**.

Тип Баннера по умолчанию:	468x60
Показывать Сайт в общедоступной статистике:	<input type="checkbox"/>
Показывать Тематические Зоны Сайта в общедоступной статистике:	<input type="checkbox"/>
<input type="button" value="Сохранить"/> <input type="button" value="Отменить"/>	

Поставьте соответствующую галочку в анкете вашего сайта. Если вы хотите, чтобы в общедоступной статистике были также доступны тематические зоны, то поставьте и эту галочку. Нажмите на кнопку

Вы также можете убрать сайт из общедоступной статистики, сняв эти галочки.

16. Участие в баннерообменных сетях

Участие в сети RLE является одним из способов утилизации непроданного трафика.

Данная инструкция описывает участие в сети, построенной именно на технологии AdRiver.

Примечание: сети, построенные на других технологиях тоже можно показывать через AdRiver, при этом баннер вставляется как «баннер сторонней системы управления рекламой». Есть два способа, первый — показывать баннер через Location, этот способ предпочтительнее, но его поддерживают не все рекламные движки. Второй способ — вставлять код сторонней системы через HTML-баннер.

Если вы хотите участвовать в сети, построенной на технологии AdRiver — напишите в службу поддержки AdRiver и попросите включить в главное меню пункт «Сети». **Обязательно укажите свой логин.**

16.1. Требования сети RLE

Не допускается участие в сети RLE:

1. Сайтов, нарушающих законодательство РФ.
2. Сайтов, распространяющих пиратское программное обеспечение, серийные номера к программам, взломщики защиты программ (крэки) или иным образом нарушающих авторские права создателей программ.
3. Сайтов, распространяющих материалы «для взрослых» (картинки, тексты, рассылки, ссылки, «приколы», объявления об оказании интимных услуг и т. п.).
4. «Клубов кликателей» и сайтов, посвященных «халяве», спонсорам, «заработку в сети» и коммерческим пирамидам, любым системам с Ref-ID, а также любым системам увеличения или искусственной генерации трафика сайта.
5. Сайтов, содержащих предложения или рекламу баннерных бирж любого вида.
6. Сайтов, содержащих ненормативную лексику.

Подробнее познакомиться с правилами участия в сети RLE вы можете на сайте www.rle.ru.

16.2. Как работает обменная рекламная кампания в AdRiver

Обменная рекламная кампания в системе AdRiver похожа на обыкновенную локальную рекламную кампанию. Как в обычную, вы загружаете туда баннеры, настраиваете таргетинг, передаете слайсы. Однако, баннеры, которые вы туда загрузили, показываются не на вашем сайте, а на сайтах других участников сети. За показ ваших баннеров со счёта кампании снимаются кредиты. А на переданных в обменную кампанию рекламных местах (слайсах) показываются баннеры других участников сети. За это на счёт рекламной кампании начисляются кредиты. Обменной рекламной кампании нельзя передать кредиты AdRiver (она просто их не может использовать). Поле «Использовать общие кредиты» у такой кампании выключено.

Участие в обменной сети — один из способов использования оставшегося трафика.

16.3. Регистрация в сети

Кликните по пункту «Сети» в главном меню. Вы увидите список сетей.

Список собственных Сетей пользователя	
У Вас нет собственных неустаревших Сетей. Чтобы добавить Сеть, воспользуйтесь одной из кнопок "Добавить Сеть" слева.	

Список доступных обменных Сетей			
Название	Показы / Клики / СTR%		
	Сегодня	Вчера	Всего
1. Сеть RLE-468x80 Владелец Издатель "RLE"	10479950/42492/0,41%	27194023/115412/0,42%	11624676201/152640927/1,31%
2. Сеть RLE-240x400 Владелец Издатель "RLE"	224328/515/0,23%	636844/1616/0,25%	96132404/146098/0,15%

В форме слева установите галочку в поле «Доступные» и нажмите на кнопку . Вам будет предложен список сетей, в которых вы можете принять участие.

Собственные — созданные вами сети.

Используемые — сети, к которым вы уже подключились.

Доступные — сети, к любой из которых мы можете подключиться.

Примечание: на технологии AdRiver также работает несколько сетей, в которых запрещена свободная регистрация. Эти сети не показываются в списке. Зарегистрировать вас в такой сети может только модератор, которому следует написать письмо, обязательно указав ваш логин в системе AdRiver.

Пароль высылать не надо.

После того, как вы выбрали обменную или коммерческую сеть, в которой хотите участвовать, кликните по её названию. Слева появится форма с кнопками. Нажмите на кнопку  **Новый аккаунт**

Заполните анкету, введите название аккаунта, краткое название.

В части «Добавление слайса» можно сразу указать, с какого сайта вы хотите передать слайс в сеть. Однако, это можно сделать и позднее — через раздел «Сайты», передав слайс как если бы вы передавали его в рекламную кампанию.

Для большинства участников достаточно воспользоваться предложением по умолчанию: добавить 100% слайс с выбранного сайта. Также вы всегда сможете отредактировать добавленные слайсы.

Примечание: формат баннеров в передаваемом слайсе должен соответствовать формату баннеров данной обменной сети.

16.4. Рекомендации

Рекламные места

1. Многие обменные сети требуют, чтобы у сайта проверялось соответствие реферера адресу и алиасам сайта. Соответствующую галочку можно найти в анкете сайта. Если галочка не стоит, а правила сети требуют её установки, вы не сможете передать слайс в сеть. Обменная кампания просто не появится в списке кампаний, куда можно передать слайс.
2. В сетях с премодерированием сайтов, слайс, переданный в обменную кампанию, не удаётся включить. Слайс включится сам, как только модератор проверит ваш сайт и примет его в сеть.
3. Изменить в анкете обменной кампании вы можете только название.

Обозначения некоторых полей в анкете обменной кампании

- *разрешены слайсы на аккаунте* — галочка установлена. Это значит, что вам разрешено передавать слайсы в сеть. У всех коммерческих аккаунтов эта галочка снята.
 - *слайсы только с собственных сайтов* — галочка установлена. Она запрещает вам передавать в сеть слайсы с делегированных вам сайтов. И сайт и обменная кампания должны принадлежать одному владельцу. Если в вашем случае это не так (вы с одного собственного аккаунта делегировали ваш сайт на другой принадлежащий вам аккаунт, например), вы можете попросить модератора снять эту галочку.
 - *разрешены слайсы с сайтов более низкого приоритета* — галочка не установлена. Например, если ваш аккаунт уже переведен в GOLD, а сайт еще вовсе не участвовал в сети или участвовал, но как CLASSIC, вы не сможете передать слайс в обменную кампанию. Сайт, который вовсе не участвовал в сети имеет приоритет 0, аккаунт CLASSIC имеет приоритет 1, аккаунт GOLD имеет приоритет 2. Вы можете договориться с модератором сети о возможности временного или постоянного отключения этой опции.
 - *разрешены несколько слайсов с сайта* — галочка не установлена. В обменную сеть передаётся ровно один слайс, на весь сайт без исключения, с минимальным приоритетом (100% дефолтный некоммерческий). Ваши собственные рекламные кампании вы проводите с помощью слайсов приоритетом выше, а всё, что в коммерческие кампании не попало, оказывается в обменной сети. Однако, бывают и более сложные ситуации, например, вы хотите передать в обменную сеть трафик с нескольких зон сайта. Вам приходится выделять в сеть три слайса. Для того, чтобы это было возможно, галочка должна быть установлена.
 - *разрешены слайсы с нескольких сайтов* — по умолчанию отключена. Если у вас несколько сайтов, вы уже передали в обменную кампанию трафик с одного вашего сайта, а теперь хотите передать с другого, попросите включить эту опцию.
4. В подавляющем большинстве случаев в сеть следует передавать «всё с минимальным приоритетом». То есть дефолтный 100% слайс с оплатой трафиком, для всех зон сайта, всех

- зон страницы и любого номера баннера. Иногда удобно пользоваться числовым слайсом без ограничений и с максимальной скоростью показов. Решайте свои задачи, если вам нужно передавать в сеть только определённый трафик, передайте только его.
5. Вы можете участвовать в нескольких сетях с разным приоритетом.

Баннеры

1. Создайте хотябы один сценарий без таргетинга.
2. Если от вас этого не требует модератор сети, не загружайте дефолтных баннеров. Точнее, вы можете их загрузить, но они будут показываться в сети только тогда, когда сети будет совсем нечего показать. Рекламируйте ваш ресурс баннерами в сценариях.

17. Размещение собственных и сторонних баннеров, если на площадке используется код poster

17.1. Собственные баннеры

Обычные размерные баннеры, Videобаннеры, Парные баннеры

В зависимости от того, какой баннер вы используете, он должен соответствовать требованиям к [flash-баннерам](#), [Vидеобаннерам](#), [Парным](#) баннерам в AdRiver.

- Добавьте баннер special—>special—>flash_poster.
- Загрузите компоненты баннера. Обязательно укажите размеры баннера.

ScreenGlide

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам ScreenGlide в AdRiver.

- Добавьте баннер special—>special—>SG-Poster.
- Загрузите компоненты баннера. Обязательно укажите размеры большого и малого баннеров.

ScreenGlideMove

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам ScreenGlideMove.

- Добавьте баннер special—>special—>genericposter.
- Загрузите компоненты баннера. Обязательно укажите размеры большого и малого баннеров.

FullScreen

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам FullScreen в AdRiver.

- Добавьте баннер special—>special—>genericposter.
- Загрузите компоненты баннера.

Мультипанельный баннер (MPU, FlyScreen, OverLay)

Для размещения таких баннеров подходит только код [AjaxJS](#).

BackGround

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам BackGround.

- Добавьте баннер special—>special—>genericposter.
- Загрузите компоненты баннера.

BackOver

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам BackOver.

- Добавьте баннер special—>special—>genericposter.
- Загрузите компоненты баннера.

См. также: [Размещение](#) собственных и сторонних баннеров, если на площадке используется код AjaxJS.

17.2. Сторонние баннеры (сторонний html-код баннера)

Обычные размерные баннеры, Videобаннеры, Парные баннеры

- Распакуйте [пример](#). Откройте текстовым редактором файл script.js. Внесите изменения только в верхнюю часть скрипта, отмеченную как Editable block.

```
var ar_width = '240';  
var ar_height = '400';
```

Переменные:

- *ar_width* — ширина баннера, впишите ваше значение;
 - *ar_height* — высота баннера, впишите ваше значение.
- Откройте текстовым редактором файл index.html. Скопируйте сторонний код и вставьте в файл в указанном месте:

```
<html>  
<body>  
  
<!-- Сюда поместите присланный вам код -->  
  
</body>  
</html>
```

- Добавьте баннер special—>special—>genericposter. Загрузите подготовленные файлы script.js и index.html.

ScreenGlide

Посчитать размещение нестандартного баннера сторонней системой можно только при размещении его через location или пиксель-аудитами.

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам ScreenGlide в AdRiver.

- Добавьте баннер special—>special—>SG-Poster.
- В окне загрузки компонентов баннера выберите *Указать файл на стороннем сервере*. В поле *Расположение на стороннем сервере* вставьте location сторонней системы для заглушки, большого и малого баннера. Обязательно укажите размеры заглушки, большого и малого баннеров.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.
- Ссылку на клик по заглушке впишите в поле *Альтернативный клик на заглушку*. Если не нужен, оставьте пустым.
- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его в поле *Счётчик сторонней крутилки*.

ScreenGlideMove

Посчитать размещение нестандартного баннера сторонней системой можно только при размещении его через location или пиксель-аудитами.

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам ScreenGlideMove.

- Впишите location для заглушки, как значение переменной *giflocation*.
- Впишите location для малого flash-ролика, как значение переменной *smallflashlocation*.
- Впишите location для большого flash-ролика, как значение переменной *bigflashlocation*.
- Ссылку на клик по заглушке впишите, как значение переменной *ar_alt_link*. Если не нужен, оставьте пустым.
- Добавьте баннер special—>special—>genericposter.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.

- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его, как значение переменной *ar_zerapixel*.

FullScreen

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам FullScreen в AdRiver.

- В форме получения скрипта для баннера в поле *Flash-ролик* вставьте location сторонней системы для баннера.
- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его в поле *Вызов стороннего счётчика*.
- Добавьте баннер special—>special—>genericposter.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.

Мультипанельный баннер (MPU, FlyScreen, OverLay)

Для размещения таких баннеров подходит только код [AjaxJS](#).

BackGround

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам BackGround.

- Впишите location для фонового изображения, как значение переменной *ar_back*.
- Добавьте баннер special—>special—>genericposter.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.
- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его, как значение переменной *ar_gif_pixel*.

BackOver

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам BackOver.

- Впишите location flash-ролика, как значение переменной *flashname*.
- Впишите location для заглушки, как значение переменной *gifname*.
- Ссылку на клик по заглушке впишите, как значение переменной *ar_alt_link*. Если не нужен, оставьте пустым.
- Добавьте баннер special—>special—>genericposter.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.
- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его, как значение переменной *ar_zerapixel*.

См. также: [Размещение](#) собственных и сторонних баннеров, если на площадке используется код AjaxJS.

18. Размещение собственных и сторонних баннеров, если на площадке используется код AjaxJS

18.1. Собственные баннеры

Обычные размерные баннеры, Videобаннеры, Парные баннеры

В зависимости от того, какой баннер вы используете, он должен соответствовать требованиям к [flash-баннерам](#), [Vидеобаннерам](#), [Парным баннерам](#) в AdRiver.

- Добавьте баннер special—>special—>Flash-AjaxJS.
- Загрузите компоненты баннера. Обязательно укажите размеры баннера.

ScreenGlide

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам ScreenGlide в AdRiver.

- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Загрузите компоненты баннера.

ScreenGlideMove

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам ScreenGlideMove.

- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Загрузите компоненты баннера.

FullScreen

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам FullScreen в AdRiver.

- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Загрузите компоненты баннера.

Мультипанельный баннер (MPU, FlyScreen, OverLay)

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к MPU-баннерам в AdRiver.

- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Загрузите компоненты баннера.

BackGround

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам BackGround.

- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Загрузите компоненты баннера.

BackOver

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам BackOver.

- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Загрузите компоненты баннера.

См. также: [Размещение](#) собственных и сторонних баннеров, если на площадке используется код poster.

18.2. Сторонние баннеры (сторонний html-код баннера)

Обычные размерные баннеры, Videобаннеры, Парные баннеры

- Распакуйте [пример](#). Откройте текстовым редактором файл script.js. Внесите изменения только в верхнюю часть скрипта, отмеченную как Editable block.

```
var ar_width = '240';  
var ar_height = '400';
```

Переменные:

- *ar_width* — ширина баннера, впишите ваше значение;
 - *ar_height* — высота баннера, впишите ваше значение.
- Откройте текстовым редактором файл index.html. Скопируйте сторонний код и вставьте в файл в указанном месте:

```
<html>  
<body>  
  
<!-- Сюда поместите присланный вам код -->  
  
</body>  
</html>
```

- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS. Загрузите подготовленные файлы script.js и index.html.

ScreenGlide

Посчитать размещение нестандартного баннера сторонней системой можно только при размещении его через location или пиксель-аудитами.

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам ScreenGlide в AdRiver.

- Впишите location для заглушки, как значение переменной *giflocation*.
- Впишите location для малого flash-ролика, как значение переменной *smallflashlocation*.
- Впишите location для большого flash-ролика, как значение переменной *bigflashlocation*.
- Ссылку на клик по заглушке впишите, как значение переменной *ar_alt_link*. Если не нужен, оставьте пустым.
- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.
- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его, как значение переменной *ar_zeropixel*.

ScreenGlideMove

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам ScreenGlideMove.

- Впишите location для заглушки, как значение переменной *giflocation*.
- Впишите location для малого flash-ролика, как значение переменной *smallflashlocation*.
- Впишите location для большого flash-ролика, как значение переменной *bigflashlocation*.
- Ссылку на клик по заглушке впишите, как значение переменной *ar_alt_link*. Если не нужен, оставьте пустым.
- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.
- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его, как значение переменной *ar_zeropixel*.

FullScreen

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам FullScreen в AdRiver.

- Впишите location для баннера, как значение переменной *ar_swf*.
- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его, как значение переменной *ar_pix*.
- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.

Мультипанельный баннер (MPU, FlyScreen, OverLay)

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к MPU-баннерам в AdRiver.

- В файле script.js вместо имён файлов впишите location для flash-роликов. Пример кода:

```
var loader_html = makeFlash('сюда вставьте location для flash-ролика master', {menu:true})
var p1_html = makeFlash('сюда вставьте location для flash-ролика panel1', {menu:true})
var p2_html = makeFlash('сюда вставьте location для flash-ролика panel2', {menu:true})
```

- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.

BackGround

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам BackGround.

- Впишите location для баннера, как значение переменной *ar_back*.
- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его, как значение переменной *ar_gif_pixel*.
- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.

BackOver

Баннер должен соответствовать [требованиям](#) к баннерам BackOver.

- Впишите location для flash-ролика, как значение переменной *flashname*.
- Впишите location для заглушки, как значение переменной *gifname*.
- Ссылку на клик по заглушке впишите, как значение переменной *ar_alt_link*. Если не нужен, оставьте пустым.
- Если необходимо обеспечить аудит пиксель-аудитом сторонней системы, впишите его, как значение переменной *ar_zeropixel*.
- Добавьте баннер special—>special—>Generic AjaxJS.
- Ссылку на клик по баннеру впишите в поле *Линк Баннера*.

См. также: [Размещение](#) собственных и сторонних баннеров, если на площадке используется код poster.

19. Определение причин, по которым не показывается баннер

Для того, чтобы определить причину, по которой не показывается ваш баннер, перейдите на страницу [описания](#) flash-баннера. Здесь размещён код вызова flash-баннера 468x60.

19.1. Вы увидели flash-баннер

Это значит, что в вашем браузере установлена необходимая версия flash-плагина и запрос на показ баннера от вашего компьютера до AdRiver не отсекается. В этом случае, [перейдите](#) к п. 19.4.

19.2. Вы увидели заглушку gif

Это значит, что запрос на показ баннера от вашего компьютера до AdRiver не отсекается, но в вашем браузере не установлена необходимая версия flash-плагина (или flash-плагин некорректно работает).

В этом случае проверьте версию flash-плагина, установленную в вашем браузере, для этого:

- перейдите на страницу [определения](#) версии flash-плагина;
- если в строке *Версия flash-плагина для вашего браузера* определилась версия flash-плагина, то он работает корректно.

Пример:

Версия flash-плагина для вашего браузера: 9,0,124.

Если при этом вы не можете увидеть flash-баннер, то [обновите](#) flash-плагин.

- если в строке *Версия flash-плагина для вашего браузера* версия flash-плагина определилась как [0,0], значит в вашем браузере не установлен flash-плагин, либо он работает некорректно.

Пример:

Версия flash-плагина для вашего браузера: 0,0.

Поэтому вы не можете увидеть flash-баннер. Решением данной проблемы будет [обновление](#) flash-плагина.

19.3. Вместо баннера вы увидели пустое место или какие-либо сообщения об ошибках

Это значит, что запрос на показ баннера от вашего компьютера до AdRiver не дошёл. Для того, чтобы установить, в каком месте запрос обрывается, выполните трассировку маршрута от вашего компьютера до AdRiver, для этого:

- в операционной системе *Windows* перейдите в меню *Пуск*;
- выберите пункт меню *Выполнить*;
- в окне *Запуск программы* введите команду *cmd* и выполните её, нажав на кнопку *OK*, либо на кнопку *Enter* на клавиатуре вашего компьютера;
- в окне командной строки введите команду *tracert ad.adriver.ru* и выполните её, нажав на кнопку *Enter* на клавиатуре вашего компьютера;
- в окне командной строки будет отображена информация о трассировке маршрута; например, вот так:

```
C:\Documents and Settings\User_Name>tracert ad.adriver.ru
```

```
Трассировка маршрута к ad.adriver.ru [81.222.128.28]  
с максимальным числом прыжков 30:
```

```
    1     <1 мс     <1 мс     <1 мс  217.170.94.129  
    2      1 ms     <1 мс      1 ms  gi4-1.RT006-201.eltel.net  
[81.222.255.206]
```

```
3    <1 мс    <1 мс    <1 мс    rt077-201.eltel.net [81.222.255.158]
4    <1 мс    <1 мс    <1 мс    te7-3.RT077-313.eltel.net
[81.222.255.186]
5    <1 мс    <1 мс    <1 мс    alg8.adriver.ru [81.222.128.28]
```

Трассировка завершена.

- в окне командной строки щелчком правой кнопки мыши вызовите динамическое меню, в нём выберите пункт *Выделить всё*;
- скопируйте выделенный текст, щёлкнув по нему правой кнопкой мыши;
- вставьте данные в текстовый файл.

Напишите в службу технической поддержки AdRiver на support@adriver.ru письмо, в котором детально опишите вашу ситуацию и приложите информацию о трассировке маршрута (то, что выдала команда *tracert*).

19.4. Баннер не показывается из-за настроек рекламной кампании

Если вы перешли к этому пункту, значит технических проблем с показом баннера AdRiver у вас нет. В этом случае, причина, по которой не показывается баннер, связана именно с этим конкретным размещением.

Для решения такого вопроса проверьте настройки рекламной кампании, или напишите письмо менеджеру, который настраивал размещение.

20. Рекомендации по размещению HTML-кодов AdRiver

В AdRiver на каждом типе кода можно показать только определённые виды баннеров. В данной статье мы расскажем, как наиболее оптимально разместить код в вёрстке HTML-страницы.

20.1. Iframe-код

- flash width x height;
- html width x height;
- img width x height.

Баннеры содержатся в элементе `iframe`. Имеет значение вес баннера — чем меньше вес, тем быстрее загрузится баннер. `Iframe`-код имеет фиксированный размер и не влияет на загрузку страницы. Занимает определённое место на странице, независимо от того, что в него загружено. Поэтому, невозможно одному посетителю показывать баннер 600x90, а другому 800x40 на одном и том же `iframe`-коде. Кроме того, баннер не может выходить за пределы фрейма. Если баннер размещен в левом верхнем углу сайта, он ничего не сможет показать в правом нижнем углу.

Рекомендуем размещать `Iframe`-код вне вёрстки таблиц, особенно, если настроен таргетинг на браузер Internet Explorer.

20.2. Синхронный JavaScript-код (баннеры Pop-Under и Rich-media)

Если на странице установлен синхронный JavaScript-код, то загрузка страницы дальше продолжаться не будет до тех пор, пока не будет загружен и выполнен код баннера.

В AdRiver синхронный JavaScript-код используется для показа баннеров Pop-Under и Rich-media, а также для некоторых [нестандартных](#) баннеров.

Рекомендуем ставить этот код в самый низ документа, чтобы он не мешал грузиться странице. Также запрещается ставить больше одного JavaScript-кода на странице, потому что переменные из одного баннера переписывают значения переменных в другом баннере и поведение баннера в этом случае непредсказуемо.

Рекомендуем поставить код JavaScript в тег `div`, но не указывать размер, так как в том случае, если баннер не сможет показаться, баннерное место схлопнется.

Пример:

```
<!-- AdRiver code START. Type:javascript Site: primer PZ: 0 BN: 0 -->
<script language="javascript" type="text/javascript"><!--
var RndNum4NoCash = Math.round(Math.random() * 1000000000);
var ar_Tail='unknown'; if (document.referrer) ar_Tail =
escape(document.referrer);
document.write('<sc' + 'ript language="JavaScript" type="text/javascript"
src="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?sid=92926&target=top&bt=16&pz=0&rnd='
+ RndNum4NoCash + '&tail256=' + ar_Tail + '"><\sc' + 'ript>');
//--></script><!-- AdRiver code END -->
```

20.3. Асинхронный JavaScript-код

- extension;
- poster;
- AjaxJS.

Достоинство асинхронного JavaScript-кода по сравнению с синхронным JavaScript-кодом заключается в том, что загрузка страницы происходит независимо от того, загрузился код баннера или нет.

Extension

Баннер на коде extension загружается браузером одновременно с загрузкой контента страницы. Рекомендуем размещать на коде extension баннеры TopLine, расположенные в видимой части страницы.

Код extension вставляет на страницу тег *div*, в который загружается баннер. Поэтому код можно размещать самостоятельно.

Пример:

```
<!-- AdRiver code START. Type:extension Site: primer PZ: 0 BN: 0 -->
<script type="text/javascript">
(function(L){if(typeof(ar_cn)=="undefined")ar_cn=1;
var S='setTimeout(function(e){if(!self.CgiHref)
{document.close();e=parent.document.getElementById("ar_container_"+ar_bnum);e.parentNode.removeChild(e);}},3000);',
j='
type="text/javascript",t=0,D=document,n=ar_cn;L+=escape(D.referrer||'unknown')
+'&rnd='+Math.round(Math.random()*999999999);
function _(){if(t++<100){var F=D.getElementById('ar_container_'+n);
if(F){try{var d=F.contentDocument||
(window.ActiveXObject&&window.frames['ar_container_'+n].document);
if(d){d.write('<sc'+'ript'+j+'>var
ar_bnum='+n+';'+S+'</sc'+'ript><sc'+'ript'+j+' src="'+L+'"></sc'+'ript>');t=0}
else setTimeout(_,100);}catch(e){try{F.src="javascript:
{document.write('<sc'+'ript'+j+'>var ar_bnum="+n+"; document.domain=\"\"
+D.domain+"\";"+S+"</sc'+'ript>');document.write('<sc'+'ript'+j+'
src=\"'+L+'\"></sc'+'ript>');";return}catch(E){}}else setTimeout(_,100);}
D.write('<div style="visibility:hidden;height:0px;left:-
1000px;position:absolute;"><iframe id="ar_container_'+ar_cn
+' " width=1 height=1 marginwidth=0 marginheight=0 scrolling=no
frameborder=0></iframe></div><div id="ad_ph_'+ar_cn
+' " style="display:none;"></div>');_();ar_cn++;
})('http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?
sid=92926&target=top&bt=43&pz=0&tail256=');
</script><!-- AdRiver code END -->
```

Poster

Баннер на коде poster загружается только в том случае, когда посетитель сайта «прокрутил» страницу до места расположения баннера. Если баннерное место сразу попадает в видимую часть страницы, то баннер загрузится только после загрузки всей страницы. Рекомендуем использовать код poster для баннеров, располагающихся в невидимой части страницы.

Код poster вставляет на страницу тег *div*, в который загружается баннер. Поэтому код можно размещать самостоятельно.

Пример:

```
<!-- AdRiver code START. Type:poster Site: primer PZ: 0 BN: 0 -->
<script language="javascript" type="text/javascript"><!--
function adriverPoster(L){
if(typeof(ar_cn)=="undefined")ar_cn=1;
var
W=window,D=document,E=D.documentElement,T=0,N=ar_cn,P=0,C=D.compatMode=="CSS1Com
pat",
X='<scr'+'ipt type="text/javascript">var
ar_bnum='+N+';setTimeout(function(e){if(!self.CgiHref)
{document.close();e=parent.document.getElementById("ar_container_"+ar_bnum);e.parentNode.removeChild(e);}},3000);',
Y='</sc'+'ript><sc'+'ript type="text/javascript"
```

```

src="+L+'&tail256='+escape(D.referrer||'unknown')
+'&rnd='+Math.round(Math.random()*999999999)+'"></sc'+ 'ript>';
function G(){if(T++<100){var o=D.getElementById('ar_container_'+N);if(o)
{try{var d=o.contentDocument||
(W.ActiveXObject&&W.frames['ar_container_'+N].document);if(d){d.write(X+Y)}else
setTimeout(arguments.callee,100)}catch(e){try{o.src = "javascript:
{document.write('"+X+'document.domain="'+D.domain+'";'+Y+'')}"};return}catch(E)
{}}}}else setTimeout(arguments.callee,100)}}
function A(e,t,f){if(e.addEventListener)e.addEventListener(t,f,false);else
if(e.attachEvent)e.attachEvent('on'+t,f)}
function R(e,t,f)
{if(e.removeEventListener)e.removeEventListener(t,f,false);else
if(e.detachEvent)e.detachEvent('on'+t,f)}
function S(){var ch=self.innerHeight||C&&E.clientHeight||
D.body.clientHeight,st=self.pageYOffset||C&&E.scrollTop||
D.body.scrollTop;if(P>=st&&st+ch>=P){R(W,'scroll',S);G()}}
A(W,'load',function(){var o=D.getElementById('ad_ph_'+N);if(o)
{while(o.offsetParent){P+=o.offsetTop;o=o.offsetParent}A(W,'scroll',S);S()}});
D.write('<div
style="position:absolute;visibility:hidden;height:0px;"><iframe
id="ar_container_'+N+'" width=1 height=1 marginwidth=0 marginheight=0
scrolling=no frameborder=0></iframe></div><div id="ad_ph_'+N+'"></div>');
ar_cn++;
}
adriverPoster("http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?
sid=92926&target=top&bt=49&pz=0");
//--></script><!-- AdRiver code END -->

```

AjaxJS

Используется для реализации сложных многопанельных баннеров с анимацией и взаимодействием панелей друг с другом. Основной код для баннеров такого типа вынесен в отдельный файл (библиотеку). Таким образом, при подключении библиотек, код на сайте сокращается всего до одной строки. Баннеры на AjaxJS-коде отображаются только тогда, когда загрузка сайта завершена.

Рекомендуем не указывать размер в теге *div* при размещении кода AjaxJS, так как в том случае, если баннер не сможет показаться, баннерное место схлопнется.

Пример:

```

<div id="adriver_banner"></div>
<script type="text/javascript" language=javascript>
new adriver("adriver_banner", {sid:92926,sz:"main",bt:52,pz:0,bn:0});
</script>

```

20.4. Counter

Невидимый счётчик. Обычно размещается рядом с баннером, загруженным в стороннюю систему, для учёта статистики в AdRiver. Никак не влияет на дизайн страницы. Код counter размещается в теге *img*. Для тега *img* используйте стиль «width=0 height=0 border=0». Не используйте для тега *img* стиль «display: none».

Пример верного размещения кода counter:

```



```

21. Учёт статистики рекламных статей через AdRiver

1. Заведите в вашем аккаунте вспомогательный сайт для подсчёта статей. Например, *sitename_articles*.
2. Получите код типа Counter (сайтовый). Поставьте этот код в статьи. Код одинаковый для всех статей.
3. Для того, чтобы каждая статья обсчитывалась отдельно, используются слайсы и сайтзоны. Для каждой статьи выделите свою сайтзону в AdRiver по её уникальному адресу на сайте. Например, для статьи *http://example.com/news/article/123456.html* задайте сайтзону в AdRiver по правилу: **123456**. Таким образом, будет учитываться статистика в сайте по конкретной статье.
4. Чтобы делегировать клиенту статистику статьи, выполните следующие действия:
 - заведите рекламную кампанию или сценарий в кампании;
 - загрузите в кампанию/сценарий баннер типа Counter (Special--->Special--->Counter);
 - передайте в кампанию слайс без ограничений с максимальной скоростью распределения показов с сайта *sitename_articles* и настройте в таргетинге по сайтзонам правило, где разрешаются показы только в этом конкретном слайсе.

Если делегировать статистику не нужно, то п.4 можно не выполнять.

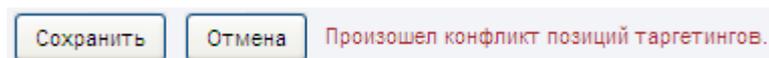
22. Пользовательские таргетинги

22.1. Описание

Система AdRiver позволяет пользователям самостоятельно определять и использовать дополнительные параметры для выбора целевой аудитории. Передача дополнительных параметров осуществляется через код вызова баннера и возлагается на пользователя, определившего конкретные дополнительные параметры. В качестве дополнительного параметра пользователем может быть использована любая информация о посетителе его сайтов в виде символьного или целочисленного значения, которой он располагает.

В системе AdRiver используется позиционная передача параметров для пользовательских таргетингов. Каждый пользовательский таргетинг привязывается к определенной позиции (порядковому номеру передаваемого параметра) в строке запроса. Все параметры должны передаваться в коде ASCII. Длина всех одновременно передаваемых параметров не должна превышать 255 символов. Пользователю доступны любые позиции для дополнительных параметров (пользовательских таргетингов) от 1 до 99, разные параметры (для разных таргетингов) не должны иметь одинаковых позиций на одном сайте. Пользовательский таргетинг может быть использован на одном или нескольких сайтах данного пользователя.

Внимание! Необходимо следить за тем, чтобы разные параметры безусловно имели разные позиции в строке запроса на каждом из сайтов. При попытке создания нового таргетинга с уже занятым номером позиции система выдает следующее сообщение:



При создании пользовательского таргетинга по параметру с символьным значением можно задать возможные значения этого параметра. Возможные значения параметра могут содержать только латинские буквы, цифры, а также знаки «-» и «_». Длина каждого значения не должна превышать 63 символов. Имеется возможность задавать значения в режиме «с названиями», который позволяет дать каждому задаваемому значению содержательное название, в том числе на русском языке, для удобства дальнейшего использования.

При создании пользовательского таргетинга по параметру с целочисленным значением можно задать диапазоны для передаваемых при вызове значений этого параметра. Различные диапазоны перечисляются через запятую, минимальное и максимальное значение каждого из диапазонов разделяются знаком «-».

Для удобства пользователя некоторые стандартные таргетинги имеют статус системных, за их параметрами зарезервированы позиции с номерами больше 99. Системные таргетинги уже созданы в системе, доступны всем пользователям и недоступны для редактирования, что исключает возможность задания неверной позиции. В настоящий момент возможно использование двух системных таргетингов, с номерами позиций 100 и 101 соответственно:

Позиция	Название	Значение
100	Пол	 женский, мужской
101	Возраст	

Для таргетинга по параметру «Пол» (позиция 100) имеются два возможных значения – «женский» и «мужской».

Для таргетинга по параметру «Возраст» необходимые диапазоны доступных значений, например, 20-25, 26-35 и т.д., с учетом интересующих пользователя возрастных категорий целевой аудитории задаются пользователем при настройке сценария рекламной кампании.

Примечание: для обеспечения работы технологии необходимо дополнительно связаться с клиентским отделом: account@adriver.ru по вопросу использования пользовательского таргетинга.

22.2. Создание пользовательского таргетинга

Для создания нового пользовательского таргетинга необходимо выбрать для редактирования сайт, на котором будет осуществляться передача соответствующих дополнительных параметров, и выбрать пункт меню «Пользовательский таргетинг».

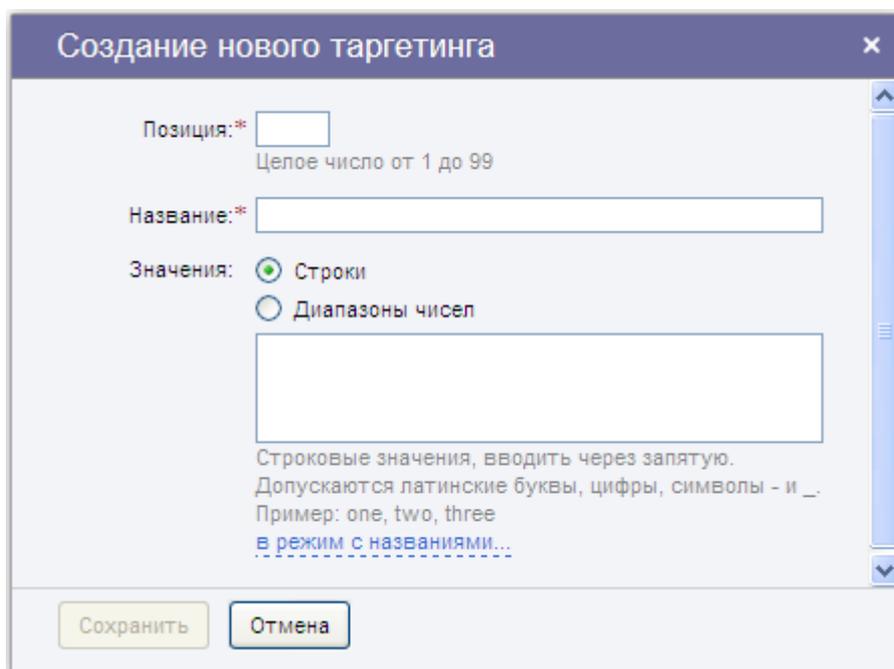
На экране отображается список имеющихся пользовательских таргетингов. По умолчанию (если пользователь пока не создал ни одного пользовательского таргетинга для данного сайта) список состоит только из системных таргетингов.

Позиция	Название		Значение
100	Пол		женский, мужской
101	Возраст		

Создать новый таргетинг

Добавить существующий

Нажатие на кнопку «Создать новый таргетинг» вызывает открытие экранной формы для создания нового таргетинга.



Поле «**Позиция**» предназначено для указания позиции таргетинга. Число от 1 до 99 однозначно определяет место параметра создаваемого пользовательского таргетинга в строке запроса. Нельзя создать пользовательский таргетинг с позицией, уже занятой на текущем сайте другим таргетингом, т.е. невозможно создание разных пользовательских таргетингов с одинаковыми номерами позиций для данного сайта. Поле «**Название**» предназначено для указания названия таргетинга, выполняющего роль его идентификатора в интерфейсе системы AdRiver. Далее необходимо осуществить выбор типа параметра создаваемого пользовательского таргетинга («**Строки**» или «**Диапазоны чисел**»).

В случае создания пользовательского таргетинга с типом параметра **Строки** в предлагаемом поле для ввода могут указываться возможные значения параметра (через запятую). При вводе значений допускается использование только латинских букв, цифр, а также знаков «-» и «_». Пример создания подобного пользовательского таргетинга «**Образование**» с тремя возможными значениями уровня образования иллюстрируется нижеследующим рисунком.

Создание нового таргетинга

Позиция:* 1
Целое число от 1 до 99

Название:* Образование

Значения: Строки
 Диапазоны чисел

high, none, secondary

Строчковые значения, вводить через запятую.
Допускаются латинские буквы, цифры, символы - и _.
Пример: one, two, three
[в режим с названиями...](#)

Сохранить Отмена

Нажатие кнопки «Сохранить» завершает создание пользовательского таргетинга, нажатие кнопки «Отмена» закрывает экранную форму создания пользовательского таргетинга без сохранения внесенных изменений.

Если необходимо дать каждому возможному значению дополнительное содержательное название на русском языке, следует перейти «**в режим с названиями**». В примере для каждого возможного значения параметра пользовательского таргетинга указывается соответствующее название. Названия задаются для удобства пользователя и не влияют на функциональность.

Создание нового таргетинга

Позиция:* 1
Целое число от 1 до 99

Название:* Образование

Значения: Строки
 Диапазоны чисел

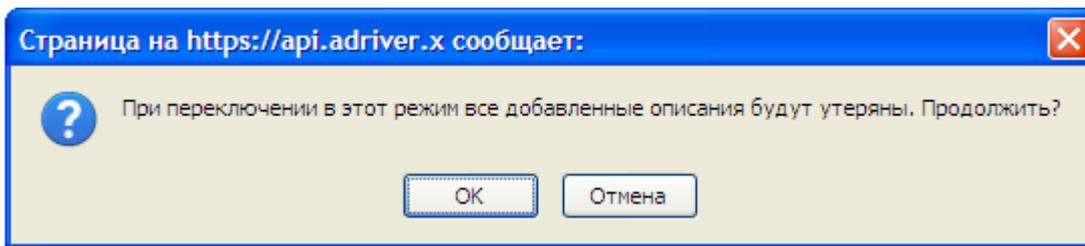
высшее	high	✕
без образования	none	✕
среднее	secondary	✕

[в режим без названий...](#)

Сохранить Отмена

Нажатие кнопки «Сохранить» завершает добавление названий для значений пользовательского таргетинга, нажатие кнопки «Отмена» закрывает экранную форму изменения пользовательского таргетинга без сохранения внесенных изменений с дополнительным запросом на подтверждение.

Если по каким-либо причинам заданные ранее названия значений больше не нужны, то в этом случае имеется возможность возврата «**в режим без названий**» без сохранения внесенных ранее названий, о чем пользователю выдается предупреждение.



В случае создания пользовательского таргетинга с типом параметра «**Диапазоны чисел**» в предлагаемом поле для ввода следует через запятую указать все требуемые диапазоны значений параметра. Пример создания подобного пользовательского таргетинга «*Размер предприятия*» с семью различными диапазонами количества сотрудников предприятия иллюстрируется нижеследующим рисунком.

Нажатие кнопки «Сохранить» завершает создание пользовательского таргетинга, нажатие кнопки «Отмена» закрывает экранную форму создания пользовательского таргетинга без сохранения внесенных изменений с дополнительным запросом на подтверждение.

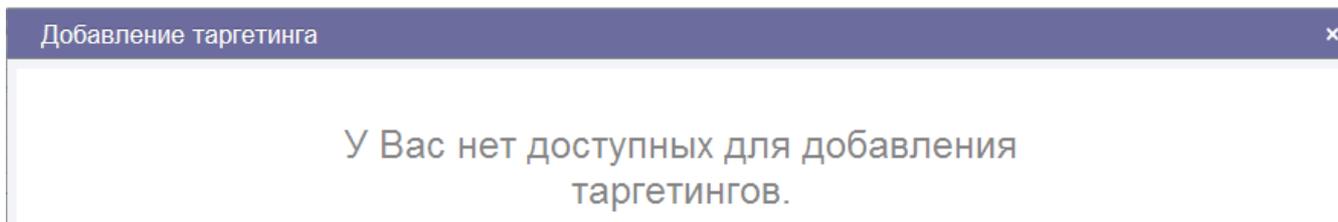
После создания двух описанных выше таргетингов список пользовательских таргетингов будет выглядеть следующим образом:

Позиция	Название	Значение
1	Образование	без образования, высшее, среднее
2	Размер предприятия	5-15, 16-50, 51-100, 101-300, 301-500, 501-1000, 1001-10000
100	Пол	женский, мужской
101	Возраст	

Пользовательские таргетинги, созданные пользователем (в данном случае таргетинги с номерами позиций 1 и 2), доступны для редактирования, системные таргетинги, напротив, не могут быть изменены.

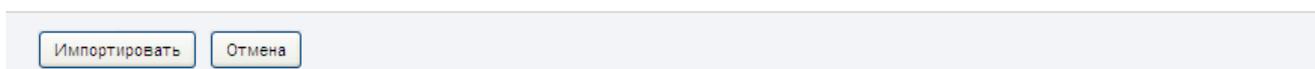
22.3. Добавление ранее созданных пользовательских таргетингов

Если пользователь ранее уже создавал другие пользовательские таргетинги (например, для другого сайта, или имеются созданные, но затем удаленные таргетинги для данного сайта), то такой таргетинг можно добавить к списку, не создавая его заново. В этом случае следует воспользоваться кнопкой «**Добавить существующий**». Если пользователем пока не было создано ни одного пользовательского таргетинга, то появится следующее сообщение:



Нижеследующий рисунок иллюстрирует процесс выбора пользовательского таргетинга на другом сайте из созданных пользователем ранее таргетингов.

	Позиция	Название	Значение
<input type="checkbox"/>	1	Образование	PhD, bachelor, master
<input checked="" type="checkbox"/>	2	Размер предприятия	5-15, 16-50, 51-100, 101-300, 301-500, 501-1000, 1001-10000



Нажатие кнопки «Импортировать» вызывает добавление всех выбранных пользовательских таргетингов для редактируемого сайта.

В результате получится следующий список пользовательских таргетингов:

Сайт (ID 92926): * primer ID:92926

Позиция	Название	Значение
2	Размер предприятия	5-15, 16-50, 51-100, 101-300, 301-500, 501-1000, 1001-10000
100	Пол	женский, мужской
101	Возраст	

Создать новый таргетинг Добавить существующий

Пользователь (издатель, владелец сайтов) может создавать неограниченное количество пользовательских таргетингов для своих сайтов и одновременно использовать не более 99 из них на каждом сайте. Пока эти таргетинги не добавлены в список пользовательских таргетингов текущего сайта, они могут иметь одинаковые позиции (порядковые номера), а также не иметь заданных возможных значений.

В момент добавления для текущего сайта пользовательского таргетинга из списка существующих таргетингов система предлагает для выбора только таргетинги со свободными на данном сайте позициями (порядковыми номерами).

Если выбранная позиция для таргетинга на текущем сайте не занята, а в списке существующих созданных ранее, но пока не добавленных таргетингов имеется несколько различных записей с одинаковыми номерами (позициями), то после добавления пользователем нужного таргетинга оставшиеся не использованные пока записи с такими же номерами во вновь открытом окне «Добавление таргетинга» отображаться не будут.

Создание таргетингов без каких-либо значений имеет смысл в том случае, когда пользователь (издатель, владелец сайтов) предоставляет возможность задать конкретные возможные значения пользовательского таргетинга рекламному агентству. Пользователь (рекламное агентство) может указать желаемые значения в режиме настройки таргетинга, ранее созданного владельцем сайта.

Внимание! Пользователи (издатели, владельцы сайтов) должны быть особенно осторожны в случае удаления или редактирования ранее созданных пользовательских таргетингов. Если удаляемый (редактируемый) таргетинг используется в различных рекламных кампаниях, то выполненные изменения коснутся всех сценариев, в которых этот таргетинг был задействован. При определенных условиях это может привести к срыву рекламных кампаний на всех сайтах, использующих редактируемый таргетинг. При однозначной необходимости изменения таргетинга следует заранее уведомить об этом всех клиентов, имеющих возможность его использования в своих рекламных кампаниях. Таким образом, клиенты смогут своевременно изменить настройки своих рекламных кампаний для необходимой им аудитории.

Внимание! Для использования созданных на сайте пользовательских таргетингов в каких-либо рекламных кампаниях обязательно должен быть создан хотя бы один слайс на этом сайте и передан в соответствующую рекламную кампанию издателя либо в рекламное агентство, которое будет использовать слайс для ведения своих рекламных кампаний (см.п.11.3 «[Создание](#) слайса и передача его в рекламную кампанию»).

22.4. Просмотр статистики по пользовательским таргетингам

В любой момент времени имеется возможность просмотра статистики по каждому из настроенных пользовательских таргетингов. Возможно задание произвольных периодов для просмотра, при этом для удобства пользователя наиболее часто используемые периоды – статистика за вчерашний день, статистика за последние 7 дней и статистика за последние 30 дней – выделены в отдельной строке для выбора. При просмотре статистики отображаются показы, события, клики и CTR(%) за заданный период без учета текущего (сегодняшнего дня). Для просмотра статистики по данному пользовательскому таргетингу следует использовать пиктограмму статистики в строке этого таргетинга.

Позиция	Название		Значение
100	Пол		женский, мужской
101	Возраст		

По умолчанию демонстрируется статистика за последние 7 дней.

Статистика пользовательского таргетинга					
Позиция: 100, Название: Пол					
Период с 2 Февраль 2011 по 9 Февраль 2011 <input type="button" value="Показать"/> вчера последние 7 дней последние 30 дней					
Значение	Показы	События	Клики	CTR, %	
женский	195	6	0	0.00	
мужской	91	7	0	0.00	

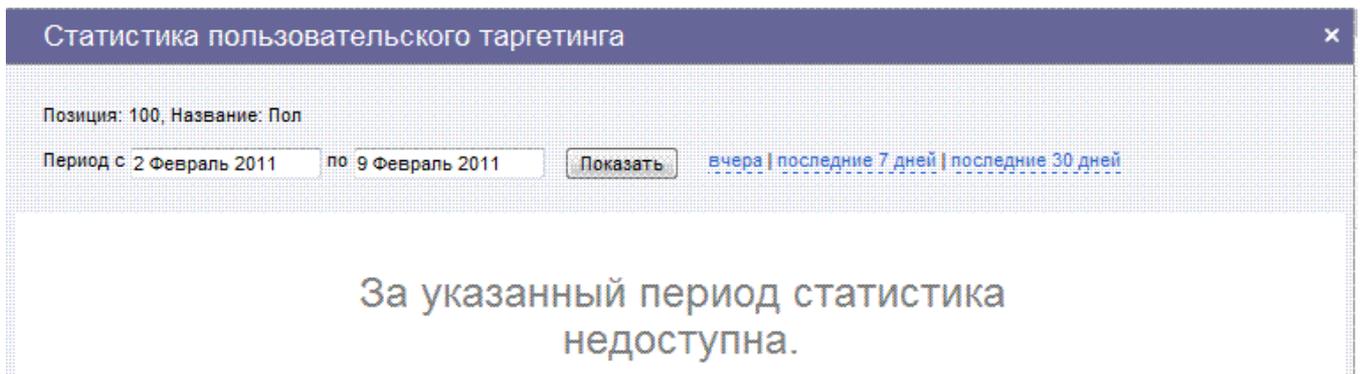
Если необходимо изменить период отображения статистики, следует выбрать желаемый период и нажать кнопку «Показать».

Статистика пользовательского таргетинга					
Позиция: 100, Название: Пол					
Период с 9 Январь 2011 по 9 Февраль 2011 <input type="button" value="Показать"/> вчера последние 7 дней последние 30 дней					
Значение	Показы	События	Клики	CTR, %	
женский	16758	6	0	0.00	
мужской	2533	7	0	0.00	

Если необходимо задать произвольный период отображения статистики, следует задать начало и окончание требуемого периода. При попытке ввода даты в соответствующем поле для удобства выбора отображается календарь.

Статистика пользовательского таргетинга																																																					
Позиция: 101, Название: Возраст																																																					
Период с 14 Февраль 2011 по 21 Февраль 2011 <input type="button" value="Показать"/> вчера последние 7 дней последние 30 дней																																																					
<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;"> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> Фев 2011 </div> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Не</th> <th>Пн</th> <th>Вт</th> <th>Ср</th> <th>Чт</th> <th>Пт</th> <th>Сб</th> <th>Вс</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>31</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>11</td> <td>12</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>14</td> <td>15</td> <td>16</td> <td>17</td> <td>18</td> <td>19</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>21</td> <td>22</td> <td>23</td> <td>24</td> <td>25</td> <td>26</td> <td>27</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>28</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table> </div>						Не	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс	5	31	1	2	3	4	5	6	6	7	8	9	10	11	12	13	7	14	15	16	17	18	19	20	8	21	22	23	24	25	26	27	9	28	1	2	3	4	5	6
Не	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс																																														
5	31	1	2	3	4	5	6																																														
6	7	8	9	10	11	12	13																																														
7	14	15	16	17	18	19	20																																														
8	21	22	23	24	25	26	27																																														
9	28	1	2	3	4	5	6																																														

Внимание! Если данный пользовательский таргетинг не был включен ни в один из сценариев рекламных кампаний или рекламная кампания с данным пользовательским таргетингом не соответствует по времени проведения отображаемому периоду, то при запросе статистики по такому пользовательскому таргетингу выдается следующее сообщение:



Если какие-либо ранее заданные символьные значения параметров пользовательского таргетинга были удалены, но в течение указанного пользователем периода отображения статистики по этим значениям имеется информация, то при выводе статистики на экран строки с такими значениями выделяются красным цветом.

При отображении статистики по пользовательскому таргетингу с параметрами в виде целочисленных диапазонов не проверяется вхождение полученного от сайта конкретного значения таргетинга в один из этих диапазонов. Таким образом, нельзя получить данные статистики по каждому диапазону. Статистика выдается по всем конкретным значениям таргетинга, по которым имеется информация за указанный период, независимо от вхождения их в тот или иной диапазон. Статистика по каждому из значений таргетинга отображается в отдельной строке.

22.5. Включение пользовательского таргетинга в рекламной кампании

Для использования функций пользовательского таргетинга при формировании рекламной кампании следует включить его в анкете этой рекламной кампании. Для этого в анкете рекламной кампании следует отметить соответствующий пункт:

Завершённая:	<input type="checkbox"/>
Включена (включен показ баннеров):	<input checked="" type="checkbox"/>
Скрыть иконки, сигнализирующие о проблемах в настройках сценария:	<input type="checkbox"/>
Использовать расширенные настройки сценариев:	<input type="checkbox"/>
Разрешить использование таргетинга по IP-диапазонам в сценариях кампании:	<input type="checkbox"/>
Разрешить использование пользовательского таргетинга в сценариях кампании:	<input checked="" type="checkbox"/>
Использовать общие кредиты:	<input checked="" type="checkbox"/>
Кредит:	Не изменять <input type="button" value="v"/> <input type="text" value="0"/>
<input type="button" value="Дополнительно"/> <input type="button" value="Сохранить"/> <input type="button" value="Отменить"/>	

Далее необходимо включить таргетинг в сценарии. Для этого необходимо отметить селектор «И» напротив строки «Пользовательский».

После входа в режим настройки пользовательских таргетингов «Пользовательский» можно последовательно настроить все доступные пользовательские таргетинги.

Рекламная кампания (ID 267708): * Пользовательские таргетинги ID:267708 " >

Сценарий (ID: 565664) : * CustomTargeting (ID: 565664) >

В сценарии не настроены пользовательские таргетинги

Для добавления таргетинга выберите его из списка доступных:

- Возраст
- Образование
- Пол
- Размер предприятия

При настройке каждого из таргетингов необходимо указать конкретные значения параметров, ограничивающих целевую аудиторию в рамках данного сценария.

Добавление таргетинга. Другие операции со списком и его элементами запрещены. [Отменить действие](#)

Для добавления таргетинга выберите его из списка доступных:

- Возраст
- Образование
- Пол
- Размер предприятия

Новый таргетинг: Пол (Строковые значения)

Значения: женский, мужской

Выберите значения из списка, предоставленного площадкой

После выбора необходимого для определения целевой аудитории значения параметра каждого таргетинга следует сохранить выполненные настройки. Нажатие кнопки «Сохранить» завершает настройку пользовательского таргетинга, нажатие кнопки «Отмена» закрывает экранную форму настройки пользовательского таргетинга без сохранения внесенных изменений. Кроме того, можно воспользоваться возможностью отменить действие (с помощью кнопки «Отменить действие» в правой части экрана).

Также можно отменить выполненные изменения путем нажатия клавиши «Esc».

После сохранения изменений список пользовательских таргетингов рассматриваемого сценария будет выглядеть следующим образом:

Операция	(Название		Значение)
		Пол	=	мужской	

При добавлении очередного таргетинга из списка каждый очередной таргетинг помещается в нижней строке отображаемой таблицы пользовательских таргетингов данного сценария. Пример - добавление таргетинга по возрасту в сценарий рассматриваемого примера.

Операция	(Название		Значение)
		Пол	=	мужской	

Добавление таргетинга. Другие операции со списком и его элементами запрещены. [Отменить действие](#)

Для добавления таргетинга выберите его из списка доступных:

- Возраст
- Образование
- Пол
- Размер предприятия

Новый таргетинг: Возраст (Диапазоны чисел)

Значения:* 25-35

Диапазоны целых чисел вводить через запятую.
Допустимые числа - от 0 до 2147483647.
Пример: 1-3, 4-6, 8-10

После сохранения изменений список пользовательских таргетингов рассматриваемого сценария будет

выглядеть следующим образом:

Операция	(Название		Значение)
		Пол	=	мужской	
↓ и		Возраст	=	25-35	

Однако, в случае необходимости, можно поместить очередной добавляемый таргетинг в любое место таблицы, выделив перед добавлением таргетинга ту строку, перед которой должен расположиться добавляемый таргетинг.

Операция	(Название		Значение)
		Пол	=	мужской	

При добавлении таргетинга он будет помещен в таблицу перед выделенной строкой. [Отменить действие](#)

В этом случае после сохранения изменений список пользовательских таргетингов рассматриваемого сценария будет выглядеть следующим образом:

Операция	(Название		Значение)
		Возраст	=	25-35	
↓ и		Пол	=	мужской	

Нижеследующий рисунок иллюстрирует настройку таргетинга по образованию (целевая аудитория с высшим образованием).

Операция	(Название		Значение)
		Пол	=	мужской	

Добавление таргетинга. Другие операции со списком и его элементами запрещены. [Отменить действие](#)

Для добавления таргетинга выберите его из списка доступных:

- Возраст
- Образование**
- Пол
- Размер предприятия

Новый таргетинг: Образование (Строковые значения)

Значения: без образования, **высшее**, среднее

Выберите значения из списка, предоставленного площадкой

Следующий рисунок отображает настройку таргетинга по размеру предприятия (целевая аудитория — работающие на предприятиях с численностью штата от 16 до 50 человек).

Операция	(Название		Значение)
		Пол	=	мужской	
↓ и		Образование	=	Высшее	

Добавление таргетинга. Другие операции со списком и его элементами запрещены. [Отменить действие](#)

Для добавления таргетинга выберите его из списка доступных:

- Возраст
- Образование
- Пол
- Размер предприятия**

Новый таргетинг: Размер предприятия (Диапазоны чисел)

Значения: 5-15, **16-50**, 51-100, 101-300, 301-500, 501-1000, 1001-10000

Выберите значения из списка, предоставленного площадкой

Результат настройки четырех имеющихся пользовательских таргетингов представлен на следующем рисунке. Все настроенные таргетинги автоматически включается в сценарий по «И» относительно общего списка таргетингов, поскольку этот тип включения был выбран ранее для всех таргетингов пользовательской группы.

Операция	(Название		Значение)
		Возраст	=	25-35	
↓ и		Пол	=	мужской	
↓ и		Образование	=	высшее	
↓ и		Размер предприятия	=	16-50	

Каждый используемый пользовательский таргетинг может быть настроен либо на выбор аудитории, у которой данные совпадают с настроенными значениями таргетинга (=), либо на выбор аудитории,

данные которой не совпадают с настроенными значениями таргетинга (<>). Каждое нажатие на соответствующее поле в строке настраиваемого таргетинга вызывает изменение его значения на противоположное.

Если в рекламной кампании одновременно используются несколько пользовательских таргетингов (как в рассматриваемом примере), то дополнительно можно настроить выбор целевой аудитории в зависимости от комбинации значений пользовательских таргетингов по определенным правилам. Каждый из таргетингов может быть включен в комбинацию либо по «И», либо по «ИЛИ». Проверка условий при запросе по списку таргетингов осуществляется в последовательности сверху вниз, то есть для каждой строки выполняется соответствующая логическая операция с результатом логических операций с предыдущими строками.

В рассмотренном выше примере все таргетинги объединяются только по «И», то есть целевой аудиторией в соответствии с указанными настройками будут мужчины возраста от 25 до 35 лет с высшим образованием, работающие на предприятиях, с численностью штата от 16 до 50.

Если использовать при комбинировании таргетингов рассматриваемого примера другие логические функции, можно получить другую целевую аудиторию. Например, следующие настройки:

Операция	(Название	Значение)
		Возраст	= 25-35	
↕ или		Пол	= мужской	
↕ и		Образование	= высшее	
↕ или		Размер предприятия	<> 16-50	

ограничивают целевую аудиторию людьми с высшим образованием возраста от 25 до 35 лет обоих полов или мужчинами с высшим образованием любого возраста или людьми обоих полов любого возраста, не работающих на предприятиях с числом сотрудников от 16 до 50.

Если для выбора целевой аудитории требуется сложная комбинация пользовательских таргетингов, которую трудно или невозможно представить с помощью описанных средств, предлагается применять дополнительный механизм скобок для образования нужной логической функции. Для добавления скобок в таблице настроенных таргетингов выделены специальные столбцы: слева для открывающихся скобок и справа для закрывающихся. При выделении желаемого места для открывающейся скобки в соответствующем столбце выделенная ячейка таблицы подсвечивается зеленым цветом. Одновременно в столбце закрывающихся скобок также зеленым цветом подсвечиваются разрешенные места для добавления закрывающейся скобки.

Операция	(Название	Значение)
		Возраст	= 25-35	
↕ или		Пол	= мужской	
↕ и		Образование	= высшее	
↕ или		Размер предприятия	<> 16-50	

Добавление пары скобок. Выберите строку, после которой создать закрывающую скобку. Отменить действие

После выбора места для закрывающейся скобки в соответствующих ячейках таблицы настроенных таргетингов отображаются добавленные скобки, подсветка ячеек больше не осуществляется.

Операция	(Название	Значение)
		Возраст	= 25-35	
↕ или	(
		Пол	= мужской	
↕ и		Образование	= высшее	
)
↕ или		Размер предприятия	<> 16-50	

После добавления скобок комбинация таргетингов в рассматриваемом примере ограничивает целевую аудиторию людьми обоих полов возраста от 25 до 35 лет или мужчинами с высшим образованием любого возраста или людьми обоих полов любого возраста, не работающих на предприятиях с числом сотрудников от 16 до 50.

Добавленные скобки при необходимости можно удалить. При выборе первой (открывающейся) скобки соответствующие паре удаляемых скобок ячейки подсвечиваются красным цветом.

Операция	(Название		Значение)
		Возраст	=	25-35	
или	(
		Пол	=	мужской	
и		Образование	=	высшее	
)
или		Размер предприятия	<>	16-50	

Удаление пары скобок. Выберите закрывающую для подтверждения.

[Отменить действие](#)

Выбор закрывающей скобки подтверждает удаление выделенной пары скобок. Выбор пункта «Отменить действие» (или нажатие клавиши «Esc») отменяет удаление и выделение пары скобок.

Настроенные таргетинги допускают редактирование. Выбор значения любого настроенного ранее таргетинга вызывает появление на экране параметров редактирования для внесения желаемых изменений в настройки выбранного таргетинга.

Операция	(Название		Значение)
		Возраст	=	25-35	
или	(
		Пол	=	мужской	
и		Образование	=	высшее	
)
или		Размер предприятия	<>	16-50	

Редактирование таргетинга. Другие операции со списком и его элементами запрещены.

[Отменить действие](#)

Для добавления таргетинга выберите его из списка доступных:

- Возраст
- Образование
- Пол
- Размер предприятия

Изменение таргетинга: Образование (Строковые значения)

Значения:

- без образования
- высшее
- среднее

Выберите значения из списка, предоставленного площадкой

Сохранить

Отмена

Нажатие кнопки «Сохранить» завершает редактирование пользовательского таргетинга, нажатие кнопки «Отмена» (или нажатие клавиши «Esc») закрывает экранную форму редактирования пользовательского таргетинга без сохранения внесенных изменений.

Настроенные таргетинги можно удалить из списка. Для этого следует указать на последний столбец таблицы в строке удаляемого таргетинга. В соответствующей ячейке появится пиктограмма удаления и всплывающая подсказка с соответствующим текстом.

Операция	(Название		Значение)
		Возраст	=	25-35	
или	(
		Пол	=	мужской	
и		Образование	=	высшее	
)
или		Размер предприятия	<>	16-50	✖

Удалить таргетинг сайта из сценария

При выборе появившейся пиктограммы таргетинг удаляется из списка без дополнительного запроса на удаление.

Тем не менее, ошибочно удаленный таргетинг всегда можно добавить в таблицу настроенных таргетингов сценария, поскольку он остается в списке доступных таргетингов.

22.6. Добавление пользовательского таргетинга в код вызова баннера

22.6.1. Iframe

Для добавления пользовательских таргетингов в код вызова баннера `iframe` следует использовать нижеследующий скрипт. Для настройки пользовательских таргетингов в скрипте необходимо указать их значения, определенные для данного баннера в сценарии. В данном примере выполнена настройка именно на те таргетинги, которые используются в примере настройки пользовательских таргетингов в интерфейсе выше. Настраиваемые параметры выделены красным.

```
<script type="text/javascript">
(function(){
    var custom = [];
/* custom params */

    var age          = '31';
    var gender       = 'm';
    custom[1]        = 'high';
    custom[2]        = '40';

/* end of custom params */
    var std = {gender:100, age:101},i;for(i in std)
{try{custom[std[i]]=eval(i)}catch(e){}}
    custom.getStd = function(){for(var i=0,j,s=[];i<this.length;i++)
{if(this[i].s.push(!j?(j=1,i+'='):'')+escape(this[i]));else j=0}return
s.length?'&custom='+s.join(';'):''};

    var RndNum4NoCash = Math.round(Math.random() * 10000000000),
        ar_Tail = escape(document.referrer || 'unknown');
    document.write('<iframe src="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?'
        + 'sid=103134&target=top&bt=22&pz=0&rnd=' + RndNum4NoCash +
        '&tail256=' + ar_Tail + custom.getStd()
        + '" frameborder=0 vspace=0 hspace=0 width=240 height=400
marginwidth=0'
        + ' marginheight=0 scrolling=no></iframe>');
})();
</script>
```

- `var age = '31'`; — значение системного таргетинга «возраст» - 28, присвоенное сайтом данному запросу.
- `var gender = 'm'`; — значение системного таргетинга «пол» - 'm', присвоенное сайтом данному запросу.
- `custom[1] = 'high'`; — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 1: «образование» - 'high', присвоенное сайтом данному запросу.
- `custom[2] = '40'`; — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 2: «размер предприятия» - 30, присвоенное сайтом данному запросу.

Значения пользовательских таргетингов и номера их позиций должны безусловно совпадать с соответствующими настроенными значениями в интерфейсе системы AdRiver, в противном случае на месте настраиваемого баннера будет демонстрироваться системная заглушка.

22.6.2. Poster

Для добавления пользовательских таргетингов в код вызова баннера `poster` следует использовать нижеследующий скрипт. Для настройки пользовательских таргетингов в скрипте необходимо указать их значения, определенные для данного баннера в сценарии. В данном примере выполнена настройка именно на те таргетинги, которые используются в примере настройки пользовательских таргетингов в интерфейсе выше. Настраиваемые параметры выделены красным.

```

<script type="text/javascript">
function adriverPoster(L){
    if(typeof(ar_cn)=="undefined")ar_cn=1;
    var
W=window,D=document,E=D.documentElement,T=0,N=ar_cn,P=0,C=D.compatMode=="CSS1Com
pat",
    X='<scr'+ 'ipt type="text/javascript">var
ar_bnum='+N+';setTimeout(function(e){if(!self.CgiHref)
{document.close();e=parent.document.getElementById("ar_container_"+ar_bnum);e.pa
rentNode.removeChild(e)}},3000);',
    Y='<\/sc'+ 'ript><sc'+ 'ript type="text/javascript"
src="'+L+'&tail256='+escape(D.referrer||'unknown')
+'&rnd='+Math.round(Math.random()*999999999)+'"><\/sc'+ 'ript>';
    function G(){if(T++<100){var o=D.getElementById('ar_container_'+N);if(o)
{try{var d=o.contentDocument||
(W.ActiveXObject&&W.frames['ar_container_'+N].document);if(d){d.write(X+Y)}else
setTimeout(arguments.callee,100)}catch(e){try{o.src = "javascript:
{document.write('"+X+'document.domain="'+D.domain+'";'+Y+"')}";return}catch(E)
{}}}}else setTimeout(arguments.callee,100)}}
    function A(e,t,f){if(e.addEventListener)e.addEventListener(t,f,false);else
if(e.attachEvent)e.attachEvent('on'+t,f)}
    function R(e,t,f)
{if(e.removeEventListener)e.removeEventListener(t,f,false);else
if(e.detachEvent)e.detachEvent('on'+t,f)}
    function S(){var ch=self.innerHeight||C&&E.clientHeight||
D.body.clientHeight,st=self.pageYOffset||C&&E.scrollTop||
D.body.scrollTop;if(P>=st&&st+ch>=P){R(W,'scroll',S);G()}}
    A(W,'load',function(){var o=D.getElementById('ad_ph_'+N);if(o)
{while(o.offsetParent){P+=o.offsetTop;o=o.offsetParent}A(W,'scroll',S);S()}});
    D.write('<div
style="position:absolute;visibility:hidden;height:0px;width:1px;"><iframe
id="ar_container_'+N+'"><\/iframe><\/div><div id="ad_ph_'+N+'"><\/div>');
    ar_cn++;
}

(function(){
    var custom = [];
/* custom params */

    var age          = '31';
    var gender       = 'm';
    custom[1]        = 'high';
    custom[2]        = '40';

/* end of custom params */
    var std = {gender:100, age:101},i;for(i in std)
{try{custom[std[i]]=eval(i)}catch(e){}}
    custom.getStd = function(){for(var i=0,j,s=[];i<this.length;i++)
{if(this[i])s.push(!j?(j=1,i+'='):'+')+escape(this[i]);else j=0}return
s.length?'&custom='+s.join(';'):''};

    adriverPoster("http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?
sid=103134&target=top&bt=49&pz=0" + custom.getStd());
})();
</script>

```

- `var age = '31';` — значение системного таргетинга «возраст» - 31, присвоенное сайтом данному запросу.
- `var gender = 'm';` — значение системного таргетинга «пол» - 'm', присвоенное сайтом данному запросу.

- `custom[1] = 'high'`; — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 1: «образование» - 'high', присвоенное сайтом данному запросу.
- `custom[2] = '40'`; — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 2: «размер предприятия» - 30, присвоенное сайтом данному запросу.

Значения пользовательских таргетингов и номера их позиций должны безусловно совпадать с соответствующими настроенными значениями в интерфейсе системы AdRiver, в противном случае на месте настраиваемого баннера будет демонстрироваться системная заглушка.

22.6.3. Extension

Для добавления пользовательских таргетингов в код вызова баннера extension следует использовать нижеследующий скрипт. Для настройки пользовательских таргетингов в скрипте необходимо указать их значения, определенные для данного баннера в сценарии. В данном примере выполнена настройка именно на те таргетинги, которые используются в примере настройки пользовательских таргетингов в интерфейсе выше. Настраиваемые параметры выделены красным.

```
<script type="text/javascript">
(function(){
    var custom = [];
/* custom params */

    var age      = '31';
    var gender   = 'm';
    custom[1]    = 'high';
    custom[2]    = '40';

/* end of custom params */
    var std = {gender:100, age:101},i;for(i in std)
{try{custom[std[i]]=eval(i)}catch(e){}}
    custom.getStd = function(){for(var i=0,j,s=[];i<this.length;i++)
{if(this[i]).s.push((!j?(j=1,i+'='):'+')'+escape(this[i]));else j=0}return
s.length?'&custom='+s.join(';'):''};

    (function(L){if(typeof(ar_cn)=="undefined")ar_cn=1;
        var
W=window,D=document,E=D.documentElement,T=0,N=ar_cn,P=0,C=D.compatMode=="CSS1Com
pat",
                X='<scr'+'+ipt type="text/javascript">var
ar_bnum='+N+';setTimeout(function(e){if(!self.CgiHref)
{document.close();e=parent.document.getElementById("ar_container_"+ar_bnum);e.pa
rentNode.removeChild(e)}},3000);',
                Y='</sc'+'+ript><sc'+'+ript type="text/javascript"
src="'+L+escape(D.referrer||'unknown')
+'&rnd='+Math.round(Math.random()*999999999)+custom.getStd()+'"></sc'+'+ript>';
                function G(){if(T++<100){var
o=D.getElementById('ar_container_'+N);if(o){try{var d=o.contentDocument||
(W.ActiveXObject&&W.frames['ar_container_'+N].document);if(d){d.write(X+Y)}else
setTimeout(arguments.callee,100)}catch(e){try{o.src = "javascript:
{document.write('"+X+'document.domain="'+D.domain+'";'+Y+'')}";return}catch(E)
{}}}}else setTimeout(arguments.callee,100)}}
                D.write('<div
style="visibility:hidden;height:0px;width:1px;position:absolute;"><iframe
id="ar_container_'+ar_cn+'"></iframe></div><div id="ad_ph_'+ar_cn+'
style="display:none;"></div>');G();ar_cn++;
                })('http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?
sid=103134&target=top&bt=43&pz=0&tail256=');
})();
</script>
```

- `var age = '31';` — значение системного таргетинга «возраст» - 31, присвоенное сайтом данному запросу.
- `var gender = 'm';` — значение системного таргетинга «пол» - 'm', присвоенное сайтом данному запросу.
- `custom[1] = 'high';` — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 1: «образование» - 'high', присвоенное сайтом данному запросу.
- `custom[2] = '40';` — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 2: «размер предприятия» - 30, присвоенное сайтом данному запросу.

Значения пользовательских таргетингов и номера их позиций должны безусловно совпадать с соответствующими настроенными значениями в интерфейсе системы AdRiver, в противном случае на месте настраиваемого баннера будет демонстрироваться системная заглушка.

22.6.4. JavaScript

Для добавления пользовательских таргетингов в код вызова баннера JavaScript следует использовать нижеследующий скрипт. Для настройки пользовательских таргетингов в скрипте необходимо указать их значения, определенные для данного баннера в сценарии. В данном примере выполнена настройка именно на те таргетинги, которые используются в примере настройки пользовательских таргетингов в интерфейсе выше. Настраиваемые параметры выделены красным.

```
<script type="text/javascript">
(function(){
    var custom = [];
/* custom params */

    var age      = '31';
    var gender   = 'm';
    custom[1]    = 'high';
    custom[2]    = '40';

/* end of custom params */
    var std = {gender:100, age:101},i;for(i in std)
{try{custom[std[i]]=eval(i)}catch(e){}}
    custom.getStd = function(){for(var i=0,j,s=[];i<this.length;i++)
{if(this[i])s.push ((!j?(j=1,i+'='):'')+escape(this[i]));else j=0}return
s.length?'&custom='+s.join(';'):''};

    var RndNum4NoCash = Math.round(Math.random() * 1000000000),
        ar_Tail = escape(document.referrer || 'unknown');
    document.write('<sc' + 'ript type="text/javascript"
src="http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?
sid=103134&target=top&bt=16&pz=0&rnd='
+ RndNum4NoCash + '&tail256=' + ar_Tail + custom.getStd() +
'"></sc' + 'ript>');
})();
</script>
```

- `var age = '31';` — значение системного таргетинга «возраст» - 31, присвоенное сайтом данному запросу.
- `var gender = 'm';` — значение системного таргетинга «пол» - 'm', присвоенное сайтом данному запросу.
- `custom[1] = 'high';` — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 1: «образование» - 'high', присвоенное сайтом данному запросу.
- `custom[2] = '40';` — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 2: «размер предприятия» - 30, присвоенное сайтом данному запросу.

Значения пользовательских таргетингов и номера их позиций должны безусловно совпадать с соответствующими настроенными значениями в интерфейсе системы AdRiver, в противном случае на месте настраиваемого баннера будет демонстрироваться системная заглушка.

22.6.5. AjaxJS

Для добавления пользовательских таргетингов в код вызова баннера AjaxJS следует использовать нижеследующий скрипт. Для настройки пользовательских таргетингов в скрипте необходимо указать их значения, определенные для данного баннера в сценарии. В данном примере выполнена настройка именно на те таргетинги, которые используются в примере настройки пользовательских таргетингов в интерфейсе выше. Настраиваемые параметры выделены красным.

```
<script type="text/javascript">
(function(){
    var custom = {};
/* custom params */

    var age          = '31';
    var gender       = 'm';
    custom[1]        = 'high';
    custom[2]        = '40';

/* end of custom params */
    var std = {gender:100, age:101},i;for(i in std)
{try{custom[std[i]]=eval(i)}catch(e){}}

    new adriver("adriver_banner", {sid: 1, bt: 52, bn: 1, custom: custom});
})();
</script>
```

- `var age = '31';` — значение системного таргетинга «возраст» - 31, присвоенное сайтом данному запросу.
- `var gender = 'm';` — значение системного таргетинга «пол» - 'm', присвоенное сайтом данному запросу.
- `custom[1] = 'high';` — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 1: «образование» - 'high', присвоенное сайтом данному запросу.
- `custom[2] = '40';` — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 2: «размер предприятия» - 30, присвоенное сайтом данному запросу.

Значения пользовательских таргетингов и номера их позиций должны безусловно совпадать с соответствующими настроенными значениями в интерфейсе системы AdRiver, в противном случае на месте настраиваемого баннера будет демонстрироваться системная заглушка.

Пример добавления пользовательских таргетингов в код вызова баннера AjaxJS, если используется автоматическая загрузка (пользовательские таргетинги выделены красным):

```
<div id="adriver_banner" class="ext90 adriverBanner" data-Adriver="pz:1, custom:
{100:'m', 101:31, 1:'high', 2:40}, bn:1"></div>
```

22.6.6. XML-код

Для настройки пользовательских таргетингов в XML-коде вызова необходимо указать их значения, определенные для данного баннера в сценарии. Значения пользовательских таргетингов в код вызова могут вставляться, например, другими скриптами или редактироваться через систему управления контентом сайта.

В данном примере выполнена настройка именно на те таргетинги, которые используются в примере настройки пользовательских таргетингов в интерфейсе выше. Пользовательские таргетинги выделены красным.

```
<!-- AdRiver code START. Type:xml banner Site: primer PZ: 0 BN: 0 -->
Ролик:http://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?
sid=92926&target=top&bt=54&pz=0&custom=1=high;40;100=m;31&rnd=2118226591
Клик:http://ad.adriver.ru/cgi-bin/click.cgi?
sid=92926&bt=54&pz=0&rnd=2118226591<!-- AdRiver code END -->
```

Для задания пользовательских таргетингов необходимо указать номер параметра и его значение (или указать первый параметр, а для последующих указать только значения).

- *1=high*; — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 1: «образование» — 'high', присвоенное сайтом данному запросу.
- *40*; — значение пользовательского таргетинга с номером (позицией) 2: «размер предприятия» — 40, присвоенное сайтом данному запросу.
- *100=m*; — значение системного таргетинга «пол» — 'm', присвоенное сайтом данному запросу.
- *31*; — значение системного таргетинга «возраст» — 31, присвоенное сайтом данному запросу.

Значения пользовательских таргетингов и номера их позиций должны безусловно совпадать с соответствующими настроенными значениями в интерфейсе системы AdRiver, в противном случае на месте настраиваемого баннера будет демонстрироваться системная заглушка.

23. Обсчет спецпроектов, брендирования и других небаннерных размещений

- Статьи. Можно считать [пиксель-аудитом](#).
- Ссылки внутри статей. Можно считать [кликковой ссылкой](#).
- Текстовый блок, тизер, анонсирующий блок. Можно завести как [текстовый блок](#) или [тизер](#) в AdRiver или считать [пиксель-аудитом](#).
- Инфографика. Можно считать [пиксель-аудитом](#).
- Логотип. Можно считать [пиксель-аудитом](#).
- Брендирование подложки. Можно считать [пиксель-аудитом](#).
- Брендирование элементов видео-плеера. Можно считать [пиксель-аудитом](#).
- Брендирование кнопки внутри видео-плеера. Можно считать [пиксель-аудитом](#).