

Создание рекламных объявлений (рекламных кампаний)

1) Создание записи о создании РК.

Каждой рекламной кампании присваивается свой уникальный номер (ID). РК может быть создана только конкретным пользователем (рекламодателем).

2) Выбор типа РК.

На данном этапе выбирается тип РК из существующего списка: баннерная, контекстная, нативная и т.п. Изначально будет представлен один формат, в дальнейшем он будет расширяться.

3) Создание объявления в рамках РК.

В одной РК может быть создано несколько различных объявлений. Объявление состоит из контента, который определяется исходя из типа РК: текст, картинка, видео. Каждое объявление имеет уникальный ID.

4) Выбор дополнительных параметров.

Рекламодатель может выбрать дополнительные параметры покупаемого трафика: ГЕО (страны), языковая группа, выбор устройства (ПК, планшет, телефон), операционная система, время показа объявлений.

5) Выбор ключей.

Рекламодатель может использовать список ключей, по которым хочет покупать трафик. Ключи - это слова, которые встречаются на сайте вебмастера. Формирование списка ключей с привязкой к сайтам вебмастеров выполняется отдельным модулем (парсер).

6) Выбор качества трафика.

На данном этапе можно выбрать качественный или весь трафик для покупки.

Качественный трафик - идентифицированные пользователи, отфильтрованные от ботов.

7) Создание черного списка площадок.

Если рекламодатель ранее собирал статистику по площадкам и хочет отключить показ на конкретных, он может ввести список ID площадок. На данных площадках показы будут приостановлены.

8) Ограничение бюджета.

Рекламодатель может ограничить дневной бюджет, который будет расходоваться на рекламные кампании. Эта функция необходима для контроля средств и защиты от пустого «слива» бюджета.