

[🏠 > Правила и модерация >](#)[Яндекс.Директ](#) 

Требования к сайту и оформлению объявления

Как правильно оформить объявление

Чтобы пройти модерацию, нужно правильно оформить объявление.

Примечание.

Яндекс не принимает рекламу [определенных товаров и услуг](#), а также устанавливает дополнительные правила для [некоторых тематик](#). Это связано с законодательными ограничениями и рекламной политикой Яндекса.

Текст объявления

Язык объявления должен соответствовать языку страны таргетинга. Слова и фразы на языке, не соответствующем языку страны таргетинга, необходимо сопроводить переводом (кроме товарных знаков).

▶ [Правила использования языка в объявлениях](#)

Грамматика и лексика

Текст объявления должен быть составлен в соответствии с нормами используемого языка, по правилам орфографии и пунктуации.

Убедитесь, что в текстах отсутствуют:

- опечатки, грамматические и орфографические ошибки;
- слова, набранные **р а з р я д к о й**;
- слова, полностью написанные **ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ**, кроме общепринятых аббревиатур (например, ГОСТ) и брендов (например, YANGO);
- жаргонные, грубые, просторечные выражения;
- многократные повторы одних и тех же слов или фраз.

Для текстово-графических объявлений есть автоматическое исправление ошибок и опечаток. Некритичные нарушения (грамматические ошибки, опечатки, Caps Lock и украшения, например эмоджи или разрядка в словах) исправляются и отправляются на повторную модерацию.

Содержание объявления

Содержание объявления должно отвечать следующим требованиям:

- В тексте объявления должен быть четко определен объект рекламирования (товар или услуга).

Нужен заработок? От 15 000 руб./мес. ⋮
🌐 **заработок.рф** > онлайн
Реклама · Надежный заработок в интернете. Вход от 1,000 руб. Выплата через 24 часа.



Хочешь зарабатывать в интернете? ⋮
🌐 **заработок.рф** > онлайн
Реклама · Написание статей на тему здоровья и красоты. Гарантия оплаты, низкая комиссия.



- В рекламе новостных ресурсов в тексте объявления должно быть явно указано, что рекламируется информационный ресурс или статья. Для этого используйте фразы со словами «читайте», «подробности», «статья» и другие. Текст рекламного объявления должен соответствовать заголовкам и содержанию новости, содержать указание на статью или источник новости и вести на страницу с полной версией статьи.

Чем живет Калуга сегодня? ⋮
🌐 **новости.рф** > сегодня
Реклама · В Калужской области началось строительство молочной фермы.



Свежие новости Калуги ⋮
🌐 **новости.рф** > сегодня
Реклама · В Калужской области началось строительство молочной фермы. Читайте на нашем сайте.



- Слова в сравнительной или превосходной степени можно использовать в тексте объявления и уточнениях, если у вас есть независимое заключение о преимуществе вашего товара (услуги) перед другими товарами. Заключение должно быть размещено на странице перехода, или информация о нем должна быть указана в объявлении. Если у вас нет таких заключений, то использовать слова в превосходной степени не следует.

Автошкола в Казани ⋮
🌐 **автошкола1.рф** > обучение
Реклама · Мы № 1 в РФ! Просторные, светлые учебные классы! Обучение на категорию В!



Автошкола в Казани ⋮
🌐 **автошкола1.рф** > обучение
Реклама · Просторные, светлые учебные классы! Пожалуй, лучшие в Приволжском районе.



В текстах запрещено использовать:

- недостоверную информацию (заведомо обманные обещания и утверждения);
- агрессивные призывы, побуждение к жестокости или насилию;
- контактную информацию (например, телефоны, адреса электронной почты), кроме почтовых адресов.

Страница перехода

Страница, на которую ведет клик по объявлению, должна отвечать следующим требованиям:

- соответствует тексту объявления;
- на странице не предлагаются [запрещенные товары или услуги](#);
- доступна и корректно отображается во всех браузерах;
- не содержит заглушек «Сайт находится в разработке», «Домен припаркован»;
- не содержит вредоносного контента, сбора информации о пользователе обманным путем (фишинг);
- не содержит всплывающих блоков (pop-up или pop-under), допускаются формы связи, например, для онлайн-консультаций;
- рекламные блоки не занимают более половины первого экрана;
- информация о скидке, акции, конкретном товаре или услуге явно присутствует на странице перехода, если в тексте объявления говорится об этом;
- если объявление ведет на страницу на иностранном языке, в тексте объявления содержится предупреждение об этом;
- если объявление ведет в мессенджер, рекомендуем заполнять название организации и описание в мессенджере;
- не допускается использование IP-адреса вместо названия домена;
- не допускается использование сайтов, которые в доменном имени имитируют под Яндекс (например, содержат фразу «yandex»).

Контакты на сайте

На рекламируемом сайте важно указывать контактные данные организации или предпринимателя. Это требование обязательно при размещении рекламы некоторых тематик, например:

- автосалоны;
- сервисы по ремонту техники;
- услуги по дезинфекции, дезинсекции и дератизации;
- юридические услуги;
- микрофинансовые организации;
- кредитные потребительские кооперативы;
- ломбарды;
- займы, в том числе посреднические услуги;

- продажа любых билетов (например, проездных, билетов на зрелищные мероприятия);
- сайты с промокодами.

Проверьте, что на сайте указаны корректные контактные данные:

- юридическое наименование:
 - для юридических лиц: наименование и сведения об организационно-правовой форме;
 - для индивидуальных предпринимателей и самозанятых: ФИО.
- фактический адрес;
- телефон;
- ОГРН/ОГРНИП, ИНН.

Ключевые фразы

Ключевые фразы должны иметь прямое отношение к тематике объявления.

Не используйте общие ключевые фразы без уточнения товара или услуги, которые вы рекламируете, — например, *купить*, *квартира*, *скидка*. Замените их на словосочетания, которые конкретизируют ваше предложение: *купить детское кресло со скидкой*, *купить квартиру в центре Москвы* и т. д.

Товары и услуги «взрослой» и «трагической» тематик можно рекламировать только по точным целевым запросам — для пользователей, которые готовы к просмотру такой рекламы. Например, для рекламы эротического белья не допускается использовать ключевые фразы для более широкого запроса *нижнее белье*.

Отображаемая ссылка

[Отображаемая ссылка](#) должна отвечать следующим требованиям:

- соответствует тексту объявления;
- не содержит символов, кроме « - », « № », « / », « % », « # ». При этом пробелы, тире и нижнее подчеркивание могут быть автоматически заменены на дефисы;
- отвечает тем же требованиям, что и [текст объявления](#).

Быстрые ссылки

[Быстрые ссылки](#) должны отвечать следующим требованиям:

- Домен быстрой ссылки совпадает с доменом основной ссылки из рекламного объявления.

Исключение: ссылки на страницу в социальных сетях или на Яндекс Маркете.

- Тексты и описания быстрых ссылок:
 - написаны без опечаток, грамматических ошибок, не содержат слов, набранных разрядкой или заглавными буквами;
 - соответствуют содержанию страницы перехода;
 - не дублируются;
 - не содержат контактных данных, кроме почтовых адресов.

Промоакция

Домен ссылки в [промоакции](#) должен совпадать с доменом основной ссылки из рекламного объявления.

Исключение: ссылки на страницу в социальных сетях или на Яндекс Маркете.

Визитка

В [виртуальной визитке](#) должен быть указан контактный номер.

Вы можете ввести дополнительные данные: имя контактного лица и подробную информацию о товаре или услуге. Текст в визитке должен отвечать тем же требованиям, что и [текст объявления](#).

При дистанционной продаже товаров укажите название организации, ОГРН — для юридических лиц, ОГРНИП — для индивидуальных предпринимателей, ФИО — для самозанятых.

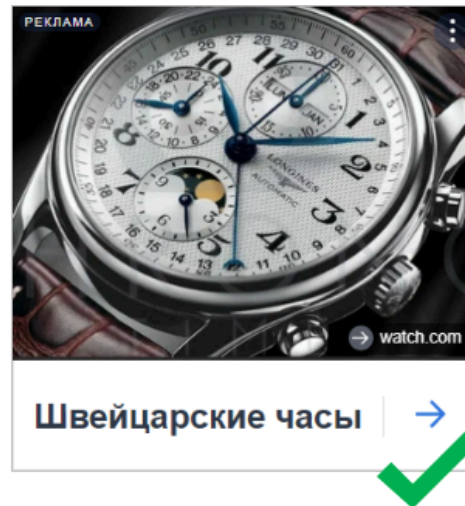
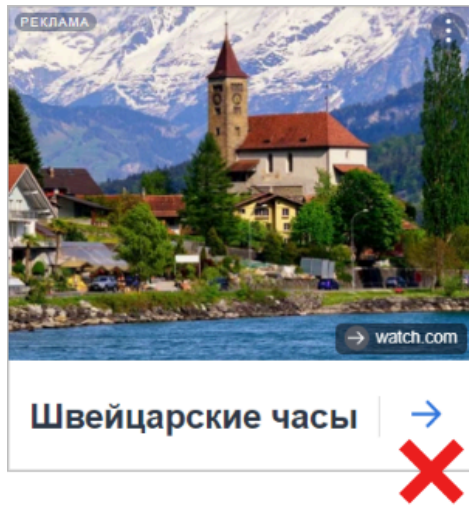
Изображения и иконки мобильных приложений

Текст на [изображении](#) должен отвечать тем же требованиям, что и [текст объявления](#), кроме указания контактной информации. Телефон, адрес и другие контакты на изображении допускаются.

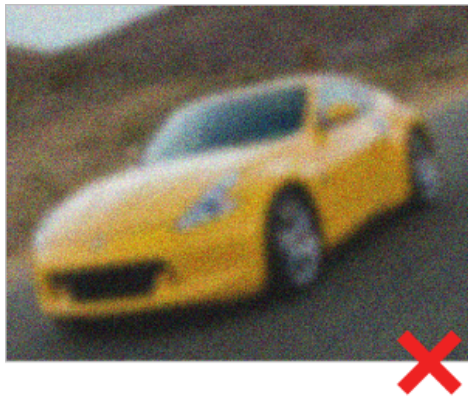
Если вы используете логотипы, водяные знаки и тексты на изображении, то мы рекомендуем, чтобы они не занимали более 20% всего изображения. Кроме случаев, когда они содержатся на упаковке товара, скриншоте приложения или на изображении графического объявления.

Изображение должно отвечать следующим требованиям:

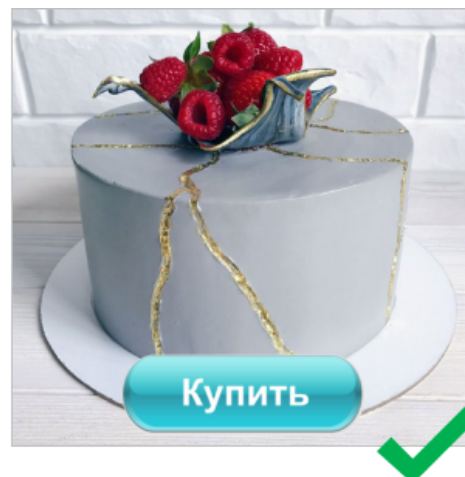
- Соответствовать тексту объявления и содержанию страницы перехода.



- Быть качественным и четким, без артефактов сжатия. Фон у изображения должен быть непрозрачным.



- Элементы интерфейса на изображении должны соответствовать переходу на сайт или запуску приложения. Это может быть кнопка с текстом «подробнее», «заказать», «купить». Не добавляйте элементы интерфейса, которые могут ввести пользователя в заблуждение и не приводят к желаемому результату. Например, кнопки для воспроизведения видео или закрытия окна.



Не рекомендуем размещать изображения с контрастными рамками.

На изображении запрещено использовать:

- Продукцию или символику конкурентов рекламодателя (например, для сравнения качества товаров).
- Элементы дизайна страниц Яндекса (например, изображение поисковой строки, процесса ввода поискового запроса, кнопок, имитирующих интерфейс Яндекса).
- Товары или услуги, реклама которых запрещена или ограничена законодательством (оружие, алкогольная продукция, наркотические и психотропные вещества, табачные изделия, азартные игры и другое). Исключение: Допускается изображение изделий, конструктивно сходных с оружием. Например, рисованное оружие в рекламе игр. Такие изображения не должны содержать жестоких сцен, включая прицеливания в пользователя.

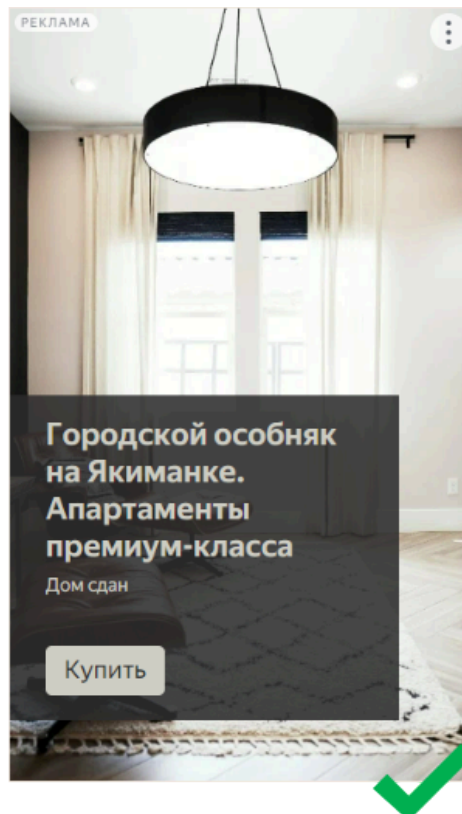


- Картинки, которые могут быть восприняты неоднозначно, шокировать или вызывать негативные эмоции.
- Натуралистические изображения болезней, медицинских процедур и операций, военных действий.
- Картинки с оголенными интимными частями тела. Реклама с допустимыми изображениями сексуального характера будет отнесена к [взрослому контенту](#).
- QR-коды из-за потенциальной угрозы безопасности и возможности подмены информации.
- Не принимаются к показу изображения для рекламы ритуальных услуг.
- Изображения, которые устойчиво ассоциируются с лженовостями и другим «желтым» контентом. Например, фото до/после, «проблемные» обнаженные части тела, откровенные позы и т. д.

Графические объявления, HTML5-баннеры, баннер на поиске

Баннер должен отвечать следующим требованиям:

- Текст должен:
 - быть контрастным и легко читаемым (избегайте слишком ярких цветов);
 - отвечать тем же требованиям, что и [текст объявления](#), кроме указания контактной информации. Телефон, адрес и другие контакты допускаются.



- Изображение баннера должно соответствовать требованиям к [изображениям](#).
- На баннере должна присутствовать вся информация, необходимая согласно требованиям законодательства и [правилам Яндекса](#), в том числе [предупреждения и возрастные ограничения](#). Они не должны располагаться в верхней части баннера. Информация должна быть контрастной и легко читаемой.

В форматах GIF и HTML5 нельзя использовать резко перемещающиеся и мелькающие графические элементы, мигающий фон, изображения с гипнотическим эффектом. Время переключения между кадрами должно быть достаточным для прочтения всего показанного текста, не чаще 1 раза за 2 секунды. На стоп-кадре баннер должен отображать основную информацию рекламного сообщения.

Видео

Видеоролик должен отвечать следующим требованиям:

- Видео должно соответствовать тем же требованиям, что и [изображения](#).
Запрещено использовать резко перемещающиеся и мелькающие графические элементы, мигающий фон, изображения с гипнотическим эффектом, QR-коды.
- Аудио должно:
 - быть грамотным, качественным и комфортным для восприятия, без помех, резких или слишком громких звуков;
 - соответствовать заголовку, тексту объявления и содержанию страницы перехода;

- быть синхронным с видеороликом.
- Если в видео используется текст, он должен:
 - четко отображаться и размещаться на контрастном фоне, не должен сливаться с другими элементами дизайна;
 - отвечать тем же требованиям, что и [текст объявления](#), кроме указания контактной информации. Телефон, адрес и другие контакты допускаются.
- В видеоролике должна присутствовать вся информация, необходимая согласно требованиям законодательства и [правилам Яндекса](#), в том числе [предупреждения и возрастные ограничения](#).

Исключение: если вы используете [видео](#) в текстовых объявлениях, предупреждения добавляются автоматически.

Предупреждения, наложенные поверх других элементов дизайна, должны размещаться на специальной плашке для контрастности.

Аудиореклама

Аудиореклама должна отвечать следующим требованиям:

- Аудио должно быть качественным и комфортным для восприятия, без помех, резких или слишком громких звуков (крики, неприятные голоса, визг, какофония звуков).

Речь должна быть четкой и грамотной, без акцента. Аудиореклама принимается только на русском языке.

Запрещено использовать в аудио звуки, которые имитируют дорожное движение и могут навредить участникам дорожного движения (например, звуки сирен, клаксонов, визг тормозов).
- В аудиорекламе должна присутствовать вся информация, необходимая согласно требованиям законодательства и [правилам Яндекса](#), в том числе [предупреждения и возрастные ограничения](#).
- Если в аудиорекламе используется изображение, [предупреждения и возрастные ограничения](#) должны быть размещены на нем. Изображение должно соответствовать требованиям к [изображениям](#).


Внимание.

Список правил и требований приведен в документах:

- [Общие положения. Требования к рекламным материалам](#);
- [Правила размещения рекламы на Яндексе](#);
- [Требования к рекламным материалам в Директе](#);

- [Правила показа рекламы в Директе](#) .

Остались вопросы?

 **Внимание.** Специалисты отдела клиентского сервиса могут вас проконсультировать только по рекламным кампаниям того логина, с которого вы обращаетесь. Логин можно увидеть в правом верхнем углу экрана. Специалист получит доступ к вашим данным только при обработке обращения.

Написать в чат

Позвонить

Написать письмо