

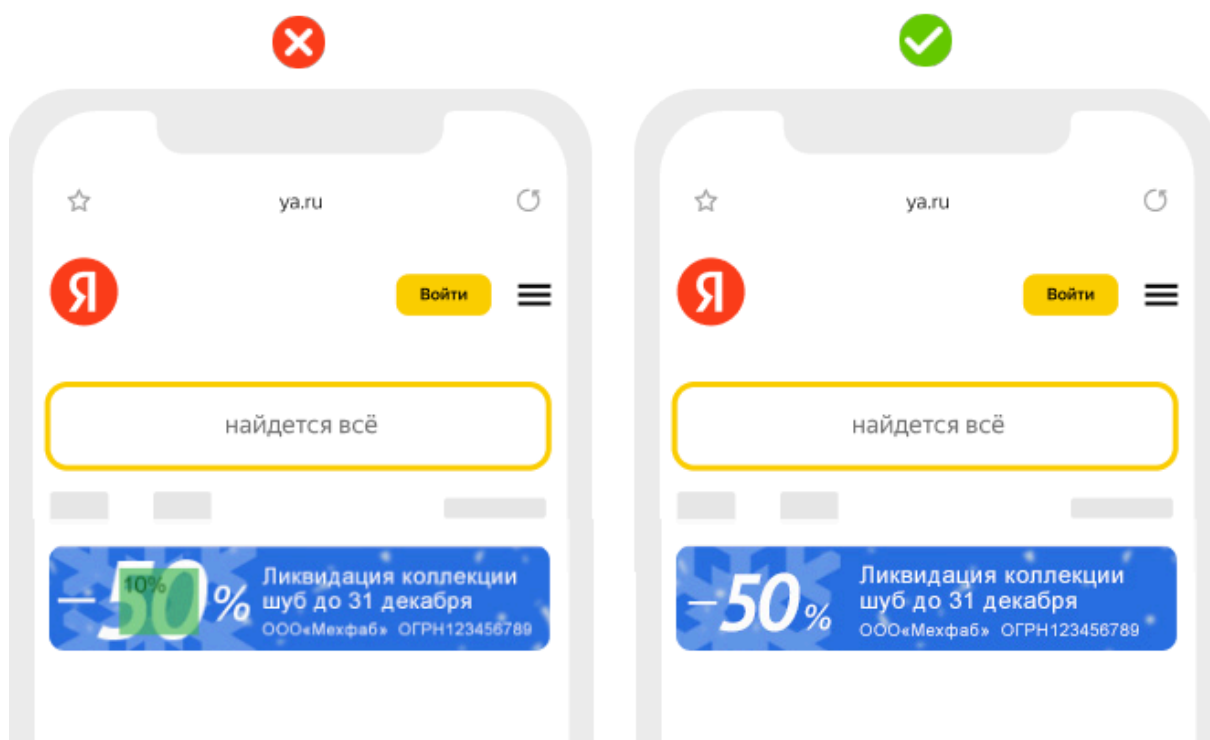
[🏠 > Имиджевая реклама: стимулирование спроса >](#)[Яндекс.Директ](#) [🔗](#)[Кампании с фиксированным CPM >](#)[Баннер под поисковой строкой >](#)[Оформление баннеров для мобильной версии](#)

Оформление баннеров для мобильной версии

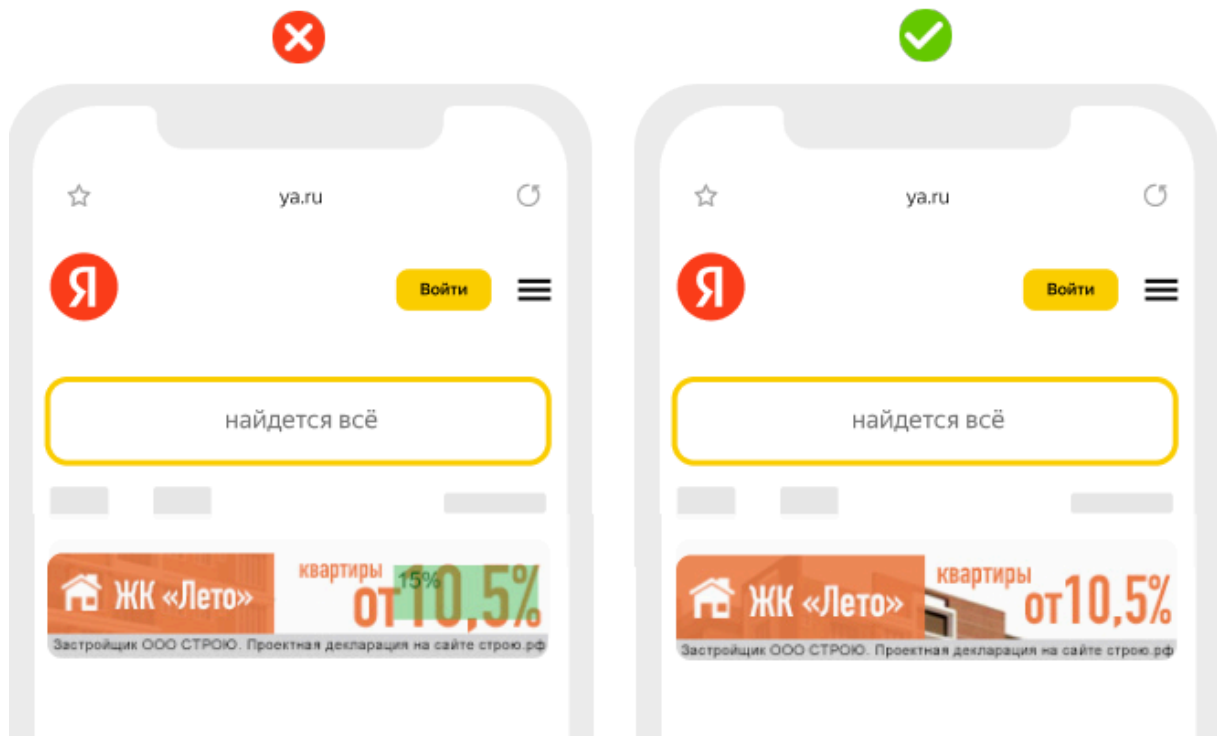
На странице представлены рекомендации по оформлению баннера. Обратите внимание, что иллюстрации в уменьшенном размере.

Шрифт

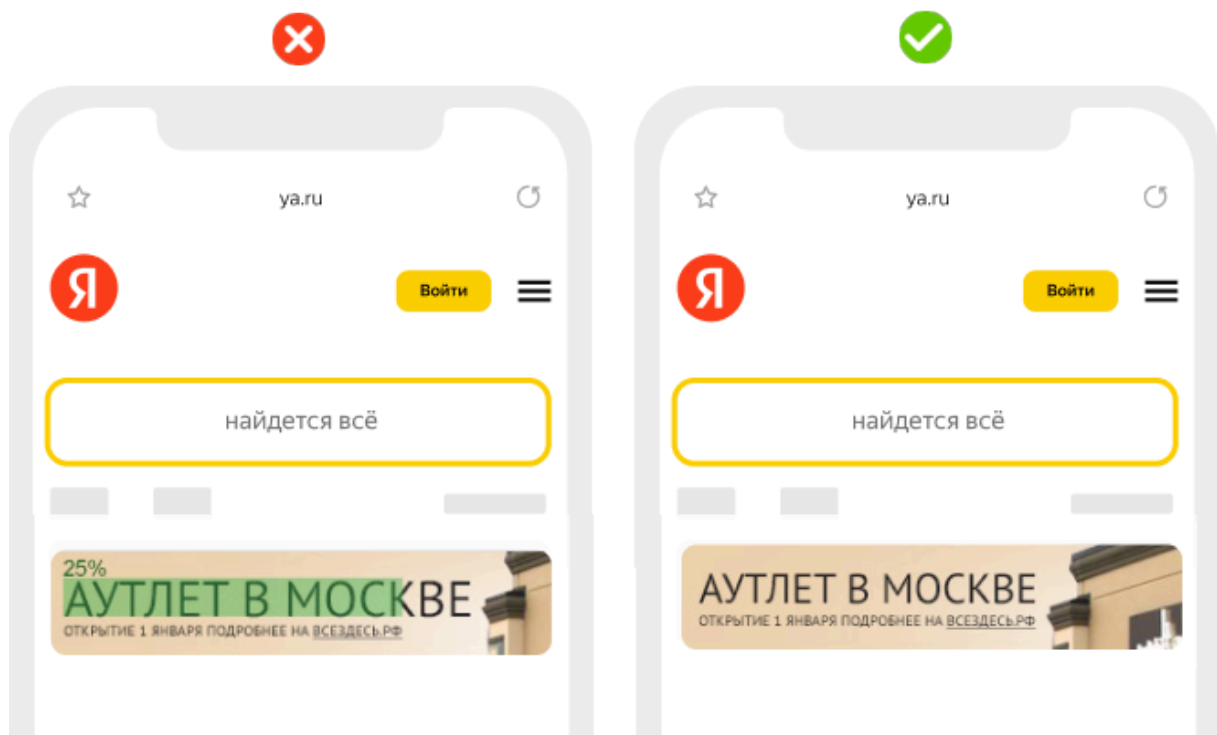
1. Высота шрифта на баннере должна быть не больше:
 - 70 пикселей, если текст занимает не больше 10% баннера;



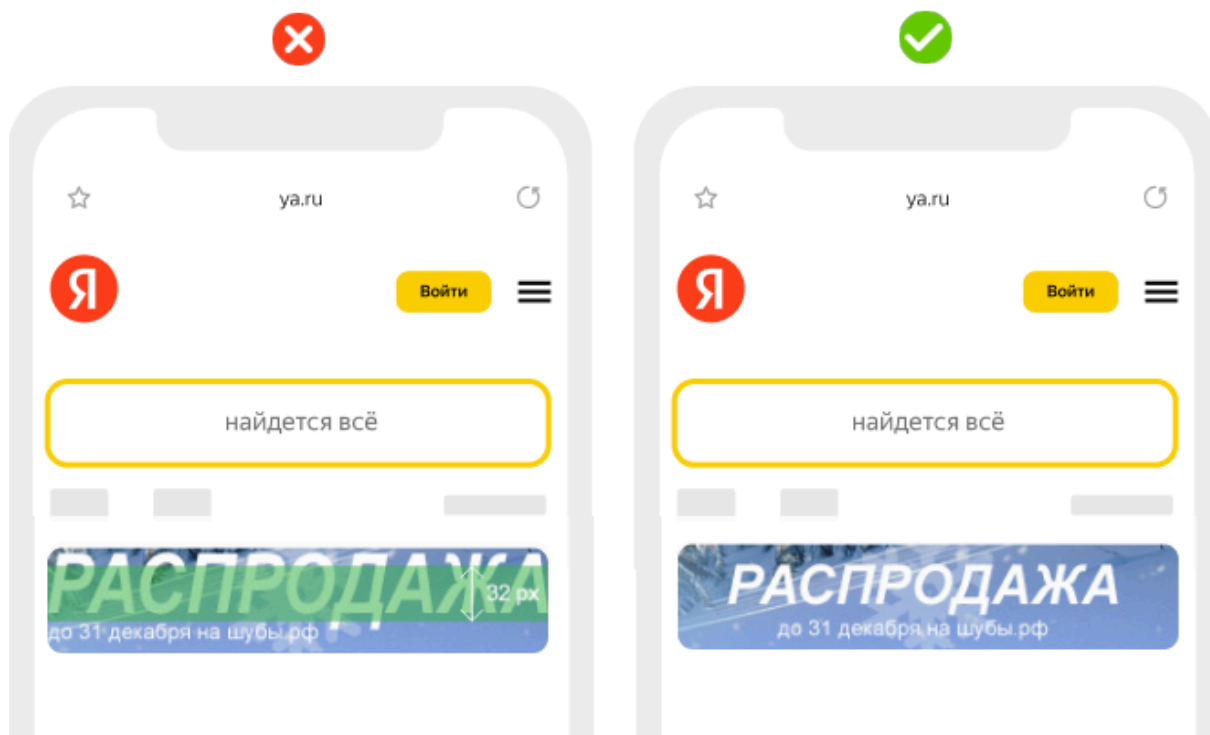
- 52 пикселя, если текст занимает не больше 15% баннера;



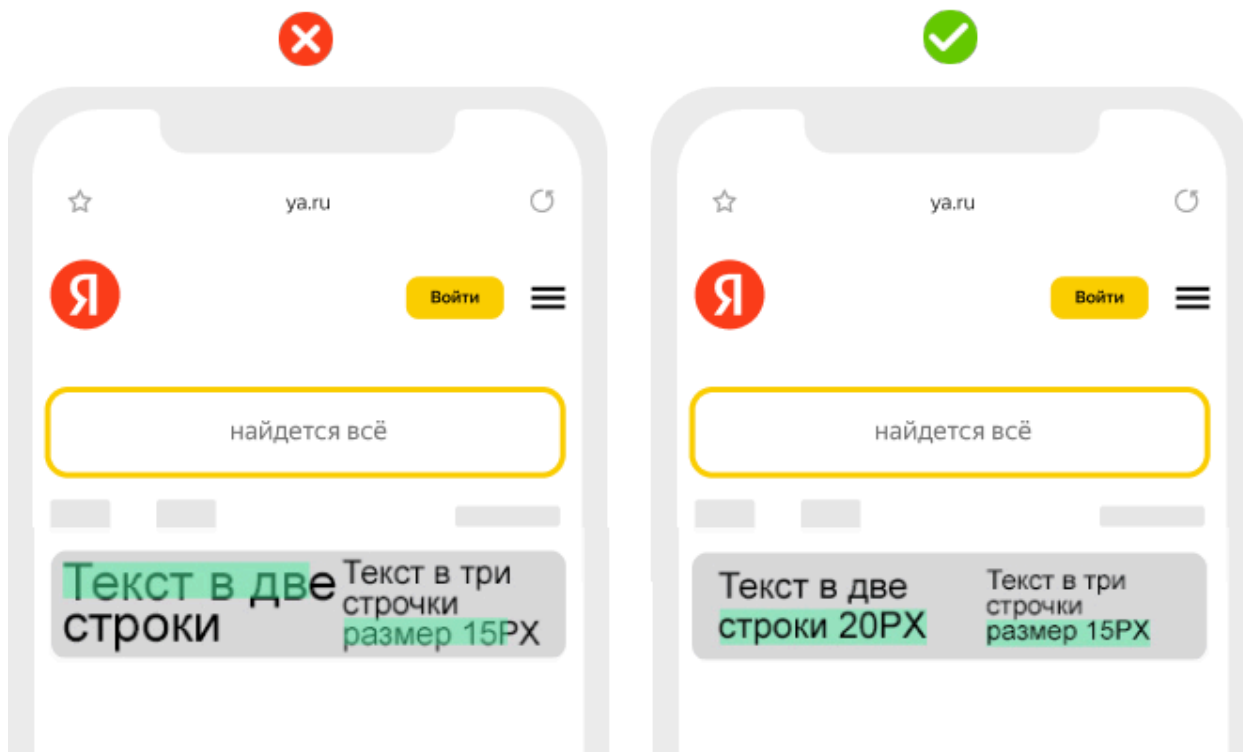
- 44 пикселя, если текст занимает не больше 25% баннера;



- 32 пикселя, если текст написан в одну строку;



- 20 пикселей, если текст написан в две строки;
- 15 пикселей, если текст написан в три строки.



2. Минимальный размер шрифта для логотипов, сообщений, иллюстраций, предупреждений — 11 пикселей. Исключение — фотографии упаковок и товаров, а также снимки экранов.

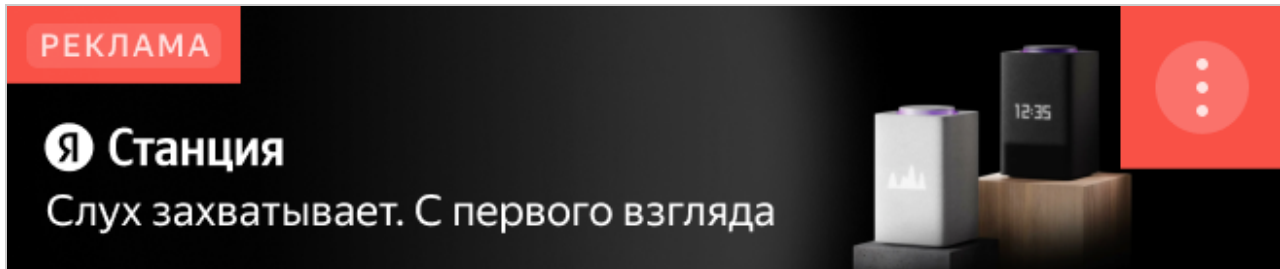
Расположение текста и элементов баннера

Расстояние от края баннера до текста должно быть не меньше 10 пикселей. Текст и элементы баннера не должны располагаться в сейфзонах.

Размер сейфзон:

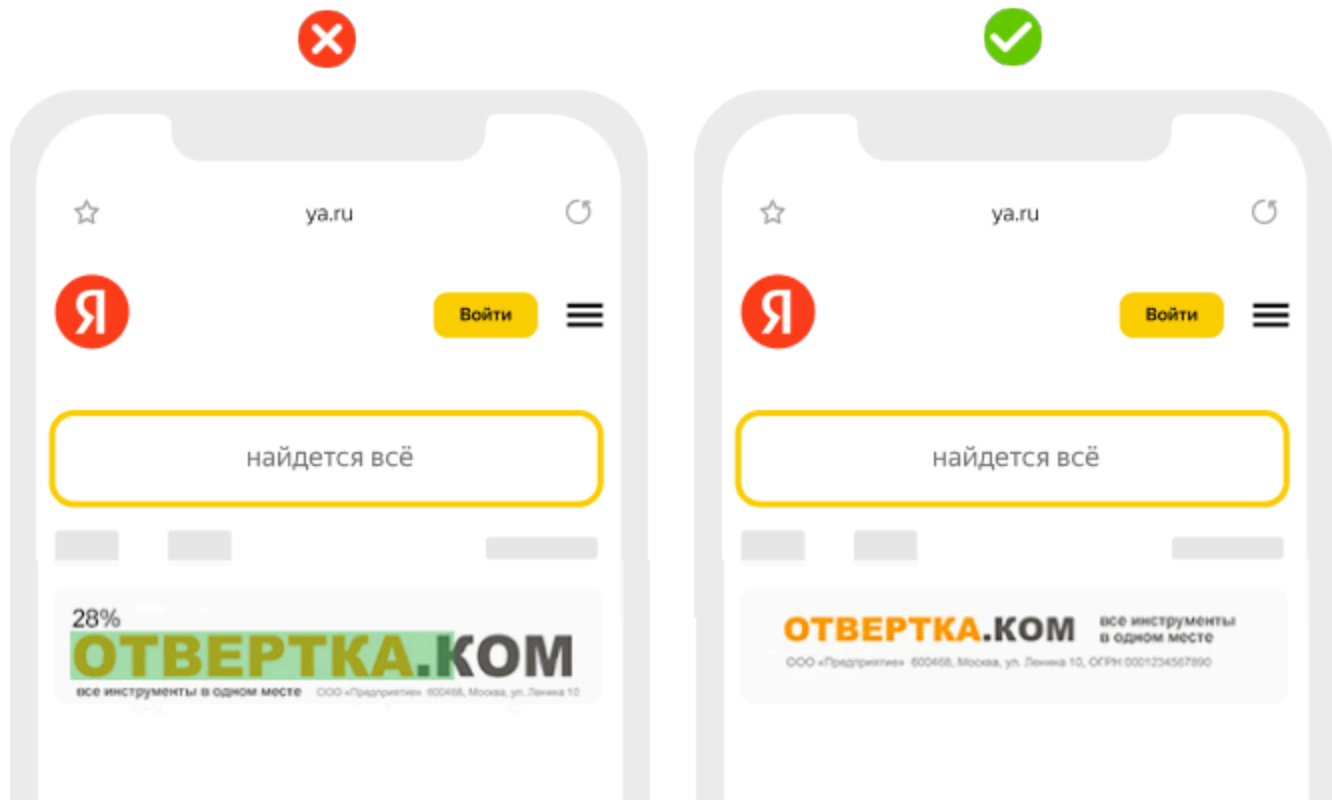
- метка — 60 × 20;
- три точки — 42 × 42.

На примере сейфзоны выделены красным:



Размер логотипа

Логотип бренда, продукта или технологии должен занимать не больше 28% площади баннера.



Пример хорошего баннера в увеличенном виде:

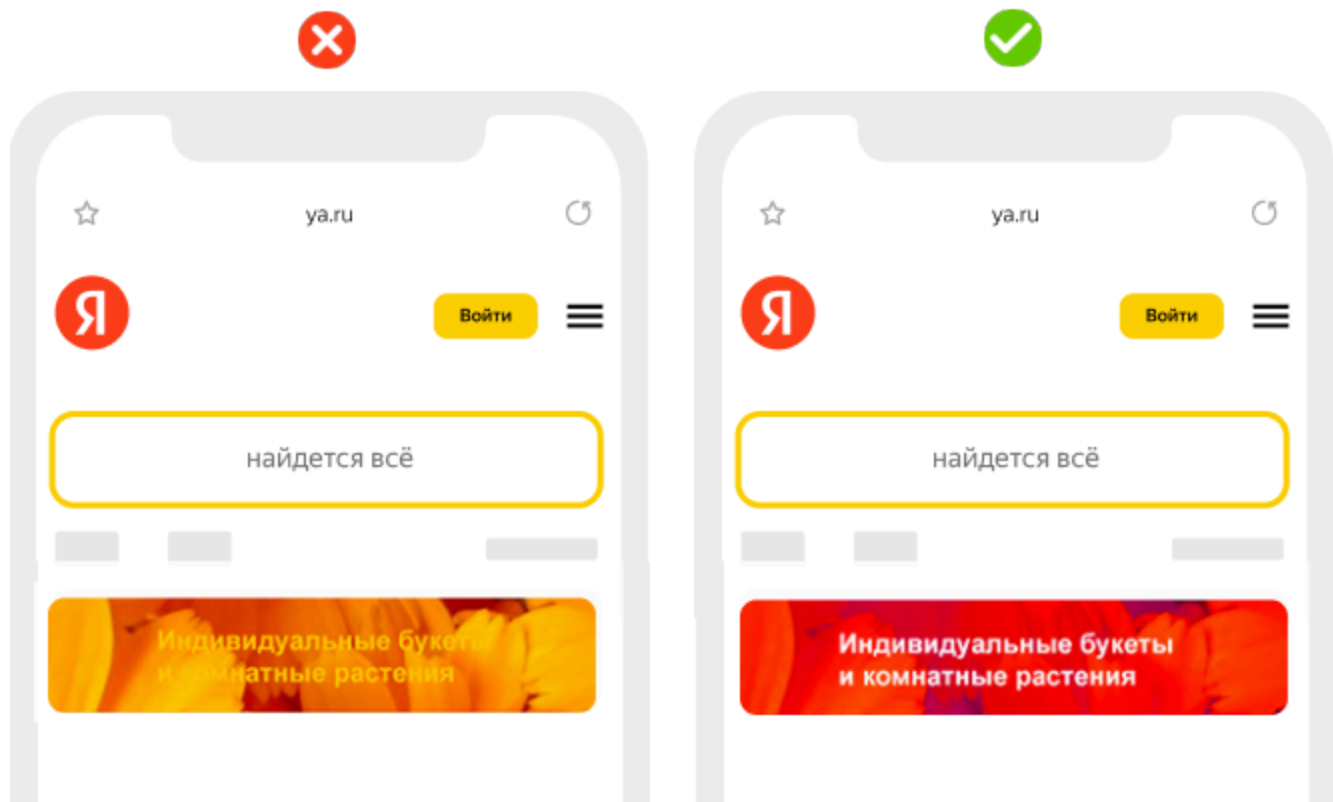
ОТВЕРТКА.КОМ**все инструменты
в одном месте**

ООО «Предприятие» 600468, Москва, ул. Ленина 10, ОГРН 0001234567890

Цвет фона

Не рекомендуется использовать:

1. Текст на слишком пестром фоне с мелкими элементами. Текст должен быть контрастным по отношению к фону и легко читаемым.
2. Желтый фон, так как этот цвет применяется для стандартных элементов дизайна страниц Яндекса. Допустимый желтый цвет — #F0E5AD и светлее.

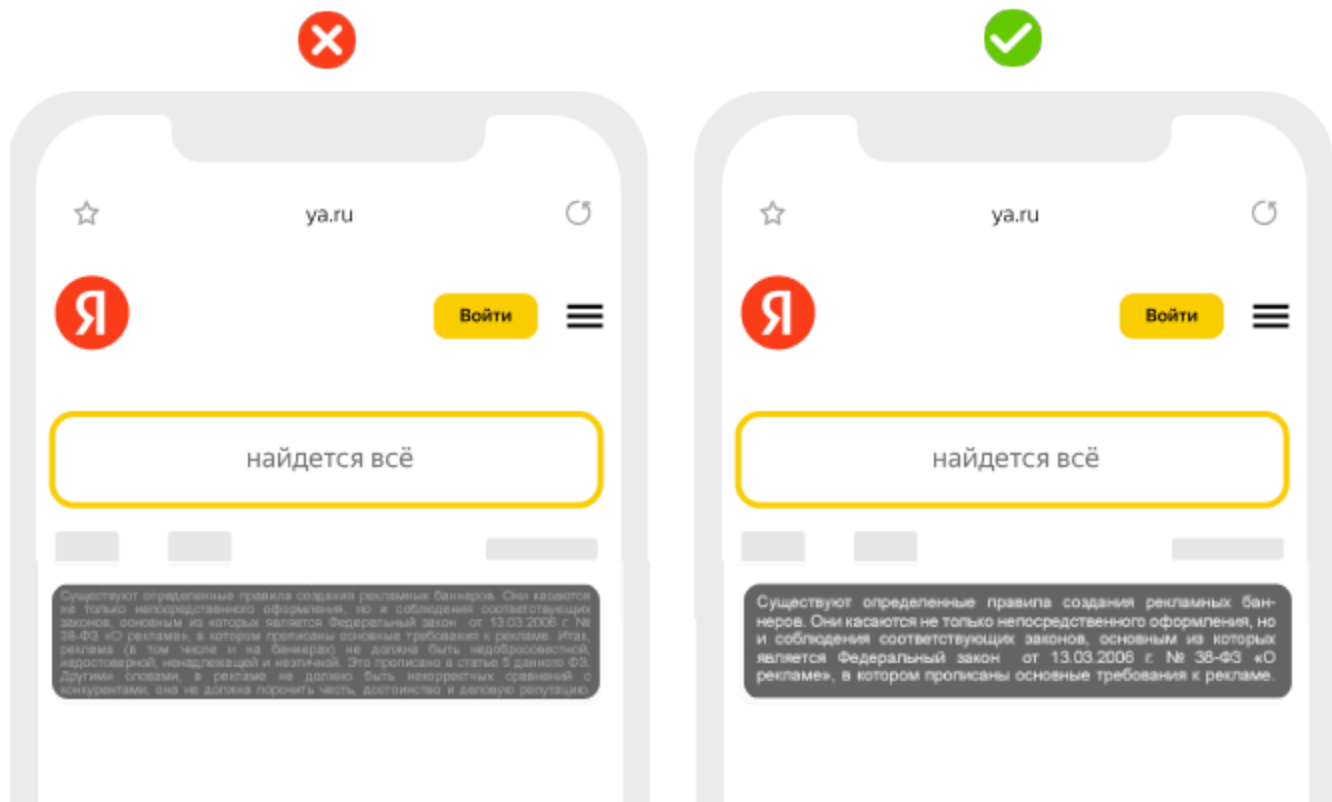


Длительность анимации

1. Баннер или его отдельные элементы не должны мигать, отвлекая пользователя.
2. Допустимая частота смены элементов на баннере — не чаще 1 раза в 2 секунды.
3. На стоп-кадре баннер должен отображать основную информацию рекламного сообщения.

Читаемость обязательной информации

Обязательная правовая информация (например, название банка и ОПФ, сроки акции и т. д.) должна быть четко видна сразу, без взаимодействия пользователя с баннером. Подробнее смотрите в [дополнительных рекомендациях](#).

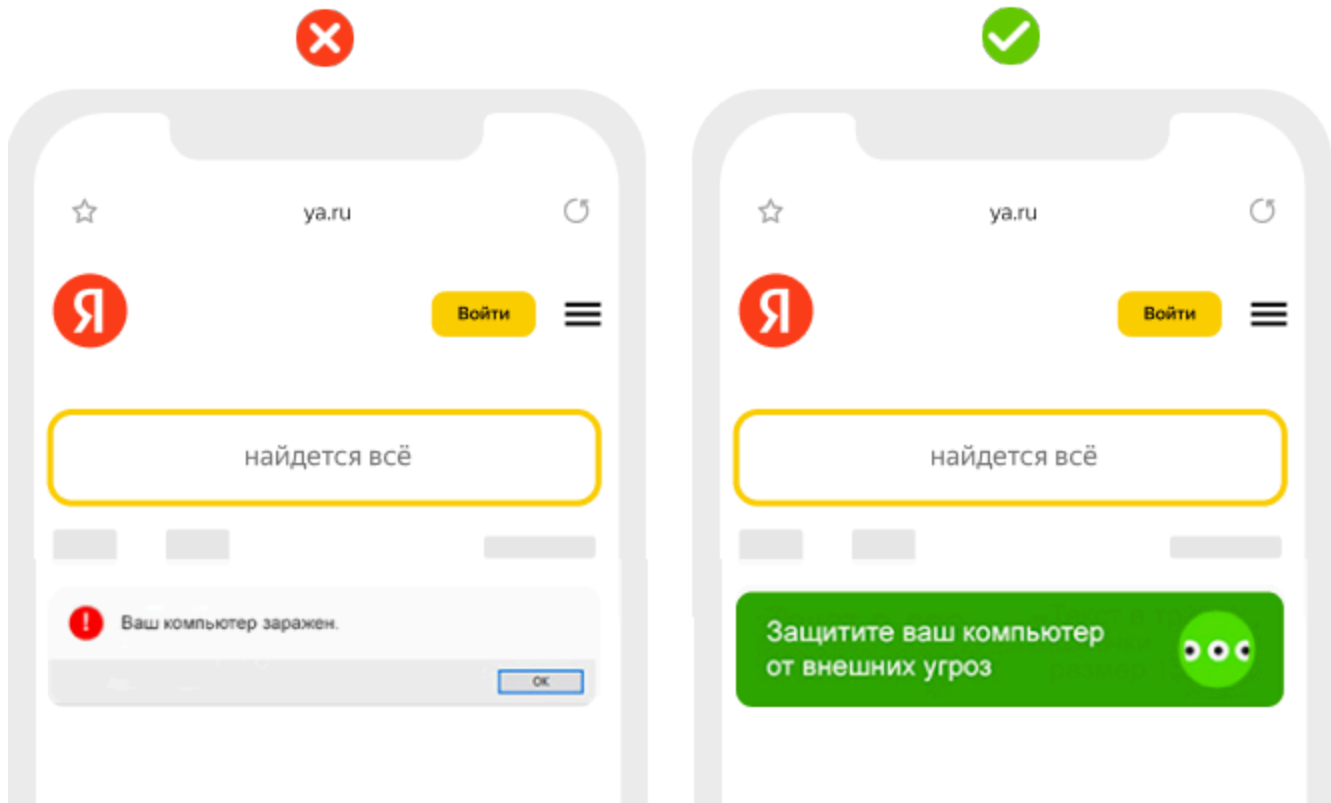


Пример хорошего баннера в увеличенном виде:

Существуют определенные правила создания рекламных баннеров. Они касаются не только непосредственного оформления, но и соблюдения соответствующих законов, основным из которых является Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», в котором прописаны основные требования к рекламе.

Элементы интерфейса на баннере

1. Баннер не должен маскироваться под элементы пользовательского интерфейса — например, под системное окно Windows.
2. Баннер не должен содержать стандартные элементы пользовательского интерфейса (курсор, поисковая строка, различные кнопки и т. п.), которые не выполняют соответствующие функции.
3. Не следует использовать желтый в элементах интерфейса, так как этот цвет применяется для стандартных элементов дизайна страниц Яндекса. Допустимый желтый цвет — #F0E5AD и светлее.



Возрастное ограничение

Если на баннере необходимо возрастное ограничение, то:

1. Рекомендуем размещать в правом нижнем углу баннера.
2. Шрифт — Arial Regular, 12 пунктов.
3. Цвет — #DADADA.

ⓘ Примечание.

Если ограничение серого цвета не читается, например из-за пестрого фона, его следует разместить на белой подложке.

Кнопка/бейдж магазина приложений

1. Максимальные размеры кнопки или бейджа: высота — 50 пикселей, ширина — 150 пикселей.
2. Не рекомендуется делать кнопку или бейдж желтыми, так как этот цвет используется для стандартных элементов дизайна страниц Яндекса. Допустимый желтый цвет — #F0E5AD и светлее.

3. Расстояние от края баннера до кнопки должно быть не меньше 10 пикселей.
4. К бейджу магазина приложений предъявляются такие же требования, как к логотипам.

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