

# Технические ограничения

## Ограничения для объявлений

Максимальное количество знаков, включая пробелы:

### Текстово-графические объявления

- заголовок — 56 знаков (включая пробелы и знаки препинания), одно слово не более 22 символов;
- дополнительный заголовок — 30 символов и 15 знаков препинания, одно слово не более 22 знаков. Показ дополнительного заголовка не гарантирован;
- текст объявления — 81 символ и 15 знаков препинания, одно слово не более 23 знаков (текст объявления может быть обрезан в зависимости от места показа);
- ссылка — 1024 знака (включая протокол);
- отображаемая ссылка — 20 знаков (не включая домен);
- уточнения — 25 знаков с учетом пробелов, общая длина уточнения для одного объявления должна быть не более 132 символов для показов на десктопах и не более 66 — на мобильных устройствах;
- быстрая ссылка — 30 знаков (заголовок), описание — не более 60 знаков.

### Реклама мобильных приложений

- заголовок — 56 знаков (включая пробелы и знаки препинания), одно слово не более 22 символов;
- текст объявления — 75 знаков, одно слово не более 23 знаков;
- ссылка — 1024 знака (включая протокол);
- трекиговая ссылка — 1024 знака (включая протокол).

### Динамические объявления

- текст объявления — 81 символ (включая пробелы) и 15 знаков препинания, одно слово не более 23 знаков;

## Ограничения для кампании и аккаунта

## Ключевые фразы

Длина ключевой фразы не может быть больше 4096 символов (включая **минус-слова**, пробелы и операторы Директа). Количество фраз на группу — не более 200. Количество слов для одной ключевой фразы — не более 7.

## Минус-фразы на группу

В списке минус-фраз можно использовать не более 4096 символов без учета пробелов. Количество слов для одной минус-фразы — не более 7.

## Минус-фразы в Мастере кампаний

Для рекламы мобильных приложений в Мастере кампаний количество фраз на группу — не более 200. Для рекламы сайта максимально допустимое количество символов — 20 000 без учета пробелов.

## Минус-фразы на кампанию

В списке минус-фраз можно использовать не более 20 000 символов без учета пробелов. Количество слов для одной минус-фразы — не более 7.

## Группа объявлений

В каждой рекламной кампании может быть до 1000 групп.

## Количество объявлений

В каждой группе может быть до 50 объявлений.

## Рекламные кампании

На одном аккаунте может размещаться до 3000 кампаний, из них — не более 1000 активных (активными считаются все кампании, за исключением находящихся в архиве).

# Видео

## Видео в текстово-графических объявлениях, Мастере кампаний, медийных кампаниях

Для размещения текстово-графических объявлений и рекламы мобильных приложений с видео, видео про магазин в товарной кампании, видеорекламы в медийных кампаниях подходят видеоролики:

Формат	MP4, WebM, MOV, QT, FLV, AVI
Размер	не более 100 Мб

Длительность	от 5 до 60 с
Рекомендованное соотношение сторон	16 : 9; 1 : 1; 9 : 16
Минимальное разрешение	360 p
Рекомендованное разрешение	1080 p
Частота кадров	от 20 кадров/с
Видеокодеки	H.264, VP6F, VP8, Theora
Количество видеодорожек	1
Минимальное качество	44 кГц, 16 Кбит/с, стерео
Аудиокодеки	AAC, MP3, Vorbis
Количество аудиодорожек	не более 1
Кодек файла	avc1, F4V, isom, M4A, M4V, mmp4, mp41, mp42, qt
Обложка	Нет

- Для непропускаемого видео можно использовать видеоролики только до 15 с.
- Для видеобаннера и видеобаннера на Поиске соотношение сторон только 16 : 9.

## Видео про товар в единой перфоманс-кампании, товарной кампании и в смарт-баннерах

Для видео про товар в товарной кампании и в смарт-баннерах из фида подходит ролик:

Формат	MP4
Размер	не более 100 Мб
Длительность	от 5 до 45 с
Рекомендованное соотношение сторон	16 : 9; 1 : 1; 9 : 16
Минимальное разрешение	360 p
Рекомендованное разрешение	1080 p
Частота кадров	от 20 кадров/с
Видеокодеки	H.264, VP6F, VP8, Theora

Количество видеодорожек	1
Кодек файла	mmp4, mp41, mp42
Обложка	Нет

После добавления видео в фид и обновления его в Директе, система будет последовательно загружать и проверять каждый ролик на соответствие требованиям. Показы обработанных роликов начнутся в течение 24 часов. Если в фиде десятки тысяч видео, то на его обработку может потребоваться до нескольких дней.

## Изображения

	Текстово-графические объявления	Реклама мобильных приложений	Баннер на поиске	Мастер кампаний, Товарная кампания
Размер в пикселях	от 450 по каждой стороне	от 1080 до 5000	240 × 400	от 450 × 450
Формат	JPG, PNG или GIF	JPG или PNG	JPG, PNG или GIF	JPG, PNG или GIF
Максимальный объем файла	10 МБ	10 МБ	120 КБ	4 МБ

## Баннеры

### Баннеры в графических объявлениях

Технические требования:

- Максимальный объем файла: 512 КБ.
- Формат файла:
  - ZIP (для HTML5-баннеров). [Технические требования к HTML5-баннерам](#);
  - JPG, PNG или GIF (для графических креативов).
- Размер HTML5-баннера должен совпадать с размером рекламного блока (см. таблицу). Размеры графического креатива в пикселях могут быть больше в два или три раза.

Размер рекламного блока в пикселях	Рекомендованные размеры графических креативов для показа на экранах с высокой плотностью пикселей
240 × 400	480 × 800 или 720 × 1200

Размер рекламного блока в пикселях	Рекомендованные размеры графических креативов для показа на экранах с высокой плотностью пикселей
300 × 250	600 × 500 или 900 × 750
300 × 500	600 × 1000 или 900 × 1500
300 × 600	600 × 1200 или 900 × 1800
320 × 50	640 × 100 или 960 × 150
320 × 100	640 × 200 или 960 × 300
320 × 480	640 × 960 или 960 × 1440
336 × 280	672 × 560 или 1008 × 840
480 × 320	960 × 640 или 1440 × 960
728 × 90	1456 × 180 или 2184 × 270
970 × 250	1940 × 500 или 2910 × 750

## Баннеры в медийной кампании

Технические требования:

- Максимальный объем файла: 512 КБ.
- Формат файла:
  - ZIP (для HTML5-баннеров). [Технические требования к HTML5-баннерам](#);
  - JPG, PNG или GIF (для графических креативов).
- Размер HTML5-баннера должен совпадать с размером рекламного блока (см. таблицу). Размеры графического креатива в пикселях могут быть больше в два или три раза.

Размер рекламного блока в пикселях	Рекомендованные размеры графических креативов для показа на экранах с высокой плотностью пикселей
160 × 600	320 × 1200 или 480 × 1800
240 × 400	480 × 800 или 720 × 1200
240 × 600	480 × 1200 или 720 × 1800
300 × 250	600 × 500 или 900 × 750
300 × 300	600 × 600 или 900 × 900

Размер рекламного блока в пикселях	Рекомендованные размеры графических креативов для показа на экранах с высокой плотностью пикселей
300 × 500	600 × 1000 или 900 × 1500
300 × 600	600 × 1200 или 900 × 1800
320 × 50	640 × 100 или 960 × 150
320 × 100	640 × 200 или 960 × 300
320 × 480	640 × 960 или 960 × 1440
336 × 280	672 × 560 или 1008 × 840
480 × 320	960 × 640 или 1440 × 960
728 × 90	1456 × 180 или 2184 × 270
970 × 250	1940 × 500 или 2910 × 750
1000 × 120	2000 × 240 или 3000 × 360

## Баннеры в медийной кампании с фиксированным CPM

### Требования к графическому баннеру

	Новая вкладка Браузера	Премиум-баннер на поиске
Размер в пикселях	1456 × 180	640 × 268
Максимальный вес файла	1 МБ	
Формат	JPG, PNG или GIF	

### Аудиореклама

#### Требования к аудиофайлу

Формат	MP3, WAV, M4A
Максимальный размер	10 МБ
Длительность	от 5 до 30 с Мы рекомендуем загружать аудиофайл длительностью 15 с
Минимальное качество	44 кГц, 16 Кбит/с, стерео

Аудиокодеки	MP3, AAC
Количество аудиодорожек	1

#### Требования к изображению к аудиофайлу

Формат	PNG, JPEG, неанимированный GIF
Максимальный размер	90 КБ
Размер в пикселях	900 × 900

## Технические требования к HTML5-баннерам

HTML5-баннер — это ZIP-архив, содержащий один файл HTML и файлы JavaScript, JSON, CSS, JPEG, GIF, PNG, SVG.

Архив и файлы в баннере должны соответствовать требованиям:

1. В названиях файлов и каталогов можно использовать только буквы латинского алфавита, цифры и символы `-._~`.
2. Все ссылки в HTML5-баннере должны быть относительными и вести на другие файлы из архива. При отработке рекламных материалов не должно быть внешних сетевых обращений. При необходимости все вспомогательные JS-библиотеки должны предоставляться вместе с рекламными материалами.
3. В архиве может быть не более 20 файлов. Включите исходный код из файлов JavaScript, CSS, SVG в HTML-файл, а все растровые изображения объедините в один файл (атлас спрайтов).
4. Максимальный вес файла `index.html` в архиве должен быть меньше 150 КБ.
5. В архиве будет игнорироваться содержимое папки `__MACOSX` и файлы `.DS_Store`, `Thumbs.db`. Это вспомогательные файлы операционных систем, которые не нужны для работы HTML5-баннера.
6. По клику на баннер будет открываться страница, указанная в поле Ссылка на сайт, мобильное приложение (если оно установлено) или страница приложения в магазине (если приложение не установлено). Переход на эту страницу должен генерироваться в баннере вызовом метода `yandexHTML5BannerApi.getClickURLNum(1)`.

```
<a id="click_area" href="#" target="_blank">...</a>
// после элемента "<a href ...></a>"
// присваиваем для него значение атрибута href так:
<script>
```

```
document.getElementById("click_area").href = yandexHTML5BannerApi.getC  
</script>
```

7. В атрибуте `content` тега `meta` должен быть указан размер HTML5-баннера, как в примерах ниже:

- Баннер на новой вкладке Яндекс Браузера:

```
<meta name="ad.size" content="width=1456,height=180">
```

- Другие баннеры в медийных кампаниях и графических объявлениях:

```
<meta name="ad.size" content="width=300,height=250">
```

8. Разрешаются внешние вызовы [JavaScript-библиотек, размещенных на серверах Яндекса](#). Если в HTML5-баннере используется другая библиотека, включите ее исходный код в архив.

9. Все обработчики событий должны быть явно указаны внутри тега `script`, например:

```
<script>  
    document.onload = init;  
</script>
```

10. В ссылке на сайт, содержащейся в HTML5-баннере, должно быть не более 1024 знаков в кодировке UTF-8.
11. В баннере медийной кампании не должны использоваться инструменты сбора статистики (пиксели, счетчики и прочие).
- При создании кампании вы сможете указать пиксель Яндекс Аудиторий или счетчик ADFOX (подробнее в разделе [Как запустить кампанию Баннер под поисковой строкой](#)), а также использовать [UTM-метки](#) в ссылке на сайт.
12. В баннер можно добавить управляющую кнопку Посмотреть еще раз, нажатие на которую приведет к повторному запуску сценария.

## Рекомендации к отображению HTML5-баннеров

1. Рекламируемый сайт должен открываться в новом окне и только после нажатия левой кнопкой мыши по HTML5-баннеру.
2. HTML5-баннер должен работать корректно и одинаково для всех пользователей на всех платформах в течение рекламной кампании в следующих браузерах: Яндекс Браузер



14 и выше, Google Chrome 14 и выше, Mozilla Firefox 14 и выше, Opera 14 и выше, Internet Explorer 9 и выше, Microsoft Edge. При необходимости в файле должна учитываться функциональность браузера, необходимая для его работы.

3. В HTML5-баннере нельзя использовать видео- и аудиоролики, скрипты с раздражающим или вредоносным поведением (всплывающие окна, подмена адреса страницы и т. д.), расширения и плагины браузера (Adobe Flash и т. д.). Исходный код баннера не должен быть обфусцирован, то есть иметь вид, затрудняющий анализ.

## 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 WhatsApp

Написать в чат

Позвонить

Написать письмо