

Общие моменты:

- Баннеры должны быть читаемы на мобильном устройстве
- На баннере не должно быть номера телефона
- Баннер должен быть четким и качественным
- Баннер должен ясно отражать товар или услугу продвижения

Баннеры для медийной кампании Яндекс

Креатив должен соответствовать следующим техническим требованиям:

- максимальный объем файла - 150 КБ;
- формат файла - ZIP (для HTML5-баннеров); JPEG, GIF или PNG (для графических креативов);
- размер в пикселях - 160×600, 240×400, 240×600, 300×250, 300×300, 300×500, 300×600, 320×50, 320×100, 320×480, 336×280, 480×320, 728×90, 970×250, 1000×120.

Важно: Баннер должен иметь четкие границы (рамка) и непрозрачный фон. Текст должен находиться на самом изображении, быть контрастным и легко читаемым. Баннер обязательно должен быть с логотипом. На баннере должна быть кнопка с призывом к действию («Купить», «Заказать», «Выбрать» и пр.)

В анимации GIF-изображения запрещено использовать резко перемещающиеся и мелькающие элементы, мигающий фон. Время переключения между кадрами должно быть достаточным для прочтения всего показанного текста.

В креативе должна присутствовать вся информация, необходимая согласно требованиям законодательства и правилам Яндекса, в том числе предупреждения и возрастные ограничения. К текстам креатива и сайту рекламодателя предъявляются такие же требования, как для других объявлений Директа. ([Требования к баннерной рекламе](#); [Общие правила Яндекса](#))

Баннеры для рекламной сети Яндекса (РСЯ)

Креатив должен соответствовать следующим техническим требованиям:

- максимальный объем файла - до 512 КБ;
- формат файла - JPG, PNG или GIF (для графических креативов);
- размер в пикселях - 240x400, 300x250, 300x600, 336x280, 300x500, 970x250, 640x100, 640x200, 640x960, 960x640, 728x90;
- баннер на поиске - (максимальный размер - 120КБ) 240x400 (рекомендуется использовать GIF).

Важно: Баннер должен иметь четкие границы (рамка) и непрозрачный фон. Текст должен находиться на самом изображении, быть контрастным и легко читаемым. Баннер обязательно должен быть с логотипом. На баннере должна быть кнопка с призывом к действию (“Купить”, “Заказать”, “Выбрать” и пр.)

В анимации GIF-изображения запрещено использовать резко перемещающиеся и мелькающие элементы, мигающий фон. Время переключения между кадрами должно быть достаточным для прочтения всего показанного текста

В креативе должна присутствовать вся информация, необходимая согласно требованиям законодательства и правилам Яндекса, в том числе предупреждения и возрастные ограничения. К текстам креатива и сайту рекламодателя предъявляются такие же требования, как для других объявлений Директа. ([Требования к баннерной рекламе](#); [Общие правила Яндекса](#))

Изображения для текстово-графических объявлений в РСЯ

Технические требования к изображению:

- при соотношении сторон от 1:1 до 3:4 /4:3 - размер от 450 до 5000 пикселей по каждой стороне;
- при соотношении сторон 16:9 - размер от 1080×607 до 5000×2812 пикселей;
- максимальный объем файла - до 10 МБ;
- формат - JPG, PNG или GIF (будет использован только первый кадр).

Для показа на всех доступных площадках, рекомендуется использовать два варианта объявлений: стандартное (от 1:1 до 4:3/3:4) и широкоформатное (16:9)

Медийные объявления для контекстной сети Google

Креатив должен соответствовать следующим техническим требованиям:

- максимальный объем файла - 150 КБ;
- формат файла - JPG, PNG или GIF (для графических креативов);
- размер в пикселях - 200 x 200, 240 x 400, 250 x 250, 250 x 360, 300 x 250, 336 x 280, 580 x 400, 120 x 600, 160 x 600, 300 x 600, 300 x 1050, 468 x 60, 728 x 90, 930 x 180, 970 x 90, 970 x 250, 980 x 120, 300 x 50, 320 x 50, 320 x 100.

Важно: Изображение графического объявления должно иметь четкие границы и непрозрачный фон. Текст объявления должен находиться на самом изображении, быть контрастным и легко читаемым. На баннере обязательно должен присутствовать логотип. Продолжительность анимации не должна превышать 30 секунд. Анимация может воспроизводиться циклично, но не дольше 30 секунд. Анимированные gif-объявления должны воспроизводиться со скоростью не более 5 кадров в секунду.

Изображения для адаптивно-медийных объявлений в Google

Логотип:

- максимальный объем файла - 5120 КБ;
- формат файла - JPG, PNG;
- разрешение изображения: рекомендованное - 1200 x 1200; минимальное - 128 x 128.

КМС:

Креатив должен соответствовать следующим техническим требованиям:

- максимальный объем файла - 150 КБ;
- формат файла - JPG, PNG;
- размер в пикселях - 1080x1080, 1200x628.

На изображения не нужно наносить текст, тк данные объявления показываются вместе с текстом.

Demand Gen:

Креатив должен соответствовать следующим техническим требованиям:

- максимальный объем файла - 150 КБ;
- формат файла - JPG, PNG;
- размер в пикселях для обычных объявлений: 1200x1200, 1200x628, 960x1200;
- количество карточек для карусели - от 2 до 10.

Видео:

Горизонтальное - 16:9, длительность 10-60 секунд

Вертикальное - 9:16, длительность 10-60 секунд

Perfomance Max:

Креатив должен соответствовать следующим техническим требованиям:

- максимальный объем файла - 150 КБ;
- формат файла - JPG, PNG;
- размер в пикселях для обычных объявлений: 1200x1200, 1200x628, 960x1200;

Видео:

Горизонтальное - 16:9, длительность 10-60 секунд

Вертикальное - 9:16, длительность 10-60 секунд

Instagram и Facebook

Пост в ленте и историях:

Лента

Соотношение сторон - 1:1.

Рекомендуемое разрешение: 1080x1080 пикселей

Максимальный размер файла - 30 Мб

Истории

Соотношение сторон - 9:16

Рекомендуемое разрешение: 1080x1920

Максимальный размер файла - 30 Мб

Дополнительная информация:

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/image>

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/image/instagram-feed>

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/image/facebook-story>

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/image/instagram-story>

Важно: Объем текста на изображении: не более 20%. Не рекомендуется добавлять кнопку на баннер. Должны соблюдаться все правила размещения рекламы на Facebook.

Видео в ленте и историях:

Формат любого видео – MP4, MOV или GIF

Длительность - от 1 до 120 сек

Лента:

Размер видео – 1080 x 1080 пикселей (минимум)

Соотношение сторон – 1:1

Максимальный размер файла - 250 Мб (Instagram), 4 Гб (Facebook)

Звук в видео: не обязательно, но рекомендуется.

Истории:

Размер видео – 1080 x 1920 пикселей

Соотношение сторон – 9:16

Максимальный размер файла - 250 Мб (Instagram), 4 Гб (Facebook)
Звук в видео: не обязательно, но рекомендуется.

Дополнительная информация:

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/video>

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/video/instagram-feed>

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/video/facebook-story>

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/video/instagram-story>

Карусель в ленте и историях

В ленте:

Количество карточек: 2 - 10

Рекомендуемое соотношение сторон: 1:1

Разрешение: минимум 1080 x 1080 пикселей

При использовании изображений:

Тип файлов изображений: JPG или PNG

Максимальный размер файла изображения: 30 МБ

При использовании видео:

Тип видеофайлов MP4, MOV или GIF

Максимальный размер файла видео: 4 ГБ

Продолжительность видео: от 1 секунды до 2 минут.

В историях:

Количество карточек: 2 - 10 (Facebook - 3 карточки)

Соотношение сторон: от 9:16 и 16:9 до 4:5

Разрешение: 1080 x 1920 минимум

При использовании изображений:

Максимальный размер файла изображения: 30 МБ.

Тип файлов изображений: JPG или PNG

При использовании видео (возможно только в Instagram):

Максимальный размер файла видео: 4 ГБ

Тип видеофайлов MP4, MOV или GIF

Продолжительность видео: от 1 секунды до 15 секунд

Дополнительная информация:

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/carousel>

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/carousel/instagram-feed>

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/carousel/facebook-story>

<https://ru-ru.facebook.com/business/ads-guide/carousel/instagram-story>

VK Реклама

Изображения:

Соотношение сторон: 1:1, 4:5, 16:9.

Разрешение: для 1:1 – 600x600px, для 4:5 – 1080x1350, для 16:9 – 1080x607px.

Вес файла: до 5 Мб.

Формат: jpg, png.

Текст на изображении для описания должен занимать не более 20% от общей площади фотографии.

Видео:

- Соотношение сторон: 1:1, 4:5, 16:9, 9:16.
- Минимальная ширина: 600 px.
- Длительность видео: не более 30 сек. Можно загрузить файл длительностью до 1 минуты, а затем обрезать до 30 сек.
- Вес файла до 90 Мб.
- Формат видеороликов: mp4, mpeg, avi, mov. Кодеки видео H.264, кодек аудио - AAC.
- Разрешение видеоролика - от 640x360 (рекомендуемые: 1280x720, 1920x1080).

Лучше загружать видео с разрешением, указанным для данного рекламного формата в интерфейсе - так вы сможете сразу запустить рекламу, не

редактируя видеофайл и его смещение. В интерфейсе кабинета не предусмотрена возможность отредактировать видеофайл и его смещение.

Видео не должно вводить пользователя в заблуждение. Ролик с кнопками или другими элементами, дублирующими сервисы, не пройдет модерацию. Кроме того, он не может содержать видимых артефактов, искажения пропорций и других ошибок. Видео низкого качества и с высокой степенью сжатия к размещению не принимаются.

Tik Tok

Видео в TikTok

Длина ролика - 5-60 сек.;

Размер видео - до 500 Мб;

Разрешенные форматы - .mov, mp4, .mpeg, .avi, .gif;

Разрешение роликов :

Необходим вертикальный ролик - соотношение сторон - 9:16 (1080*1920)

Чтобы элементы изображения не обрезались при показе, следует оставить по краям «зазоры»:

- 130 пикселей сверху,
- 484 пикселя внизу,
- 44 пикселя слева,
- 140 пикселей справа.