

Общие требования к рекламным постам Городских медиа (ГМ):

- Реклама должна соответствовать Федеральному закону «О рекламе», N 38-ФЗ и правилам соцсети, в которой публикуется.
- Реклама должна соответствовать регламенту ГМ.
- После согласования, регистрации и получения токена, правки в посты не вносятся (исключение – опечатки).
- Допускается получение токена на стороне рекламодателя, реклама при этом согласовывается обеими сторонами и должна отвечать регламенту ГМ.
- Заявку на размещение рекламы необходимо прислать минимум за сутки и заранее уточнять дату размещения. Количество рекламных слотов зависит от конкретного медиа и соцсети, мессенджера.

Реклама в запрещенной соцсети

Текст не должен превышать 1000 знаков с пробелами. В оформлении допускаются смайлики и/или эмодзи, но не более трех в одном посте. Их можно использовать в качестве маркеров списка. Недопустимо написание части текста более крупным шрифтом, за исключением названий брендов. В тексте поста мы можем поставить гиперссылку на сайт рекламодателя, но по техническим особенностям соцсети она не будет кликабельной. Активная ссылка есть в формате «сторис».

В тексте поста допускается:

- до 5 подходящих по теме хештегов
- одна ссылка на Instagram-аккаунт рекламодателя (он должен быть активным, заполнен фото).

Ссылки на редакционные новости, а также на новости других СМИ не приветствуются. Недопустимы призывы от имени редакции к каким-то действиям («идите», «покупайте» и так далее).

Визуал: от 1 до 3 фотографий или одно видео длиной до 3 минут. Единичное изображение, обложка видео или первое изображение в галерее должно быть без логотипов, водяных знаков, наложенного текста либо изображение, оформленное в стилистике медиа дизайнером ГМ.

Ответственность за авторство фотографий лежит на рекламодателе. Использование снимков «из интернета» чревато судебными исками. При необходимости ГМ могут предоставить рекламодателю изображения, приобретенные в фотобанке.

Фото принимается в формате PNG и JPEG. Разрешение каждой фотографии — 1080×1080 пикселей. Максимальный размер файла — 30 MB. Если это галерея из нескольких фото, то они должны быть одинаковой ориентации. Видео принимается на Google-диске, авторские права на которое принадлежат рекламодателю (аналогично с музыкой. Если авторских прав нет, то она заменяется на доступный звук).

Требования к материалам для сторис. Соотношение сторон — 9:16 (вертикальное). Фото, видео в формате PNG, JPG, GIF, MP4. С разрешением для фото до 1080 пикселей и для видео до 1920 пикселей. Максимальный размер файла для фото — 30 MB и для видео — 150 MB. Максимальная продолжительность видео для сторис — до 59 секунд.

По краям фото или видео для сторис не должно быть текста, иначе он перекроется встроенными элементами соцсети. Допускается 1 активная ссылка, упоминание двух аккаунтов. Редакция вправе отказать в размещении, если фото- и видеоматериалы для публикации предоставлены в плохом качестве или не соответствуют визуальной концепции страницы.

По отдельному согласованию в аккаунте мы можем разместить рекламу в закрепленных сторис или в ссылке шапки профиля.

В данной соцсети возможны публикации в соавторстве «аккаунт ГМ + аккаунт клиента». Пост должен соответствовать данному регламенту.

Реклама ВКонтакте Городских медиа (ГМ)

Текст поста может подготовить копирайтер или поправить исходный от рекламодателя – это применимо к постам в любых соцсетях. Главное, чтобы они соответствовали по количеству знаков и стилю написания.

ФОРМАТЫ ПОСТОВ

Пост-анонс

Это материал с сайта с активной гиперссылкой на новость, статью, спецпроект. Небольшая текстовая подводка, допустима одна ссылка на ресурс клиента. Объем текста подводки — 200-300 знаков. Согласовывается заранее, место для выпуска бронируется заранее минимум за день.

Анонс сборного спецпроекта

Требования как к посту-анонс, но размещается без метки реклама, а в подводке не упоминаются бренды, только общая информация о тематике спецпроекта.

Рекламный пост

Содержит текст и визуал (до 3 фото или 1 видео, допустимы баннеры, афиши, макеты, но без призыва), ссылки на сторонние сайты, другие сообщества или пользователей. Максимально — три ссылки.

Сборный рекламный пост (пост с карточками)

Мы собираем тематических клиентов и объединяем их в одно рекламное размещение. До 10 клиентов, до 150 знаков текста на одного клиента и одна ссылка на сообщество VK. Материал сопровождается меткой “Реклама”, для каждого клиента карточка маркируется отдельно. Пост с карточками может выбрать для себя и один клиент.

Репост материала в историях сообщества

Репост в сториз публикации из вашего сообщества VK или поста, который вышел в сообществе ГМ.

Сторис Вконтакте

Аналогично сторис в запрещенной соцсети. Соотношение сторон — 9:16 (вертикальное). Фото, видео в формате PNG, JPG, GIF, MP4. С разрешением для фото до 1080 пикселей и для видео до 1920 пикселей. Максимальный размер файла для фото — 30 MB и для видео — 150 MB.

Конкурс, опрос, тест

Это нативные форматы интеграций в сообществе. Вы можете стать партнером нативной интеграции в сообществе — мы разместим ваш логотип, упомянем бренд или добавим в кадр товар/мерч внутри нативного поста. Важно — здесь не может быть прямой рекламы или ссылок, вы участвуете в интеграции в качестве партнера (например, спонсора конкурса или поставщика продуктов для стрима с приготовлением блюда от шефа). Полные правила нативных интеграций с примерами — по [ссылке](#).

Нативные интеграции выходят без рекламной метки, содержание публикации согласовывается на стороне Городских медиа (ГМ), клиентом согласовывается креативная концепция и внешний вид брендированного контента.

Репост из другого сообщества.

Возможно анонсирование розыгрышей и размещение любой другой информации, не противоречащей закону о рекламе. В сопроводительном тексте при репосте указывается дисклеймер, информация о рекламе, токен.

Таргетированная реклама

Любой пост в наших сообществах мы можем таргетировать на выбранную клиентом аудиторию дополнительно к аудитории сообщества. Материал появится в лентах у пользователей с пометкой “Реклама”. Заявка на таргет должна содержать тему размещения, описание желаемой аудитории и примерный бюджет.

Видеопост

Пост с видео новостью — короткая подводка и видеоролик.

Сторис

Соотношение сторон — 9:16 (вертикальное). Фото, видео в формате PNG, JPG, GIF, MP4. С разрешением для фото до 1080 пикселей и для видео до 1920 пикселей. Максимальный размер файла для фото — 30 MB и для видео — 150 MB. Максимальная продолжительность видео для сторис — до 59 секунд.

По краям фото или видео для сторис не должно быть текста, иначе он перекроется встроенными элементами соцсети. Допускается 1 активная ссылка, упоминание сообщества.

Посты в каналах ВКонтакте

Текст поста до 1000 знаков, визуальное оформление до 3 фото или 1 видео. В посте возможно до трех ссылок, которые сокращаются через Вк-сократитель.

Требования к визуалу: нативное оформление в стиле канала. Рекламные макеты, картинки и фотографии с призывами к действию (купите, выигрывайте, перейдите), афиши, карточки товаров с ценниками и т.п. принимаются на отдельных условиях. Промо-ролики с закадровым голосом, реклама, как на ТВ принимаются также на отдельных условиях и по согласованию с редакцией.

Видеоролики с повествованием должны содержать титры для удобства и интереса читателей. Возможно выдерживание топа.

Реклама в Telegram-каналах Городских медиа

- Все интеграции должны быть нативными, то есть выглядеть как органичная часть контента канала ГМ.
- Размещения не должны противоречить правилам платформы и законодательству РФ.
- Внимание! Топ после выхода рекламы **в новостных каналах** Городских медиа не выдерживается, так как остальные публикации зависят от срочности информационной повестки.
- Если необходимо размещать одну и ту же рекламу два дня подряд, то посты должны различаться текстом (минимум на 70%) и иллюстрациями.

В посте может быть до пяти ссылок на сторонние ресурсы или связанную публикацию на нашем сайте. Рекламные макеты, картинки и фотографии с призывами к действию (купите, выигрывайте, перейдите), афиши, карточки товаров с ценниками и т.п. принимаются на отдельных условиях. Промо-ролики с закадровым голосом, реклама, как на ТВ принимаются также на отдельных условиях и по согласованию с редакцией.

Видеоролики с повествованием должны содержать титры для удобства и интереса читателей.

ФОРМАТЫ ПОСТОВ

- Пост с фото или видео.
- Пост с закреплением.
- Пост с кнопкой.
- Пост с карточками.
- Эмодзи-баннер.
- Пост с макетом клиента.
- Пост-розыгрыш.
- Сторис.

Оформление постов соответствует требованиям регламента ГМ.

Технические требования к посту-розыгрышу: текст должен быть до 500 знаков, условия розыгрыша – **без участия самого канала размещения.**

Необходимо предоставить информацию о количестве победителей и призов для них, сроках проведения розыгрыша. Для визуала необходимо только вложение — это обусловлено техническими особенностями ботов для розыгрышей.

Технические требования к посту с кнопкой: текст до 500 (максимум 700 знаков) с пробелами. Для визуала либо 1 фото, либо 1 видео таймингом 30 секунд. Заявку и информацию для размещения необходимо оставлять за двое суток.

Технические требования к эмодзи-баннеру: пост должен соответствовать общим требованиям к рекламе в соцсетях Городских медиа. Эмодзи разрабатывает дизайнер Городских медиа по техническому заданию от клиента (картинка размером с 1 или 2 строки превью мессенджера). Пост выходит в прайм-тайм, выдерживается в топе максимум на полчаса (по договоренности с редакцией).

Брендовый эмодзи-баннер от рекламодателя принимается на отдельных условиях и по согласованию с редакцией.

Технические требования к сторис. Соотношение сторон — 9:16 (вертикальное). Фото, видео в формате PNG, JPG, GIF, MP4. С разрешением для фото до 1080 пикселей и для видео до 1920 пикселей. Максимальный размер файла для фото — 30 МВ и для видео — 150 МВ. Максимальная продолжительность видео для сторис — до 59 секунд.

Все сторис с фото оформляются в редакционные шаблоны. Есть возможность выбора цвета и структуры макета, названия и надписей. Допускается 1 активная ссылка на сторонний ресурс или пост в Телеграм, упоминание канала рекламодателя.