

ОПИСАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

Программное обеспечение: «Функциональная платформа по Retail Media» (коммерческое наименование — Smart Placement)

Правообладатель: ООО «Ритейл Рокет»

Редакция: 04.02.2026

1. Назначение

«Функциональная платформа по Retail Media» — программное обеспечение для монетизации рекламных мест (рекламного инвентаря) на сайтах и в мобильных приложениях ритейлеров. Платформа обеспечивает полный цикл размещения рекламы поставщиков и брендов на цифровых площадках ритейлера: управление рекламными местами и их стоимостью, создание и таргетинг рекламных кампаний, аукционный отбор объявлений в режиме реального времени, показ товарных, баннерных и композитных рекламных форматов, учёт показов и кликов, атрибуцию заказов и финансовую отчётность. Поддерживается передача сведений о рекламе операторам рекламных данных (ОРД) в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе. Программное обеспечение предоставляется по модели SaaS.

2. Решаемые задачи

Участник	Задачи
Ритейлер (площадка)	Дополнительный доход от рекламных мест на собственном сайте и в приложении без ущерба для покупателя: показывается только реклама поставщиков площадки, прошедшая модерацию; управление инвентарём, ценой и правилами показа
Поставщик или бренд (рекламодатель)	Выход к покупателям в момент выбора товара на сайте ритейлера: продвижение товаров и брендов с таргетингом по категориям, поисковым запросам и контексту страницы, контроль бюджета и эффективности вплоть до заказов
Оператор экосистемы (портал)	Управление сетью площадок и рекламодателей: подключение участников, единая отчётность по выручке и эффективности, взаиморасчёты, передача сведений в ОРД

3. Состав программного обеспечения

Программное обеспечение состоит из серверного ядра и трёх личных кабинетов, обращающихся к ядру через его API:

Модуль	Назначение
Кабинет площадки	Управление рекламными местами и форматами, модерация рекламы, именованные параметры контекста
Кабинет рекламодателя	Рекламные кампании и объявления, таргетинг, ставки, статистика

Модуль	Назначение
Кабинет портала	Отчётность по выручке и эффективности, акты, настройки экосистемы
Подсистема показа рекламы (ядро)	Приём запросов на показ, правила показа и таргетинг, аукцион в реальном времени, формирование содержимого объявлений, регистрация событий
Подсистема статистики и атрибуции	Учёт показов, просмотров и кликов, атрибуция заказов, отчёты
Интеграционные API	API получения рекламного содержимого и регистрации событий (публичная спецификация OpenAPI), серверные API портала и отчётов

4. Функции

4.1. Кабинет площадки (ритейлера)

- Управление рекламными местами (плейсментами): создание, группировка по разделам сайта (главная, категория, карточка товара, корзина, поиск, акции и др.), тип места (любое, категория, карточка товара, группа товаров, поиск, публичный экран), минимальная стоимость 1000 показов (CPM), доступность места на порталах.
- Поддержка типов площадок: сайт, мобильное приложение, цифровые экраны в магазинах.
- Настройка форматов рекламы для каждого места: баннеры, товарные полки, общие (разделяемые между рекламодателями) баннеры и полки, мультимедиа, строка, композитные форматы; ограничения полей формата (разрешение и размер изображений, длина текстов, число элементов), число победителей аукциона.
- Расширенная карточка места для рекламодателей: изображения и описание в формате Markdown.
- Модерация рекламы: очередь заявок рекламодателей, принятие и отклонение, автоприём по правилам, история решений.
- Реестр объявлений на местах площадки со статусами, показами и доходом; принудительная остановка объявления.
- Именованные параметры контекста страницы (регион, устройство, экран приложения и т. п.) для передачи в запросе рекламы и использования в таргетинге.
- Получение спецификации API (OpenAPI) для каждого рекламного места.

4.2. Кабинет рекламодателя

- Выбор площадок-партнёров и рекламных мест из каталога с описаниями и примерами.
- Создание рекламных кампаний: площадка, бренд, лимит бюджета, период проведения.
- Создание объявлений с содержимым по формату места: тексты, изображения, ссылки, товары из каталога площадки, композитные форматы.

- Правила показа: ставка аукциона, показ всем посетителям или сегменту аудитории — по интересу к категориям, идентификатору магазина, именованным параметрам, поисковым запросам (с подбором фраз по частотности); объединение условий операторами «И», «Или», «Не», группировка условий.
- Ограничение частоты показов объявления одному посетителю в час, сутки и неделю.
- Атрибуция заказов к объявлению: по товарам (с учётом вариантов), товарным категориям, производителю; модели post-view и post-click с окном 30 дней.
- Отправка объявления на модерацию площадке, запуск, остановка и возобновление показов; повторная модерация при изменении содержимого.
- Статистика по кампании и по объявлениям: победы в аукционе, просмотры, уникальные посетители, доля просмотров, клики, CTR, CPC, CPM, расход, проданные товары, выручка, DPP, ROAS; воронка аукциона объявления (всего аукционов, прошла таргетинг, контент валиден, попала в аукцион, победила); выгрузка отчёта (XLSX).
- Сводная аналитика по всем кампаниям рекламодателя с фильтром по площадкам и выгрузкой отчёта; контроль баланса рекламного кабинета.

4.3. Кабинет портала (оператора экосистемы)

- Отчёты по выручке и эффективности в разрезе рекламодателей, площадок и рекламного инвентаря (площадка → группа мест → место) за выбранный период, с фильтрами по площадкам, рекламодателям и типам устройств и переключением модели атрибуции; выгрузка отчётов (CSV).
- Акты оказанных услуг по отчётным периодам с возможностью скачивания.
- Настройки портала: функции, доступные рекламодателям портала (например, пользовательская атрибуция, ограничение частоты показов); виджет центра поддержки в кабинетах рекламодателей (контакты, текст, включение и выключение).
- Управление рекламодателями экосистемы, транзакции и балансы, регистрация рекламодателей и креативов в операторах рекламных данных — через серверный API портала.

4.4. Подсистема показа рекламы

- Приём запросов на показ от сайтов и приложений площадок через HTTP API в режиме реального времени с контекстом: тип и идентификатор страницы (товар, категория, поисковый запрос), идентификатор посетителя, магазин, именованные параметры.
- Отбор кандидатов по правилам показа: тип места, условия таргетинга, минимальная стоимость показа, ограничение частоты, наличие товаров.
- Аукцион второй цены: определение победителя или нескольких победителей для составных мест, расчёт стоимости показа.
- Формирование содержимого объявлений по шаблонам форматов; включение в ответ данных маркировки рекламы (erid, сведения о рекламодателе).

- Регистрация событий показа, просмотра и клика; передача событий в подсистему статистики.

4.5. Подсистема статистики и атрибуции

- Учёт показов, просмотров, уникальных посетителей и кликов по объявлениям, местам, кампаниям, рекламодателям и площадкам.
- Атрибуция заказов к рекламным показам по моделям post-view и post-click в окне 30 дней с учётом правил, заданных в объявлении.
- Расчёт производных показателей (CTR, CPC, CPM, DPP, ROAS) и подготовка отчётов для кабинетов, выгрузок и серверных API отчётов.

4.6. Интеграционные API

- API получения рекламного содержимого и регистрации событий с публичной спецификацией OpenAPI; готовые JavaScript-блоки для сайтов и JavaScript SDK для регистрации событий.
- Серверный API портала: управление рекламодателями, регистрация в ОРД, транзакции, балансы, акты.
- Серверный API отчётов: ежедневные отчёты по объявлениям, местам размещения и атрибуции заказов для порталов и площадок.

5. Входные и выходные данные

Входные данные

- Товарный каталог площадки (YML-фид или Product API): идентификаторы, названия, категории, цены, наличие, изображения.
- События посетителей площадки (просмотры товаров и категорий, поисковые запросы, корзина, заказы), передаваемые трекинг-кодом.
- Запросы на показ рекламы с контекстом страницы или экрана.
- Настройки рекламных мест и форматов, решения модерации (кабинет площадки).
- Кампании, объявления, креативы (изображения, видео, тексты, ссылки, списки товаров), правила показа, ставки, бюджеты, правила атрибуции (кабинет рекламодателя).
- Сведения о рекламодателях и креативах для регистрации в ОРД (серверный API портала).

Выходные данные

- Рекламное содержимое в ответ на запрос показа (JSON по спецификации OpenAPI), включая данные маркировки рекламы.
- Статистика и отчёты в кабинетах, выгрузки XLSX и CSV, данные серверных API отчётов.
- Акты оказанных услуг по отчётным периодам.

- Уведомления о состоянии объявлений (заявки на модерацию, решения площадки) в кабинетах участников.

6. Системные требования

Для пользователей личных кабинетов: персональный компьютер с актуальной версией браузера (Яндекс Браузер, Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari), доступ в интернет по HTTPS. Установка программного обеспечения на рабочее место не требуется.

Для подключения сайта или приложения площадки: возможность разместить JavaScript-код на страницах сайта (JS-интеграция) либо выполнять HTTPS-запросы к API подсистемы показа рекламы с серверной части сайта или из мобильного приложения (API-интеграция); товарный каталог в формате YML или передача товаров через Product API. Подробнее — «Руководство по подключению».

Серверная часть размещается на инфраструктуре правообладателя в Российской Федерации: операционная система Linux, контейнеризация Docker и Kubernetes, платформа .NET, хранилища MongoDB и Redis, брокер событий Apache Kafka. Сведения об архитектуре приведены в описании технической архитектуры программного обеспечения.

7. Ограничения

- Программное обеспечение предоставляется только по модели SaaS; установка на оборудование пользователя и передача дистрибутива не предусмотрены; лицензионные ключи не используются.
- Атрибуция заказов не применяется к рекламе на публичных экранах в магазинах; отмены и возвраты заказов в статистике не учитываются.
- Статистика в кабинетах обновляется с задержкой до полутора часов; данные аукциона на странице объявления — в реальном времени.