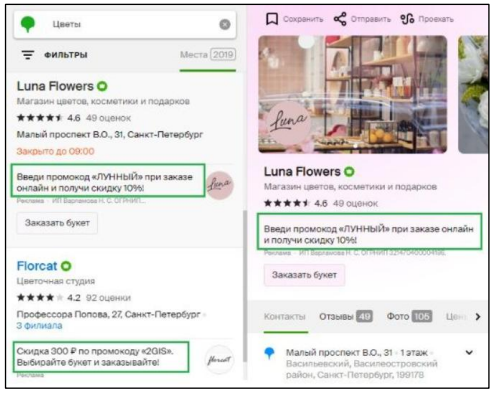
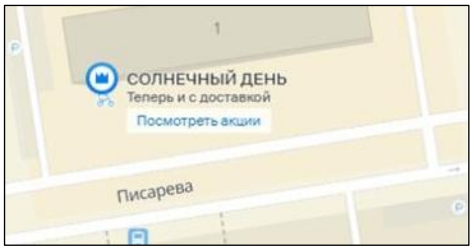
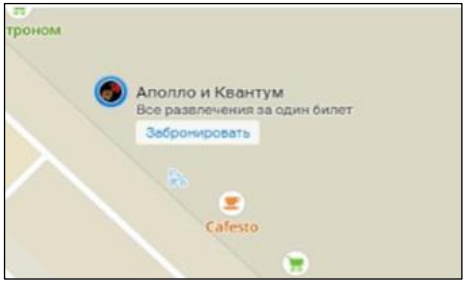
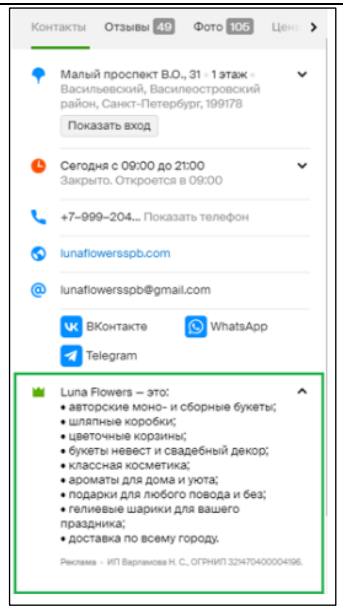
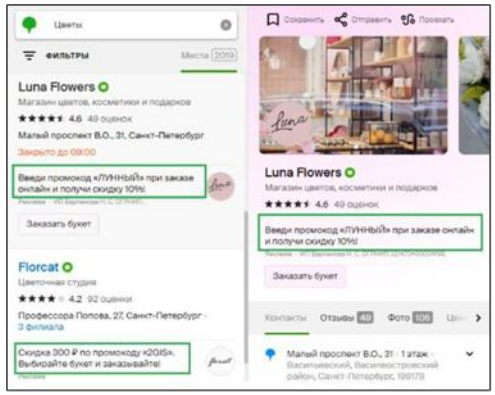
Технические требования к оформлению материалов для размещения в 2ГИС

Тип размещаемой информации	Технические требования	Образец информации	Описание позиции
Геоконтекстные позиции			
Объявление в поисковой выдаче (онлайн-версия, мобильная версия)	Объем: 70 символов, включая пробелы и знаки препинания.		Объявление в поисковой выдаче — текстовый блок, акцентирует внимание на наличие конкретного предложения, с которым стоит ознакомиться. Виден всем в закрытой и открытой карточке компании.
Объявление в поисковом маркере (онлайн-версия, мобильная версия)	Объем: 36 символов, включая пробелы и знаки препинания.		Объявление в поисковом маркере — короткое рекламное сообщение рядом с маркером и названием компании на карте, в продукте появляется в результате поискового запроса пользователя. Это возможность для рекламодателя разместить на карте информацию о скидках, спецпредложениях, услугах компании.

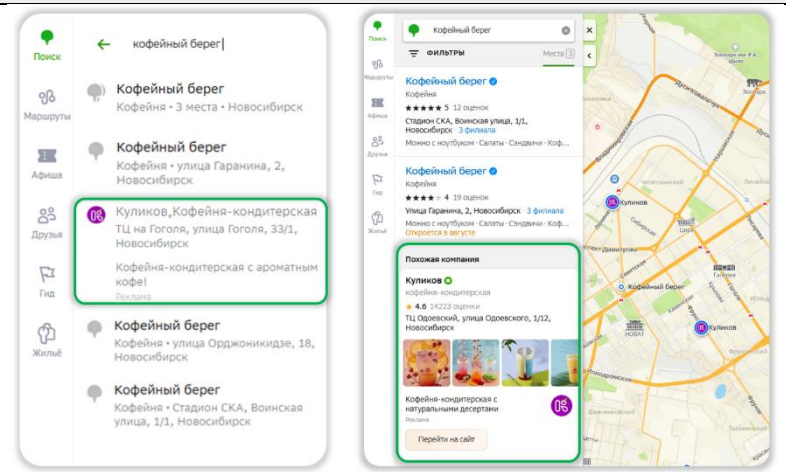
Логотип в поисковом маркере (онлайн-версия, мобильная версия)	Объем: до 10 Мб. Допустимые размеры: 132x132 – 2000x2000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg.		Логотип в поисковом маркере — это логотип, который транслируется при поисковых запросах внутри маркера. Маркер — синий значок на карте, который обозначает компанию на карте при поисковом запросе. На карте при поисковых запросах в каждой рубрике логотипы в маркерах показываются не у всех компаний сразу, а только у некоторых. Это ограничение происходит по двум причинам: 1)Если маркеры компаний на карте находятся рядом и накладываются друг на друга (то есть не хватает места) — приоритет отдается той компании, которая выше в списке результатов. Её маркер с логотипом отобразится, а маркер второй компании нет. 2)Если места на карте достаточно и маркеры компаний не мешают друг другу — система всё равно ограничивает количество логотипов в маркерах, чтобы карта не выглядела перегруженной. Т.е. у некоторых компаний будут просто синие маркеры, а у некоторых маркеры с логотипами внутри. В этом случае отображение логотипов в маркерах выбирается случайным образом и не зависит от позиции компании в списке.

			При новом поиске, обновлении страницы в онлайн-версии или повторном входе в мобильное приложение ситуация может поменяться и логотипы в маркерах появятся у других компаний.
Комментарий в карточке компании (ПК, онлайн-версия, мобильная версия)	Максимальный объем: 920 символов, включая пробелы и знаки препинания.		Комментарий позволяет объяснить клиенту, чем компания отличается от всех конкурентов. Размещается без привязки к рубрикам.
Подключение объявления в поисковой выдаче (онлайн-версия, мобильная версии)	Объем: 70 символов, включая пробелы и знаки препинания.		Позволяет привлечь потенциальных клиентов к нескольким или всем направлениям вашей деятельности. Рекламный материал может быть отличным от рекламного материала в основном пакете. Таким образом, можно создавать под рубрику индивидуальный материал, использовать правильный посыл. Подключается в рубрику, отличную от рубрики, выбранной в пакете. Объявление в поисковой выдаче — текстовый блок, акцентирует

			внимание на наличие конкретного предложения, с которым стоит ознакомиться. Виден всем в закрытой и открытой карточке компании.
Приоритет в рубрике 1 - 99 -го порядка* для объявления в поисковой выдаче (мобильная версия)*** **Количество порядков приоритета может отличаться в зависимости от города размещения и рубрики. Точное количество порядков указывается в прайс -листе.*			Приоритет 99-го порядка* считается самым высоким. Для объявлений компаний со статусом «Филиал временно не работает» приоритет не применяется, такие объявления размещаются вместе с карточками нерекламодателей. **Мобильная версия: (если геопозиция пользователя определена):** • Приоритет применяется, если объявление компании попадает в радиус полезной доступности (далее – РПД) рубрики. (Есть исключения**). РПД задаёт окружность, в которой будет работать приоритет. За границами РПД объявления размещаются релевантно для пользователя. РПД для каждой рубрики формируется автоматически раз в месяц на основании поведения пользователей, долгое время может не меняться. РПД может быть от 1 до 128 км. • Приоритет применяется (Есть исключения**) только к одному из филиалов рекламодателя – лучшему по релевантности для пользователя. • Внутри РПД объявления компаний

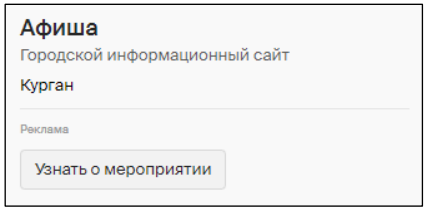
			выстраиваются между собой в порядке купленного приоритета. Объявления компаний с равным приоритетом сортируются между собой случайным образом (Есть исключения**). • Объявления компаний, не попавшие в РПД, занимают позицию среди нерекламодателей по релевантности. **Мобильная версия (если геопозиция пользователя не определена):** • Приоритет применяется (Есть исключения**), если выполняются условия: 1) Филиал компании должен быть виден на экране устройства. 2) Филиал компании должен попадать в пределы РПД от центра карты на экране устройства. 3) Если условия по п.1 и п.2 не выполнены, то объявления компаний занимают позицию среди нерекламодателей по релевантности. 4) Приоритет применяется только к одному из филиалов компании – лучшему по релевантности для пользователя. • Объявления компаний выстраиваются между собой в порядке купленного приоритета. Объявления компаний с равным приоритетом сортируются между собой случайным образом (Есть исключения**).

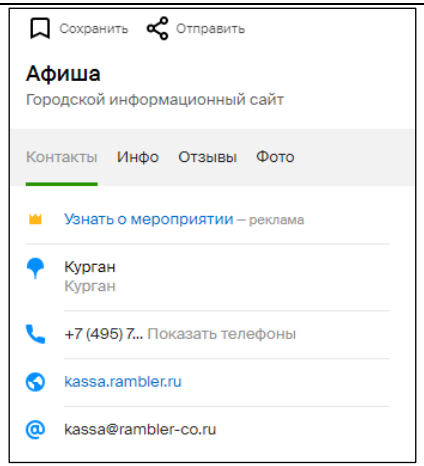
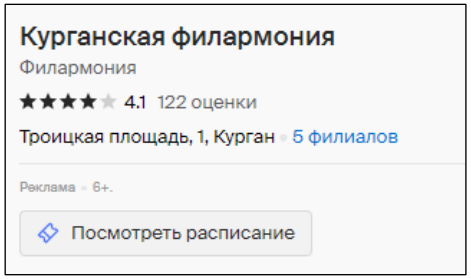
			Исключения, когда к объявлению компании может применяться приоритет более низкого порядка, чем купленный:* • Смежные запросы. Поиск может объединять в результатах выдачи компании из нескольких рубрик. К объявлениям компаний может применяться более низкий приоритет, так как объявления компаний сортируются по приоритетам из всех рубрик запроса. Например, по запросу «Кофе» в выдаче будут показаны объявления компаний из трёх рубрик: Кофейни, Точки кофе, Кофейные автоматы. • Наличие у компании нескольких филиалов. В случае если у компании несколько филиалов (карточек), купленный приоритет применяется только к одному филиалу, лучшему по релевантности для пользователя. • Сортировка/фильтры. При включении пользователем любого фильтра объявления компаний будут сортироваться в выдаче согласно выбранному критерию. * В случае согласования Сторонами размещения Приоритета в рубрике 1 - 99*

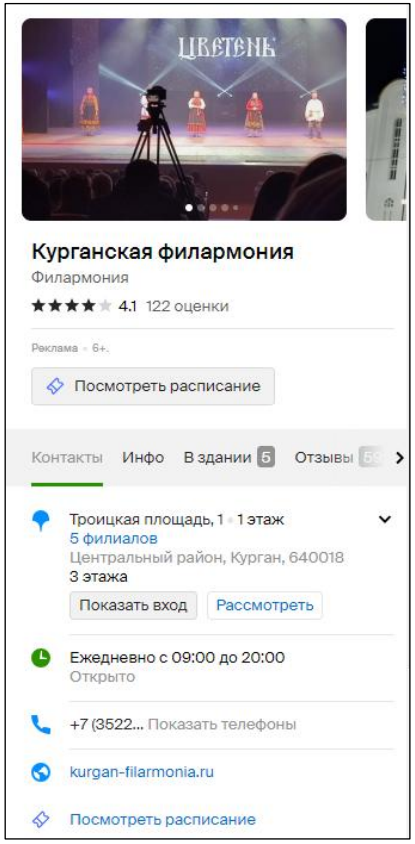
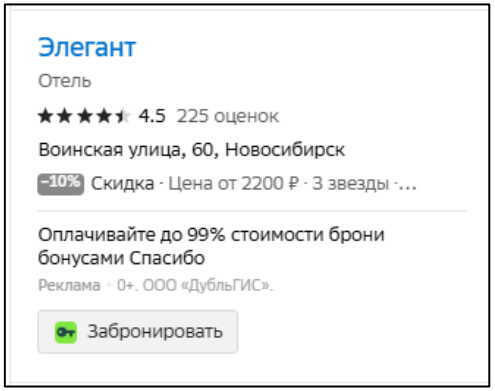
			-го порядка для объявления в поисковой выдаче в онлайн версии, к нему будет применяться порядок, аналогичный порядку, предусмотренному для мобильной версии.*
Дополнительная рубрика (онлайн-версия, мобильная версия)			Объявление в поисковой выдаче и другие рекламные материалы из пакета по умолчанию могут отображаться максимум в 5 бесплатных рубриках. Вы можете приобрести дополнительную рубрику свыше 5 бесплатных. Это рубрика, в которой будет отображаться объявление и другие рекламные материалы из пакета.
Контекстно-медийные позиции			
Реклама по брендовым запросам (онлайн-версия, мобильная версия)	**<u>Рекламный блок в поисковой подсказке при рекавери-запросе</u>** **Логотип** Размер: 200x200 пикселей Допустимые размеры: 132×132–3000×3000 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpg, jpeg. Анимация запрещена. Объем: до 10 Мб. **Текст** Рекламное объявление: до 40 символов включительно. Максимальное кол-во строк — 1. **Действие (при клике на рекламный блок)** Тип действия: карточка компании или список филиалов.		Реклама по брендовым запросам — это пакет рекламных позиций, которые отображаются при поиске по названию фирмы-нерекламодателя. Реклама продается в рубрику и отображается при поиске по названию нерекламодателя, у которого есть эта рубрика в карточке. Транслируется в онлайн-версии и мобильном приложении. Подбор рекламы происходит по рубрикам нерекламодателя, который подгрузился первым в поисковые подсказки и поисковую выдачу. Если на первой позиции оказывается рекламодатель

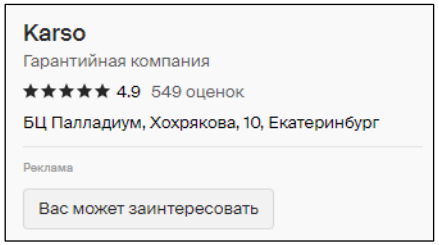
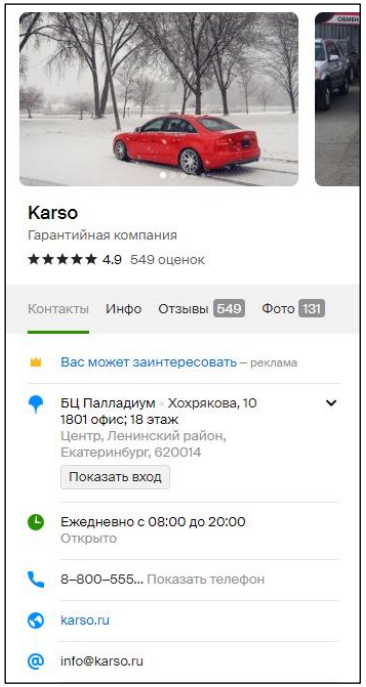
	Для онлайна и мобильной версии (Android/iOS) есть возможность заполнить разные действия. Если выбрать действие «Карточка компании», то доступен дополнительный выбор открываемого филиала (ближайший филиал, главный филиал). **Предупреждение ФАС** До 440 символов включительно. **<u>Баннер в поисковой выдаче при рекавери-запросе</u>** **Логотип** Размер: 200x200 пикселей Допустимые размеры: 132×132–3000×3000 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpg, jpeg. Анимация запрещена. Объем: до 10 Мб. **Текст** Название компании: до 50 символов включительно. Максимальное кол-во строк — 1. Сфера деятельности: до 36 символов включительно. Максимальное кол-во строк — 1. Рекламное объявление: до 60 символов включительно. Максимальное кол-во строк — 2**.** **Действие (при клике на баннер)** Тип действия: карточка компании или список филиалов. Для онлайна и мобильной версии (Android/iOS) есть возможность заполнить разные действия. Если выбрать действие «Карточка компании», то доступен дополнительный выбор открываемого филиала (ближайший филиал, главный филиал).		или дискавери-результат (не по названию, а по рубрике), данная реклама не подгрузится. Реклама работает только в рекавери-сценариях — она позволяет подгружать рекламу в момент, когда пользователь ищет конкурентов.

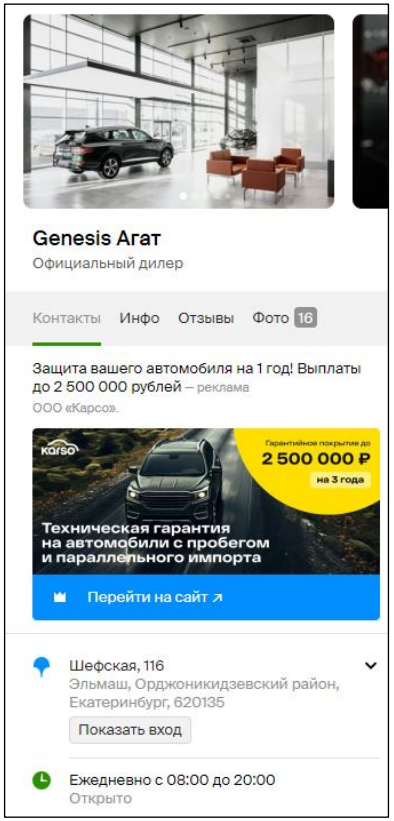
	Кнопка действия Кнопка может вести на сайт, в социальную сеть, мессенджер или на звонок. Для онлайна и мобильной версии (Android/iOS) есть возможность заполнить разные действия. Название кнопки: до 22 символов включительно. Максимальное кол-во строк — 1. Рекламная ссылка: до 1024 символов. 11 цифр, начинающихся на +7, без пробелов и дефисов, либо иное количество цифр в зависимости от особенностей указания номеров в стране. **Предупреждение ФАС** До 440 символов включительно. **<u>Маркер с логотипом на карте при рекавери-запросе</u>** **Логотип** Допустимые размеры: 96×96–2000×2000 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpg, jpeg. Анимация запрещена. Объём до 10 Мб. **Текст** Название компании на карте: до 25 символов включительно. Максимальное кол-во строк — 1. Объявление на карте: до 36 символов включительно. Максимальное кол-во строк — 2. **Баннер, открывающийся при клике на маркер на карте в навигаторе** **Логотип** Допустимые размеры: 132×132–3000×3000 пикселей.		

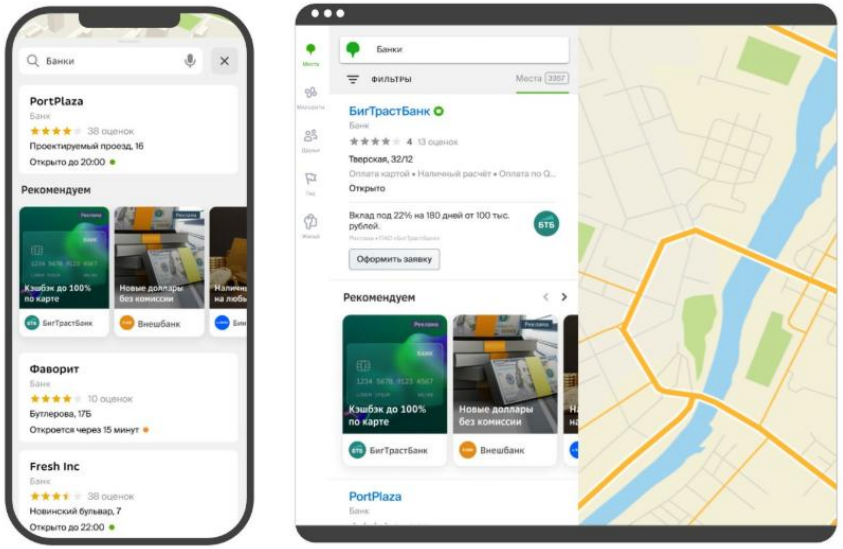
	Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpg, jpeg. Анимация запрещена. Объём до 10 Мб. **Объявление** До 70 символов включительно. Максимальное кол-во строк — 2. **Кнопка действия** Название: до 19 символов включительно. Действие: переход по ссылке или звонок. Есть возможность заполнить разные кнопки действия для iOS и Android. Заполняется, только если нужен переход в стор. Если переход единый, заполнять не нужно. Категорически запрещены переходы на карточку компании в 2ГИС и на форму построения маршрута! Это ломает работу навигатора. **Предупреждение ФАС** До 440 символов включительно.		
Кнопка действия в карточках партнеров и выдаче[2]	**Кнопка действия/рекламная ссылка в карточке клиента (онлайн-и мобильная версии):** подпись кнопки перехода к списку партнеров. Текст кнопки: 30 символов с учетом пробелов и знаков препинания. **Кнопка действия в карточке партнера (онлайн-и мобильная версии):** подпись кнопки перехода, которая ведет на страницу партнера или описание подробностей о компании, товаре. Текст кнопки: 28 символов с учетом пробелов и знаков препинания.	Карточка клиента: кнопка в поисковой выдаче (только в онлайн-версии)  Карточка клиента: открытая карточка (онлайн-и мобильная версии)	Рекламная позиция, которая включает в себя кнопку действия, логотип и объявление в шапке открытой карточки партнера, а также в закрытой карточке в поисковой выдаче. И дублирование кнопки в виде рекламной ссылки в блоке контактов.

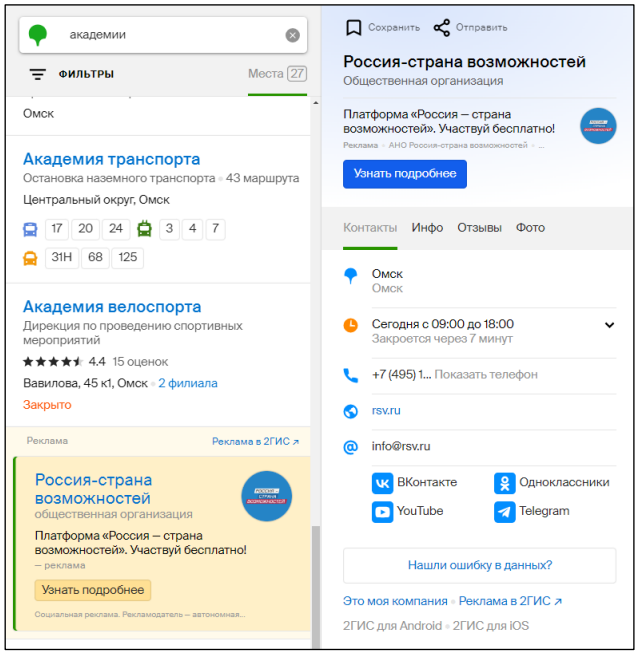
	Объявление в карточке партнёра (над кнопкой действия): Текст: до 70 символов. Одинаковое объявление транслируется во всех карточках партнёров. **Рекламная ссылка в блоке контактов в карточке партнера (онлайн-и мобильная версии).** Текст ссылки: 28 символов с учетом пробелов и знаков препинания. **Логотип компании (онлайн-и мобильная версии)**: Объем: до 10 Мб. Допустимые размеры: 84×84 – 3000×3000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg.	 Карточка партнера: в поисковой выдаче 	

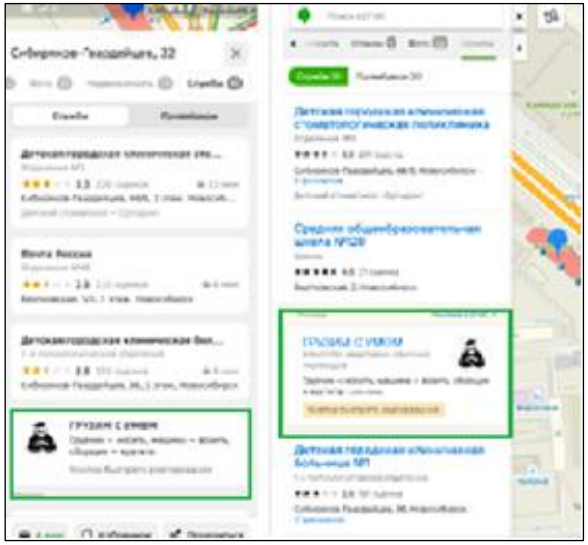
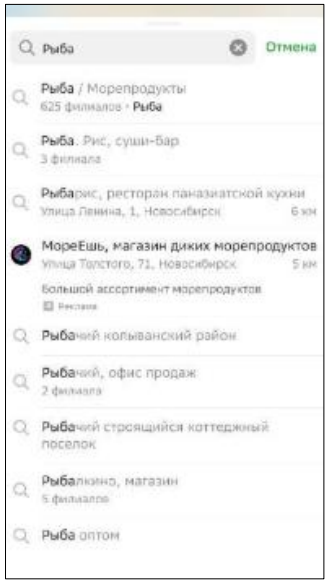
		Карточка партнера: открытая карточка  Карточка партнёра с кнопкой и объявлением:  	

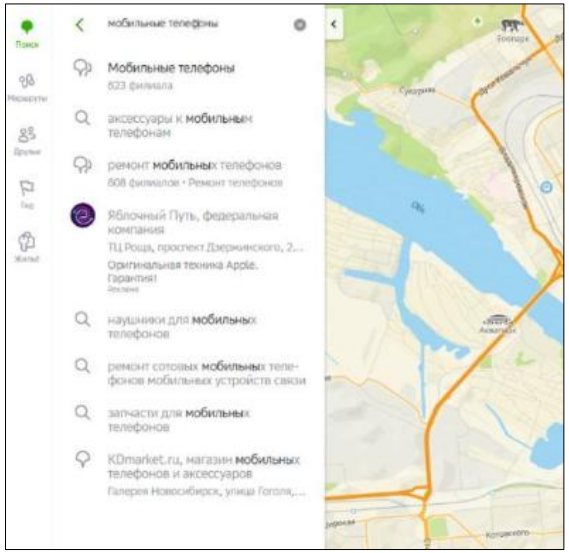
Реклама в карточках компаний[4]	**Кнопка действия/рекламная ссылка в карточке клиента (онлайн-и мобильная версии):** подпись кнопки перехода к списку филиалов. Текст кнопки: 24 символа. **Баннер в профиле партнера (онлайн-и мобильная версии):** 1.Онлайн-версия — видеоролик или фоновое изображение/фотография (на выбор РД). Длительность видеоролика: до 30 сек. Формат: avi, mp4, mpeg, mpg, mov, webm, wmv. Изображение: до 10 Мб. Допустимые размеры: 800×320 – 1600×640 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg. 2. Мобильная версия — фотография товара/услуги или видеоролик. Длительность видеоролика: до 30 сек. Формат: avi, mp4, mpeg, mpg, mov, webm, wmv. Изображение до 10 Мб. Допустимые размеры 800×800 – 2000×2000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg **Объявление в профиле партнера (онлайн-и мобильная версии):** 70 символов. **Кнопка действия в профиле партнера (онлайн-и мобильная версии):** 24 символа. **Логотип клиента (онлайн-и мобильная версии)**: Объем: до 10 Мб. Допустимые размеры: 84×84 – 3000×3000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg. .	Карточка клиента: кнопка в поисковой выдаче (только в онлайн-версии)  Карточка клиента: открытая карточка (онлайн-и мобильная версии)  	Реклама товаров и услуг в карточках партнеров — создание имиджевого восприятия товаров и услуг компании, медийная реклама продукции или услуг в карточках партнёров. Транслируется рекламный материал в открытой карточке партнёра.

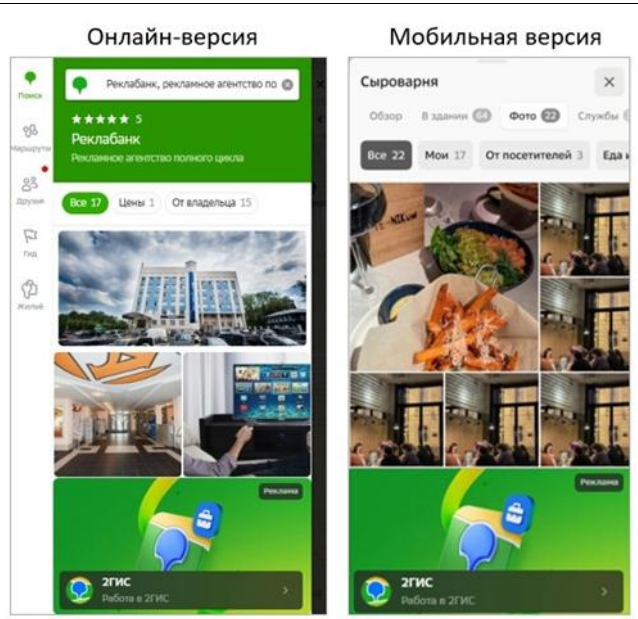
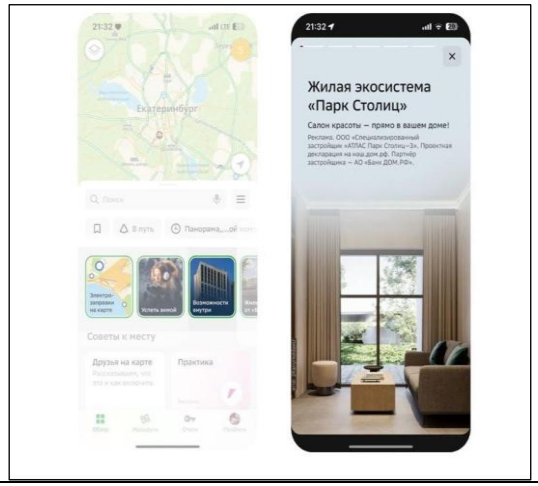
		Карточка партнера:  	

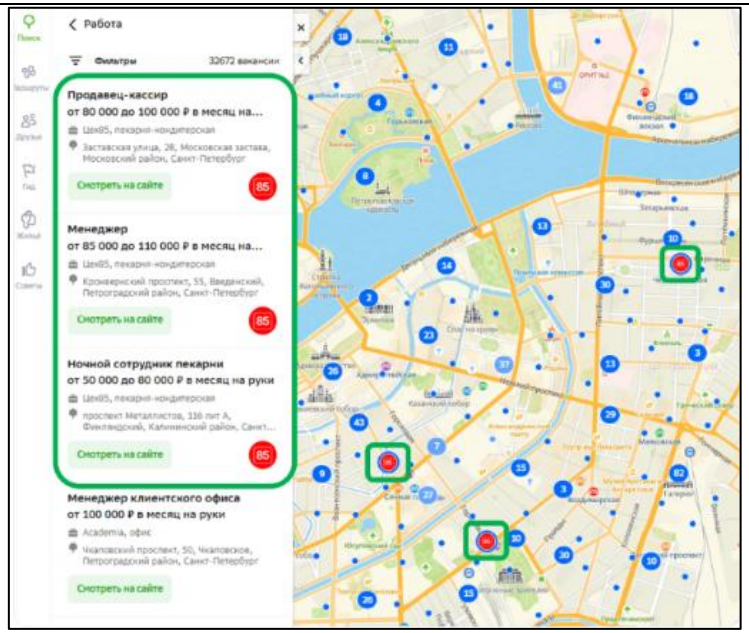
Рекламный блок в поисковой выдаче (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Размер: 200x200 пикселей Допустимые размеры: 132×132–3000×3000 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. **Формат:** png, jpeg, анимация запрещена. Объем: до 10 Мб. **Фоновое изображение** Размер: минимум 500×600 пикселей, максимум 2000×3000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg, не более 10 Мб. **Текст** Название компании: 20 символов. Рекламный текст: 35 символов. **Кнопка действия** может вести на сайт, карточку компании, список филиалов, в мессенджер или на звонок. Действие «Звонок» возможно задать только для мобильной версии. На рекламном блоке кнопка действия не отображается, клик в любую часть блока ведёт к действию. В ссылке до 1024 символов. **Предупреждение ФАС**: до 440 символов.		Рекламный блок в поисковой выдаче — это блок, который отображается на четвёртом месте в результатах поиска по запросам в определённой рубрике.

Контекстный рекламный блок в выдаче (онлайн-версия)	**Логотип** Размер: 200×200 пикселей. Допустимые размеры: 132x132 — 3000x3000. **Важно!** 200×200 — это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpeg, анимация запрещена. Объем: до 25 Мб. **Рекламное объявление** Максимальный объем — 70 символов. **Кнопка действия** Текст — до 28 символов. Рекламная ссылка — до 1024 символов. С кнопки возможен переход в звонок или на внешний сайт. Переход с кнопки на карточку компании в 2ГИС запрещен. **Фоновое изображение** Фоновое изображение рекламодатель готовит самостоятельно. Размер: минимум 800×400 пикселей, максимум 2000×1000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg, не более 10 Мб.		Контекстный рекламный блок в выдаче (КРБ) — рекламная позиция, расположенная на последнем месте поисковой выдачи первой страницы в онлайн-версии. При наличии нескольких рекламодателей ротация рекламного материала (показ соответствующего каждому рекламодателю контекстного рекламного блока на 3-м месте поисковой выдачи в онлайн-версии) будет происходить рандомно согласно количеству рекламодателей при каждом обновлении страницы. У КРБ в выдаче нативный формат: органично встроен в поисковую выдачу, за счёт чего у пользователей складывается впечатление, что это часть справочника. Клик на КРБ в выдаче всегда ведет в карточку компании. Помогает привлечь внимание потенциальных покупателей, заинтересованных в покупке. Располагается в рубрике, контекстно близкой рекламодателю.

Баннер в обслуживающих организациях (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Размер: 200 на 200 пикселей. Допустимые размеры 132 на 132 — 3000 на 3000 пикселей. **Важно**! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpg, jpeg, анимация запрещена Объем: до 10 Мб **Объявление в поисковой выдаче** Максимальный объем — 70 символов. **Кнопка действия** Текст — до 28 символов. Рекламная ссылка — до 1024 символов. **Фоновое изображение** Размер: минимум 800 на 400 пикселей, максимум 2000 на 1000.пикселей Формат: png, jpg, jpeg.		Баннер в обслуживающих организациях — это медийная позиция, которая транслируется в мобильном приложении и онлайн-версии. Транслируется во вкладке «Службы» на 4-й позиции в мобильном приложении, если организаций в списке более 4. На последней, если организаций меньше 4. На 3-й позиции в онлайн-версии во вкладке «Службы». Если организаций в списке менее 2, то транслируется на последней позиции.
Рекламный блок в поисковой подсказке (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Размер: 200 на 200 пикселей. Допустимые размеры 132 на 132 — 3000 на 3000 пикселей. **Важно**! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpg, jpeg, анимация запрещена Объем: до 10 Мб **Название компании** Транслируется название бренда из карточки компании. **Объявление** Максимальный объем — 41 символ. **Предупреждение ФАС** До 440 символов с пробелами.	Мобильная версия 	Рекламный блок в поисковой подсказке — это рекламная позиция, расположенная на четвёртом месте в списке подсказок при запросе по рубрике в мобильной версии и онлайн-версии. Отображает рекламодателя при запросе в его рубрике. В зависимости от того, к какой рубрике относится первый результат из списка подсказок, будет подгружаться рекламодатель, который приобрёл позицию в этой рубрике. Рекламный блок в поисковой подсказке состоит из блока с названием компании, адресом, логотипом и рекламным объявлением. Позиция продаётся в рубрику.

		Онлайн-версия 	
Рекламный блок в фотогалерее (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Размер: 200x200 пикселей Допустимые размеры: 132×132–3000×3000 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. **Формат:** png, jpeg, анимация запрещена. Объем: до 10 Мб. **Текст** Название компании: 16 символов. Рекламный текст: 34 символов. **Кнопка действия** может вести на сайт, карточку компании, список филиалов, в мессенджер или на звонок. На рекламном блоке кнопка действия не отображается, клик в любую часть блока ведёт к действию. В ссылке до 1024 символов. **Предупреждение** ФАС: до 440 символов.	 	Рекламный блок в фотографии — это блок, который виден при просмотре полноразмерной фотографии или видео в карточке компании нерекламодателя. Позиция продается в рубрику и отображается в открытой фотографии или видео нерекламодателя, у которого есть эта рубрика в карточке.

Баннер в фотогалерее (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Размер: 200x200 пикселей Допустимые размеры: 132×132–3000×3000 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. **Формат:** png, jpeg, анимация запрещена. Объем: до 10 Мб. **Фоновое изображение:** Допустимые размеры 1440×800–3000×3000 пикселей. Формат: Png, jpg, jpeg. Объём: до 10 Мб. **Текст** Название компании: 18 символов. Рекламный текст: 36 символов. **Кнопка действия** может вести на сайт, карточку компании, список филиалов, в мессенджер или на звонок. На рекламном блоке кнопка действия не отображается, клик в любую часть блока ведёт к действию. В ссылке до 1024 символов. **Предупреждение** ФАС: до 440 символов.		Баннер в фотогалерее — это баннер, который виден при открытии фотогалереи карточки компании нерекламодателя. Позиция продается в рубрику и отображается в открытой фотогалерее нерекламодателя, у которого есть эта рубрика.
Медийные позиции			
Сторис на дашборде (мобильная версия)	Состоит от 3 до 5 слайдов. Состав слайда **Заголовок** (первый слайд — до 32 символов; остальные слайды — до 48 символов). **Текст** (до 150 символов). **Фоновая картинка** (минимальная высота — 1920 пикселей, форматы: png, jpg, jpeg). В качестве фоновой картинки используются только фотографии. Не используются коллажи с брендингом или сложносоставные макеты. Брендинг или логотип допускается на превью, в первом и / или последнем слайдах не больше 20 процентов от		Медийная рекламная позиция, состоит из 3- 5 слайдов, объединенных общей идеей. Размещается на главном экране мобильного приложения.

	всего пространства слайда (на превью — 30 процентов) и размещается дизайнером 2ГИС. **Кнопка действия на последнем слайде** — переход в карточку или на сайт/соцсети РД (название кнопки — до 32 символов). **Сноска ФАС** **ERID**		
Пакет «Продвижение вакансий» (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Размер: 200×200 пикселей. Допустимые размеры: 132x132 — 3000x3000. Важно! 200×200 — это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: Png, jpg, jpeg. Анимация запрещена. Объем: до 10 Мб.		**Пакет «Продвижение вакансий»** — это продвижение объявлений в слое вакансий с помощью дополнительных опций: логотипа в карточке вакансии, маркера на карте с логотипом, приоритета карточки вакансии. Позиция приобретается для каждого филиала отдельно. Транслируется в мобильной и онлайн-версиях 2ГИС. В онлайн-версии слой называется «Работа на карте», в мобильной версии «Работа». Состав пакета: 1) Маркер на карте с логотипом. В слое вакансий у компании формируется индивидуальный маркер с логотипом. При клике на него открываются только объявления этой компании. 2)Логотип в карточке вакансии. В выдаче объявлений в слое в карточках вакансий отображается логотип компании. 3) Приоритет карточки

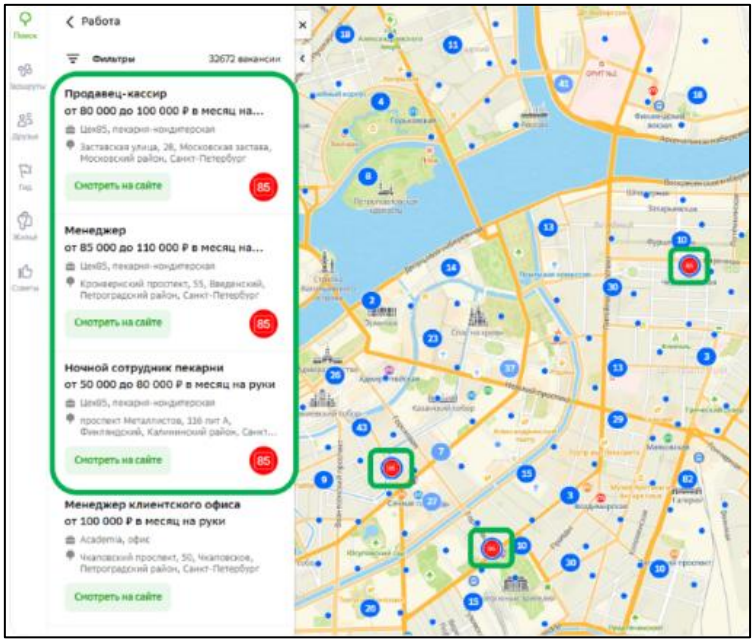
			вакансии. Объявления компании поднимаются выше в списке выдачи, располагаясь на над объявлениями, которые не приобрели продвижение. **Механика отображения маркеров вакансий на карте** <u>Алгоритм трансляции маркеров на здании в слое вакансий:</u> • Если в здании вакансии только по одной компании, которая купила пакет «Продвижение вакансий», то на здании будет только маркер этой компании с логотипом. • Если в здании есть вакансии других компаний, помимо компании с пакетом «Продвижение вакансий», то отобразится второй маркер — общий маркер здания. При клике на него открываются все вакансии по адресу, включая те, что уже представлены в маркере компании. Т. е. вакансии компании с пакетом будут и в своём маркере, и в общем маркере

			здания. • Если для двух маркеров (для общего и для маркера компании) на здании не хватает места, то в приоритете всегда отображается общий маркер здания. • Если в здании несколько компаний с пакетом «Продвижение вакансий» и места хватает — отображаются все их маркеры. Если места недостаточно, маркеры ротируются в случайном порядке. Обновление происходит каждые 5 минут. • Если у компании по адресу размещена одна вакансия, в их маркере отображается только логотип. Если вакансий больше одной — в маркере появляется цифра, указывающая их количество. Аналогично работает и общий маркер здания: если по адресу размещено несколько вакансий, то в синем маркере отображается цифра с их количеством, если вакансия одна — маркер представлен в

			виде синей точки без цифры. <u>Генерализации маркеров на карте в слое вакансий:</u> • На карте работает алгоритм генерализации: система автоматически определяет, какие маркеры отображать на каждом уровне масштаба, чтобы избежать перегрузки карты. При приближении или отдалении карты маркеры перераспределяются — пользователь видит разные маркеры в зависимости от зума. • На дальних масштабах преимущественно отображаются маркеры компаний с логотипами. При приближении до 15-го зума и ближе приоритет получают маркеры зданий. • При применении фильтров по должности количество маркеров на карте сокращается. Это увеличивает вероятность отображения маркера компании, если её вакансии соответствуют

			выбранным фильтрам. • Если на одном уровне масштаба или в пределах одного здания возникает конфликт между несколькими маркерами компаний, они ротируются между собой случайным образом. Важно: ротация происходит не при обновлении страницы, а каждые 5 минут — независимо от того, открыт ли 2ГИС у пользователя. Например, если пользователь зашёл в 2ГИС, посмотрел слой с вакансиями, вышел и вернулся через 5 минут, он может увидеть уже другой набор маркеров компаний. **Приоритет и логотип** **Как работает продвижение в выдаче** 1) Список выдачи, открытый через боковую панель поиска в онлайн-версии: • В топе выдачи — вакансии компаний с пакетом «Продвижение вакансий». Ротируются вакансии компаний между собой в случайном порядке, который обновляется

			раз в час. Важный момент: если у компании создана одна вакансия на несколько филиалов, то в общем списке всех вакансий по проекту поднимается в топ объявление только по одному из филиалов — этот алгоритм реализован, чтобы визуально не перегружать общую выдачу одинаковыми объявлениями с разных филиалов (такие объявления будут ниже, см. след. пункт). • В середине — вакансии компаний с тем же пакетом «Продвижение вакансий», одинаковые на филиалы и не попавшие из-за этого в топ. Также отображаются в случайном порядке, обновляемом раз в час. • В конце выдачи — все остальные вакансии: от агрегаторов и от компаний без пакета продвижения, они сортируются по дате создания или обновления. 2) Список выдачи, открытый через маркер здания на карте: • В топе выдачи — вакансии компаний с пакетом «Продвижение вакансий».

			Ротируются объявления компаний между собой в случайном порядке, который обновляется раз в час. • В конце выдачи — все остальные вакансии: от агрегаторов и от компаний без пакета продвижения, они сортируются по дате создания или обновления.
Продвижение вакансий 1 (Номинант Премии) (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Размер: 200×200 пикселей. Допустимые размеры: 132x132 — 3000x3000. Важно! 200×200 — это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: Png, jpg, jpeg. Анимация запрещена. Объем: до 10 Мб. **Требования к объявлениям о вакансиях:** 1.1. Содержание всех полей формы Вакансии должно соответствовать их названию и назначению. В описании Вакансии не должно быть орфографических и пунктуационных ошибок, а также неоправданных сокращений. 1.2. Название вакансии должно содержать только название должности. Название вакансии должно соответствовать описанию вакансии. 1.3. Вакансия должна содержать достоверную, актуальную информацию об одной вакантной должности. Описание вакансии должно быть информативным. Рекомендуется указывать требования к соискателю, обязанности, график работы, условия	Продвижение в слое:  	**Продвижение вакансий 1 (Номинант Премии)** — это предоставление доступа к созданию объявлений о вакансиях в карточке компании и продвижение этих объявлений в слое вакансий с помощью дополнительных опций: логотипа в карточке вакансии, маркера на карте с логотипом, приоритета карточки вакансии. Позиция работает для всех филиалов компании. Транслируется в мобильной и онлайн-версиях 2ГИС. В онлайн-версии слой называется «Работа на карте», в мобильной версии «Работа». Состав пакета: 1) Вакансии. Предоставление доступа к созданию объявлений о вакансиях в карточке компании через личный кабинет. 2) Маркер на карте с логотипом.

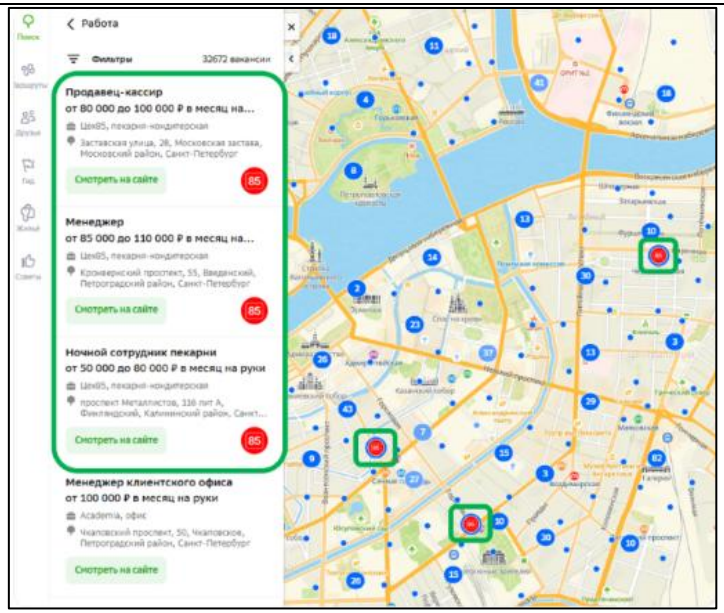
	работы. 1.4. Информация о вакансии должна быть на русском языке или на иностранном, с обязательным дублированием всего текста на русский язык. 1.5. Не допускается дублирование вакансий, повторная публикация одной и той же вакансии, публикация вакансии от третьих лиц. 1.6. Ограничения по символам: название вакансии — от 2 до 150 символов; описание вакансии — от 2 до 2000 символов. Запреты: 1.7. Запрещается распространение информации о свободных рабочих местах или вакантных должностях, содержащей сведения дискриминационного характера, а именно указывающие на какое бы то ни было прямое или косвенное ограничение прав или установление прямых или косвенных преимуществ в зависимости от: -пола, -расы, -национальности, -языка, -цвета кожи, -происхождения, -инвалидности, -имущественного, семейного, социального и должностного положения, возраста, места жительства, -отношения к религии, убеждений, принадлежности или непринадлежности к общественным объединениям или каким-либо социальным группам, -иные обстоятельства, не связанные с деловыми качествами работников. -Исключение — право или обязанность устанавливать такие ограничения или преимущества предусмотрены федеральными	Вакансия в карточке компании: 	В слое вакансий у компании формируется индивидуальный маркер с логотипом. При клике на него открываются только объявления этой компании. 3)Логотип в карточке вакансии. В выдаче объявлений в слое в карточках вакансий отображается логотип компании. 4) Приоритет карточки вакансии. Объявления компании поднимаются выше в списке выдачи, располагаясь на над объявлениями, которые не приобрели продвижение. **Механика отображения маркеров вакансий на карте** <u>Алгоритм трансляции маркеров на здании в слое вакансий:</u> • Если в здании вакансии только по одной компании, которая купила пакет «Продвижение вакансий», то на здании будет только маркер этой компании с логотипом. • Если в здании есть вакансии других компаний, помимо компании с пакетом «Продвижение вакансий», то отобразится второй маркер — общий маркер здания. При клике на него открываются все

	законами. 1.8. Запрещается публиковать информацию, призывающую к нарушению действующего законодательства, содержащую явное неуважение к обществу, государству и органам власти, а также информацию, которая является противозаконной, оскорбительной, клеветнической, заведомо ложной, грубой, непристойной. 1.9. Запрещается публиковать информацию, противоречащую действующему законодательству. Например, предлагать соискателям трудоустройство / иную форму сотрудничества в следующих сферах: игорный бизнес, азартные игры; финансовые пирамиды; религиозные секты, оккультные и эзотерические услуги и прочее. 1.10. Запрещается в описании вакансии размещать текст согласия соискателя на обработку персональных данных. 1.11. Запрещается в описании вакансии размещать рекламу товаров и услуг. Нарушение любого пункта настоящих Требований может повлечь следующие последствия: 2.1. Скрытие (удаление) Контента. 2.2. Ограничение или прекращение предоставления права использования Онлайн-сервисов и/или Программных продуктов 2ГИС Пользователю, добавившему или распространившему такой Контент. Санкции за нарушение настоящих Требований применяются по усмотрению Администрации без предварительного уведомления.		вакансии по адресу, включая те, что уже представлены в маркере компании. Т. е. вакансии компании с пакетом будут и в своём маркере, и в общем маркере здания. • Если для двух маркеров (для общего и для маркера компании) на здании не хватает места, то в приоритете всегда отображается общий маркер здания. • Если в здании несколько компаний с пакетом «Продвижение вакансий» и места хватает — отображаются все их маркеры. Если места недостаточно, маркеры ротируются в случайном порядке. Обновление происходит каждые 5 минут. • Если у компании по адресу размещена одна вакансия, в их маркере отображается только логотип. Если вакансий больше одной — в маркере появляется цифра, указывающая их количество. Аналогично работает и общий маркер здания: если по адресу размещено несколько вакансий, то в синем маркере отображается цифра с их количеством, если вакансия одна — маркер представлен в виде синей точки без цифры.

			<u>Генерализации маркеров на карте в слое вакансий:</u> • На карте работает алгоритм генерализации: система автоматически определяет, какие маркеры отображать на каждом уровне масштаба, чтобы избежать перегрузки карты. При приближении или отдалении карты маркеры перераспределяются — пользователь видит разные маркеры в зависимости от зума. • На дальних масштабах преимущественно отображаются маркеры компаний с логотипами. При приближении до 15-го зума и ближе приоритет получают маркеры зданий. • При применении фильтров по должности количество маркеров на карте сокращается. Это увеличивает вероятность отображения маркера компании, если её вакансии соответствуют выбранным фильтрам. • Если на одном уровне масштаба или в пределах одного здания возникает конфликт между несколькими маркерами компаний, они ротируются между собой случайным образом. Важно: ротация происходит не при обновлении страницы, а каждые 5 минут — независимо от того,

			открыт ли 2ГИС у пользователя. Например, если пользователь зашёл в 2ГИС, посмотрел слой с вакансиями, вышел и вернулся через 5 минут, он может увидеть уже другой набор маркеров компаний. **Приоритет и логотип** **Как работает продвижение в выдаче** 1) Список выдачи, открытый через боковую панель поиска в онлайн-версии: • В топе выдачи — вакансии компаний с пакетом «Продвижение вакансий». Ротируются вакансии компаний между собой в случайном порядке, который обновляется раз в час. Важный момент: если у компании создана одна вакансия на несколько филиалов, то в общем списке всех вакансий по проекту поднимается в топ объявление только по одному из филиалов — этот алгоритм реализован, чтобы визуально не перегружать общую выдачу одинаковыми объявлениями с разных филиалов (такие объявления будут ниже, см. след. пункт). • В середине — вакансии компаний с тем же пакетом «Продвижение вакансий», одинаковые на филиалы и не попавшие из-за этого в

			топ. Также отображаются в случайном порядке, обновляемом раз в час. • В конце выдачи — все остальные вакансии: от агрегаторов и от компаний без пакета продвижения, они сортируются по дате создания или обновления. 2) Список выдачи, открытый через маркер здания на карте: • В топе выдачи — вакансии компаний с пакетом «Продвижение вакансий». Ротируются объявления компаний между собой в случайном порядке, который обновляется раз в час. • В конце выдачи — все остальные вакансии: от агрегаторов и от компаний без пакета продвижения, они сортируются по дате создания или обновления.

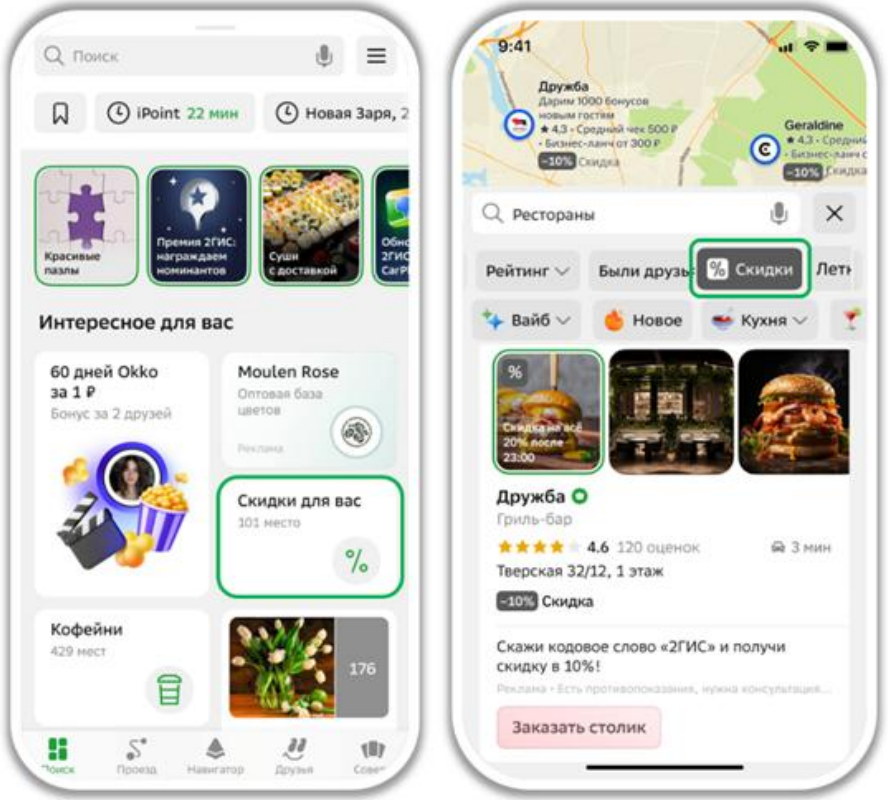
Продвижение вакансий 2 (Номинант Премии) (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Размер: 200×200 пикселей. Допустимые размеры: 132x132 — 3000x3000. Важно! 200×200 — это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: Png, jpg, jpeg. Анимация запрещена. Объем: до 10 Мб.		**Продвижение вакансий 2 (Номинант Премии)** — это продвижение объявлений в слое вакансий с помощью дополнительных опций: логотипа в карточке вакансии, маркера на карте с логотипом, приоритета карточки вакансии. Продвижение работает для всех филиалов компании. Транслируется в мобильной и онлайн-версиях 2ГИС. В онлайн-версии слой называется «Работа на карте», в мобильной версии «Работа». Состав пакета: 1) Маркер на карте с логотипом. В слое вакансий у компании формируется индивидуальный маркер с логотипом. При клике на него открываются только объявления этой компании. 2)Логотип в карточке вакансии. В выдаче объявлений в слое в карточках вакансий отображается логотип компании. 3) Приоритет карточки вакансии. Объявления компании поднимаются выше в списке выдачи, располагаясь на над объявлениями, которые не приобрели продвижение. **Механика отображения маркеров вакансий на**

			карте <u>Алгоритм трансляции маркеров на здании в слое вакансий:</u> • Если в здании вакансии только по одной компании, которая купила пакет «Продвижение вакансий», то на здании будет только маркер этой компании с логотипом. • Если в здании есть вакансии других компаний, помимо компании с пакетом «Продвижение вакансий», то отобразится второй маркер — общий маркер здания. При клике на него открываются все вакансии по адресу, включая те, что уже представлены в маркере компании. Т. е. вакансии компании с пакетом будут и в своём маркере, и в общем маркере здания. • Если для двух маркеров (для общего и для маркера компании) на здании не хватает места, то в приоритете всегда отображается общий маркер здания. • Если в здании несколько компаний с пакетом «Продвижение вакансий» и места хватает — отображаются все их маркеры. Если места недостаточно, маркеры ротируются в случайном порядке. Обновление

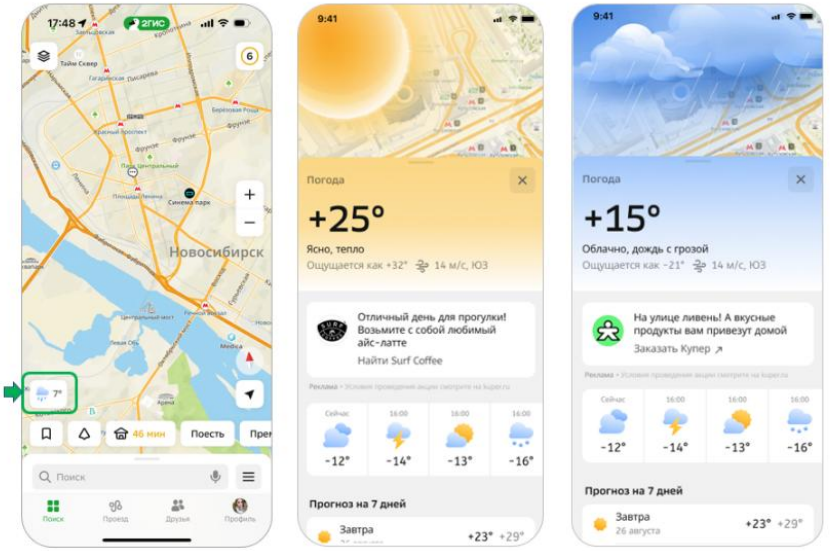
			происходит каждые 5 минут. • Если у компании по адресу размещена одна вакансия, в их маркере отображается только логотип. Если вакансий больше одной — в маркере появляется цифра, указывающая их количество. Аналогично работает и общий маркер здания: если по адресу размещено несколько вакансий, то в синем маркере отображается цифра с их количеством, если вакансия одна — маркер представлен в виде синей точки без цифры. <u>Генерализации маркеров на карте в слое вакансий:</u> • На карте работает алгоритм генерализации: система автоматически определяет, какие маркеры отображать на каждом уровне масштаба, чтобы избежать перегрузки карты. При приближении или отдалении карты маркеры перераспределяются — пользователь видит разные маркеры в зависимости от зума. • На дальних масштабах преимущественно отображаются маркеры компаний с логотипами. При приближении до 15-го зума и ближе приоритет получают маркеры зданий.

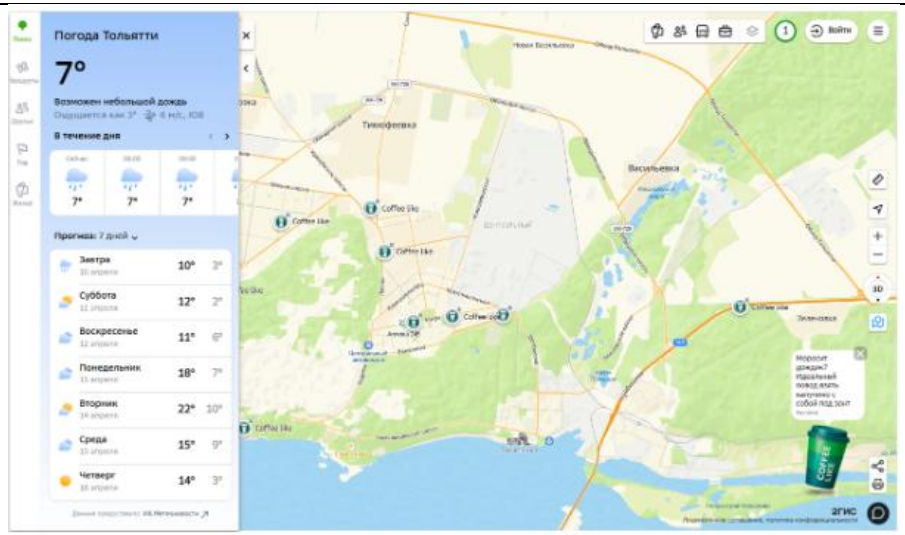
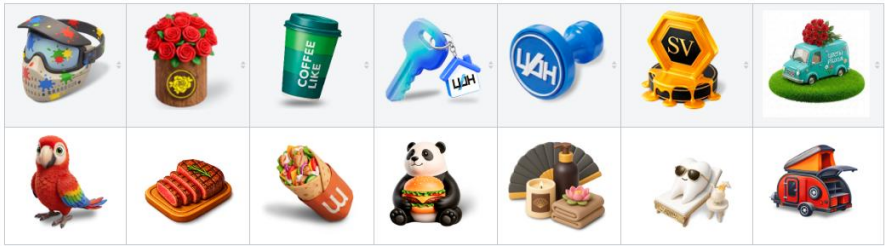
			• При применении фильтров по должности количество маркеров на карте сокращается. Это увеличивает вероятность отображения маркера компании, если её вакансии соответствуют выбранным фильтрам. • Если на одном уровне масштаба или в пределах одного здания возникает конфликт между несколькими маркерами компаний, они ротируются между собой случайным образом. Важно: ротация происходит не при обновлении страницы, а каждые 5 минут — независимо от того, открыт ли 2ГИС у пользователя. Например, если пользователь зашёл в 2ГИС, посмотрел слой с вакансиями, вышел и вернулся через 5 минут, он может увидеть уже другой набор маркеров компаний. **Приоритет и логотип** **Как работает продвижение в выдаче** 1) Список выдачи, открытый через боковую панель поиска в онлайн-версии: • В топе выдачи — вакансии компаний с пакетом «Продвижение вакансий». Ротируются вакансии компаний между собой в случайном порядке, который обновляется раз в

			час. Важный момент: если у компании создана одна вакансия на несколько филиалов, то в общем списке всех вакансий по проекту поднимается в топ объявление только по одному из филиалов — этот алгоритм реализован, чтобы визуально не перегружать общую выдачу одинаковыми объявлениями с разных филиалов (такие объявления будут ниже, см. след. пункт). • В середине — вакансии компаний с тем же пакетом «Продвижение вакансий», одинаковые на филиалы и не попавшие из-за этого в топ. Также отображаются в случайном порядке, обновляемом раз в час. • В конце выдачи — все остальные вакансии: от агрегаторов и от компаний без пакета продвижения, они сортируются по дате создания или обновления. 2) Список выдачи, открытый через маркер здания на карте: • В топе выдачи — вакансии компаний с пакетом «Продвижение вакансий». Ротируются объявления компаний между собой в случайном порядке, который обновляется раз в час. • В конце выдачи — все остальные вакансии: от агрегаторов и от компаний

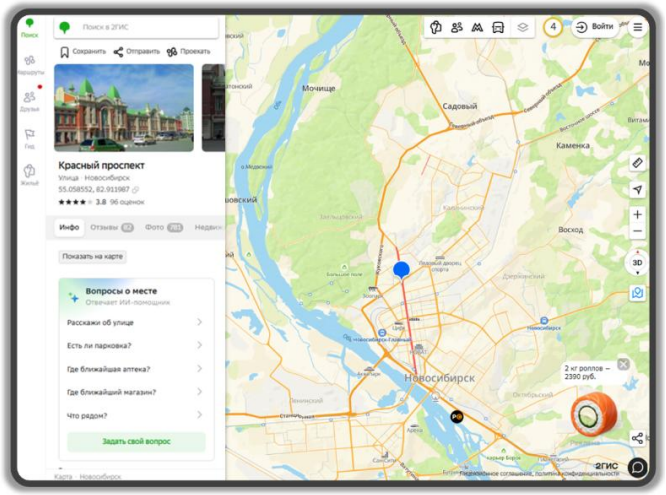
			без пакета продвижения, они сортируются по дате создания или обновления.
Промо скидок (онлайн-версия, мобильная версия)	Состав скидочной сторис: **Превью** Это обложка сторис, транслируется уменьшенное изображение с первого слайда или можно загрузить отдельное изображение. Изображение: 300x300 — 3000×3000 пикселей, не более 10 Мб. Формат: png, jpg, jpeg. На обложке размещается текст (обязателен для заполнения): до 36 символов, до 3 строк. **Открытая сторис (параметры для одного слайда)** Фоновое изображение или видео (обязательно для заполнения): 1) Изображение: 360×640 —3000×3000 пикселей, не более 10 Мб. Формат: png, jpg, jpeg. 2) Видео: видео можно загрузить практически во всех популярных форматах — оно автоматически конвертируется в нужный формат. Если формат видео не подойдёт, система выдаст соответствующую ошибку. В таком случае нужно сконвертировать видео самостоятельно и подгрузить его в другом формате (например MP4). Примеры форматов, доступных для загрузки: Android: H. 263, H. 264 AVC, H. 265 HEVC, MPEG-4 SP, VP8, VP9, WMV, VP6, MJPEG. iOS: H. 264, . mov, m4v, . mp4, MPEG-4, M-JPEG (Motion JPEG), . avi. Объем: от 1 до 100 Мб. Длительность: от 6 до 30 сек. Важно: для фонового изображения в слайдах сторис лучше использовать только вертикальные фотографии и видео в соотношении сторон 9:16, чтобы они не обрезались. Если загрузить другое соотношение		**Промо скидок** — это рекламная позиция, с помощью которой возможно продвигать скидочные сторис от компаний через дополнительные опции: метарубрику и фильтр. Компания с позицией «Промо скидок»: • отображается в поисковой выдаче по метарубрике «Скидки для вас» — при открытии карточки показываются только сторис со скидками; • отображается в поисковой выдаче по рубрикам при применении фильтра «Скидки» — при открытии карточки также показываются только скидочные сторис; В карточке компании, в скидочной сторис и под маркером на карте у компании отображается специальный значок скидки. Метарубрика «Скидки для вас» отображается на дашборде (главный экран на стартовой странице 2ГИС) в онлайн- и мобильной версиях. Метарубрику также можно открыть и через поисковой запрос, если в ручном режиме ввести в поисковой строке ключевые слова к

	сторон, то изображение будет обрезаться под вертикальное, а видео может не загрузиться. Примеры вертикальных размеров 9:16: 720x1280, 810x1440, 900x1600, 1080x1920 и т.п. Слайды сторис, которые открываются при клике на превью: от 1 до 5 слайдов — если загружены изображения, 1 слайд — если загружено видео. Текст на каждом слайде Заголовок — до 60 символов, до 3 строк. Объявление — до 150 символов, до 6 строк. Шаблон текста: заголовок сторис и текст объявления можно разместить в нижней или верхней части слайда **Кнопка действия (обязательно для заполнения)** На каждом слайде располагается кнопка с названием «Получить скидку», изменить название нельзя. При нажатии открывается промокод. Поле «Размер скидки»: 1-2 символа, от 1 до 99%. Необязательно для заполнения. Нельзя указать разные скидки для разных слайдов. Скидка одна на все слайды. Поле «Код для получения скидки»: указывается промокод, до 10 символов. Нельзя указать разные промокоды для разных слайдов. Промокод один на все слайды. Заполняется при необходимости отдельно действие для второй кнопки действия под промокодом (название кнопки и номер телефона/адрес сайта), либо оставляется системная кнопка «Спасибо». **Комментарий ФАС:** до 440 символов с пробелами.		метарубрике («скидки для вас», «скидки», «места со скидками»). Фильтр «Скидки» отображается на панели фильтров при поиске по рубрикам. Чтобы компания попала в список выдачи по метарубрике или фильтру — у неё должна быть создана хотя бы одна скидочная сторис. В Личном кабинете при создании сторис необходимо выбрать формат «Сторис со скидкой».

	Дополнительно: если у компании больше одного филиала, при создании сторис появляется возможность выбрать, в каких именно филиалах её показывать — для этого есть фильтр «Выбрать филиалы». В карточке компании доступно к созданию до 30 сторис включительно. Все 30 сторис компании могут быть скидочными. Сторис создаются в Личном кабинете компании.		
Рекламный блок в погоде (мобильная версия, онлайн-версия)	**1)Рекламный блок** **Логотип** Размер: 200x200 пикселей Допустимые размеры: 132×132–3000×3000 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. **Формат:** png, jpeg, анимация запрещена. **Объем:** до 10 Мб. **Текст объявления** До 80 символов. Максимальное количество символов в одном слове — 28. Максимальное количество строк — 3. **Кнопка действия** Текст — до 28 символов. Рекламная ссылка — до 1024 символов. **Предупреждение ФАС** до 440 символов. **2) 3D-объект на карте** **Макет 3D:** Размер: 500x500–2000×2000 пикселей. Формат: Png, jpg, jpeg. Объём: до 10 Мб. **Требования к визуалу:** 3D объект — это нативный, заметный, но аккуратно встроенный в карту рекламный элемент, это визуальный	Рекламный блок в мобильном приложении:  3D-объект на карте в онлайн-версии:	**Рекламный блок в погоде** — это рекламный блок при открытии карточки погоды в мобильном приложении и 3D-объект на карте при открытии карточки погоды в онлайн-версии. Рекламный блок в мобильном приложении состоит из рекламного объявления, логотипа и кнопки действия. 3D-объект в онлайн-версии состоит из самого 3D-объекта, рекламного объявления над ним и действия, которое выполняется при клике на объект. Также во время трансляции в погоде 3D-объекта на карте отображаются маркеры всех филиалов компании. Для разных погодных условий настраиваются отдельные рекламные объявления, чтобы сделать рекламу более релевантной и интересной для пользователей. Рекламные объявления для блока в мобильном приложении и 3D-объекта в онлайне

	якорь, а не баннер и не кнопка. Это цельный объект, вокруг которого строится композиция. Его задача: • привлечь внимание; • быть визуально понятным; • вызывать интерес; • побудить к клику. Ключевой принцип: если объект можно представить как физическую фигурку, стоящую на столе, значит, концепция выбрана верно. Если это выглядит как баннер, вырезанный и вставленный в карту, — концепцию нужно переработать. Допустимо: • Продукт в 3D (например, стакан кофе, чемодан, дом, смартфон, транспорт). • Упаковка (например, фирменный пакет, сумка курьера). • Персонаж/маскот бренда. • Предмет + небольшой дополняющий элемент (не более 1 второстепенного: например, центральный предмет — авто, и второстепенный — дорожный знак), при этом объекты должны быть цельной композицией, а не отдельно стоящими, не связанными между собой элементами. • Логотип как часть объекта (на предмете, на второстепенном объекте). • Максимальная ширина логотипа на 3D-объекте: не более 30–35% ширины объекта. Максимальная площадь логотипа на 3D-объекте: не более 12–15% от площади изображения. • Использование фирменных цветов.	 Примеры 3D-объектов на карте: 	одинаковые. Вся зона рекламного блока и 3D-объекта является кликабельной и ведёт на действие, зашитое в кнопку действия. Можно задать переход на сайт, в карточку компании, на список филиалов, в мессенджер или на звонок (звонок доступен только в мобильном приложении). Виджет погоды в мобильном приложении отображается на главном экране при запуске приложения в нижнем левом углу. При нажатии на виджет открывается карточка с информацией о погоде — в ней пользователь увидит рекламный блок рекламодателя. Виджет погоды в онлайн-версии отображается в верхнем правом углу. При нажатии на виджет открывается карточка с информацией о погоде — в нижнем правом углу в этот момент появляется 3D-объект, а на самой карте отображаются маркеры компании.

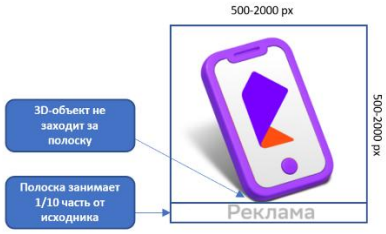
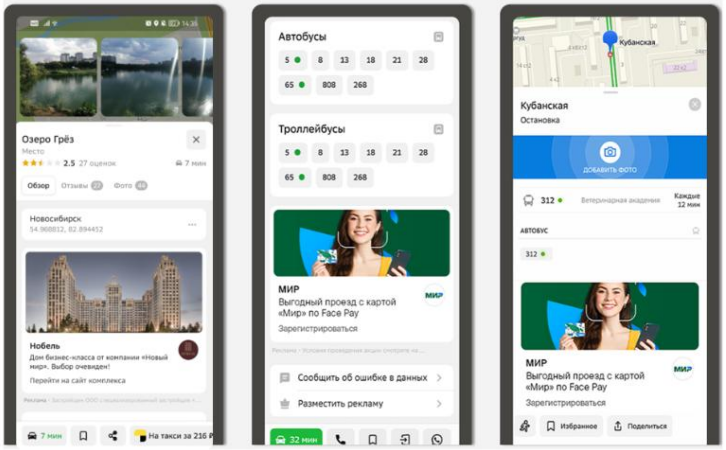
	Запрещено: • Использовать логотип как самостоятельный объект. Рекомендуется использовать компактную версию логотипа как дополнительный элемент в композиции, который может быть частью композиции, но не единственным элементом. • Использовать реалистичные изображения людей, частей тела (глаза, губы, руки и т. д.). • Использовать объекты, связанные с медицинскими процедурами (шприцы, капельницы). • Образы, связанные с инвалидностью или физическими особенностями. • Образы, связанные с оружием, взрывами, агрессией. • Сигареты, вейпы, кальяны, бутылки алкоголя. • Религиозные символы. • Политические знаки, гос. символика. • Сексуализированные и провокационные образы. • Использовать плоский баннер/плашку, должен быть эффект 3D. • Размещать УТП, кнопку действия, мелкий нечитаемый текст на объекте. • Делать композицию из разрозненных элементов без центра. • Использовать кислотные оттенки. • Использовать агрессивные цветовые градиенты, создающие визуальный шум. • Имитировать стандартные UI-элементы (кнопки, тултипы, системные плашки). Визуальный фокус:		

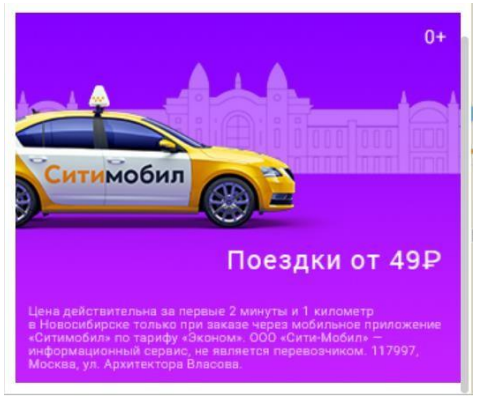
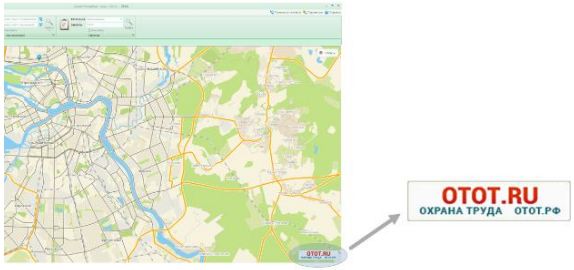
	• Должен быть один главный акцент. • Композиция должна считываться за 1–2 секунды. • Объект должен быть читаемым и узнаваемым. • Избегать светло-бежевых и серых оттенков, чтобы объект не сливался с картой. • Не должно быть излишней детализации и визуального шума. Обязательная тень для приземления на карту — тень реалистичная, нейтральная (без цветных ореолов), с мягким размытием, без чрезмерной контрастности.		
3D-объект на карте (онлайн-версия, мобильная версия)	**Текст объявления в онлайн-версии** До 40 символов. Максимальное количество символов в одном слове — 28. Объявление обязательно для заполнения. **Действие** Ссылка до 1024 символов. Можно вставлять только ссылку на карточку компании или список филиалов. Для Android и iOS есть возможность заполнить разные действия. **3D-объект на карте (макет)** **Размер:** 500×500—2000×2000 пикселей. **Формат:** Png, jpg, jpeg. **Объём:** До 10 Мб. **Требования к визуалу макета** 3D-объект — это нативный, заметный, но аккуратно встроенный в карту рекламный элемент, это визуальный якорь, а не баннер и не кнопка. Это цельный объект, вокруг которого строится композиция. **Его задача:** • привлечь внимание; • быть визуально понятным;		**3D-объект на карте —** это яркий визуальный элемент, который размещается на главном экране мобильного приложения и онлайн-версии. Он помогает привлечь внимание пользователей и рассказать подробнее о компании через действие — при клике на объект открывается карточка компании или список филиалов. В онлайн-версии над 3D-объектом можно разместить объявление.

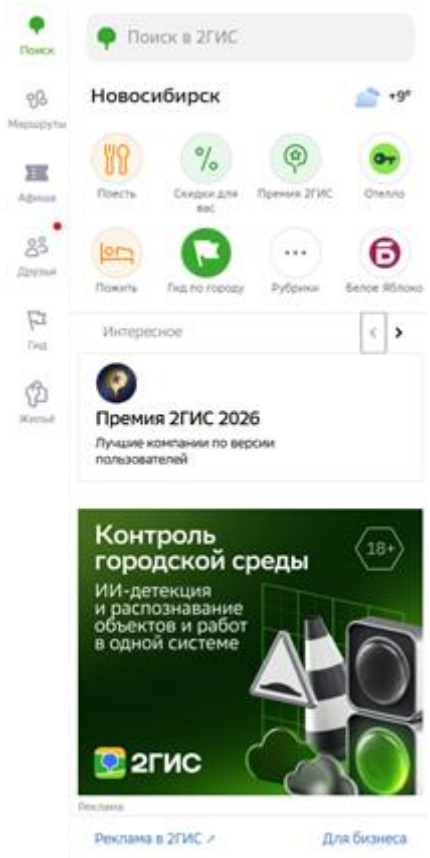
	• вызывать интерес; • побудить к клику. Ключевой принцип: если объект можно представить как физическую фигурку, стоящую на столе, значит, концепция выбрана верно. Если это выглядит как баннер, вырезанный и вставленный в карту, — концепцию нужно переработать. **Допустимо:** • Объект в 3D (например, стакан кофе, чемодан, дом, смартфон, транспорт). • Упаковка (например, фирменный пакет, сумка курьера). • Персонаж/маскот бренда. • Предмет + небольшой дополняющий элемент (не более 1 второстепенного: например, центральный предмет — авто, и второстепенный — дорожный знак), при этом объекты должны быть цельной композицией, а не отдельно стоящими, не связанными между собой элементами. • Логотип как часть объекта (на предмете, на второстепенном объекте). Максимальная ширина логотипа на 3D-объекте: не более 30–35% ширины объекта. Максимальная площадь логотипа на 3D-объекте: не более 12–15% от площади изображения. • Использование фирменных цветов. **Важно:** 3D-объект должен быть контрастным и к дневной, и к ночной теме, потому что в мобильном приложении есть тёмная тема. **Запрещено:**		

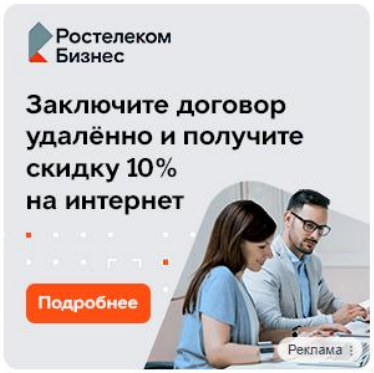
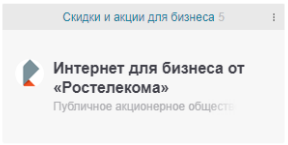
	• Использовать логотип как самостоятельный объект. Рекомендуется использовать компактную версию логотипа как дополнительный элемент в композиции, который может быть частью композиции, но не единственным элементом. • Использовать реалистичные изображения людей, частей тела (глаза, губы, руки и т. д.). • Использовать объекты, связанные с медицинскими процедурами (шприцы, капельницы). • Образы, связанные с инвалидностью или физическими особенностями. • Образы, связанные с оружием, взрывами, агрессией. • Сигареты, вейпы, кальяны, бутылки алкоголя. • Религиозные символы. • Политические знаки, гос. символика. • Сексуализированные и провокационные образы. • Использовать плоский баннер/плашку, должен быть эффект 3D. • Размещать УТП, кнопку действия, мелкий нечитаемый текст на объекте. • Делать композицию из разрозненных элементов без центра. • Использовать кислотные оттенки. • Использовать агрессивные цветовые градиенты, создающие визуальный шум. • Имитировать стандартные UI-элементы (кнопки, тултипы, системные плашки).		

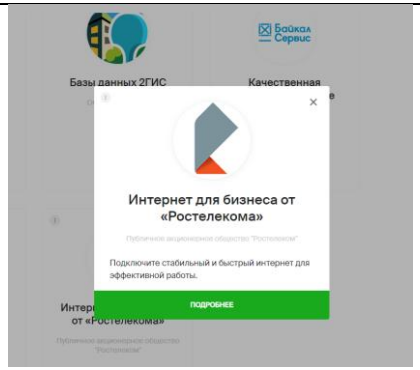
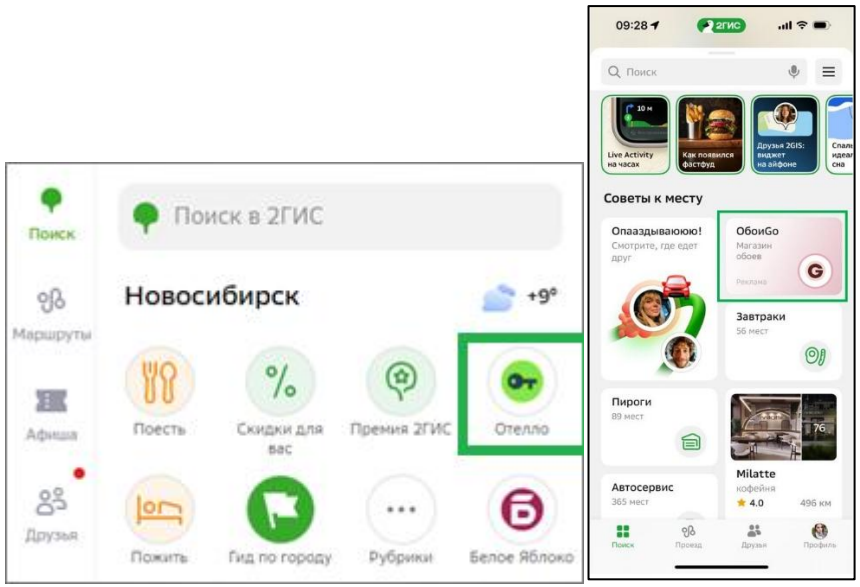
	Визуальный фокус: • Должен быть один главный акцент. • Композиция должна считываться за 1–2 секунды. • Объект должен быть читаемым и узнаваемым. • Избегать светло-бежевых и серых оттенков, чтобы объект не сливался с картой. • Не должно быть излишней детализации и визуального шума. • Обязательная тень для приземления на карту — тень реалистичная, нейтральная (без цветных ореолов), с мягким размытием, без чрезмерной контрастности**.** **Пометка «Реклама»** • В области макета внизу оставляем пустой полосу размером 1/10 часть от исходника макета и в ней располагаем пометку Рекламу. • На эту область макет не должен заходить. • Пометка располагается по центру. • Необходимо сделать макет с подписью «Реклама». **Параметры для пометки «Реклама»** • Шрифт: SB Sans Display Semibold • Цвет: #898989 60% • Трекинг: 1% • Размер шрифта: 60 для размера макета 500×500, 240 для размера макета 2000×2000. Промежуточные размеры меняются соразмерно.		

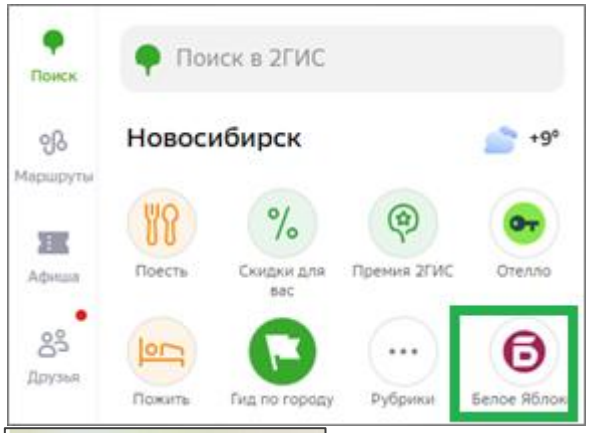
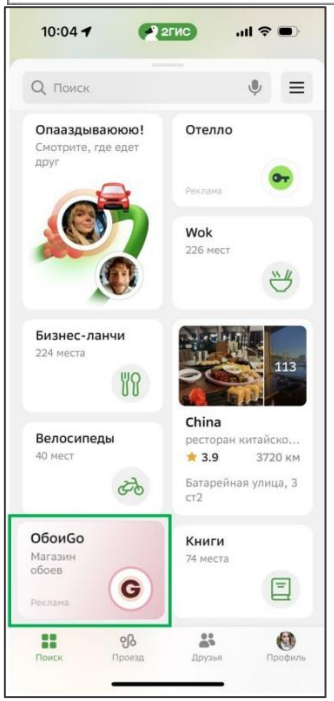
	 **Примечание:** крестик закрытия не отрисовывается на макете, он автоматически отображается в продукте в онлайн-версии у всех 3D-объектов.		
Баннер в геообъектах (мобильная версия)	**Логотип** Размер: 200 на 200 пикселей. Допустимые размеры 132 на 132 — 3000 на 3000 пикселей. **Важно!** Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpg, jpeg, анимация запрещена Объем: до 10 Мб. **Объявление в поисковой выдаче** До 70 символов. **Кнопка действия** Текст кнопки действия: до 28 символов. Рекламная ссылка (действие): переход на сайт, в соцсети, мессенджеры или на звонок. Максимальное количество символов рекламной ссылки — до 1024. **Фоновое изображение** Объем: до 10 Мб. Формат: png, jpg, jpeg. Размер: Минимум — 1540×600 пикселей, максимум — 2000×780 пикселей. Важно! Для фонового изображения используются только фотографии. **Предупреждение ФАС** До 440 символов с пробелами		Баннер в геообъектах — это медийная позиция в мобильном приложении. Транслируется в карточках геообъектов и в карточках объектов городского транспорта. Баннер транслируется во всех карточках объектах, выбирать карточки возможности нет.

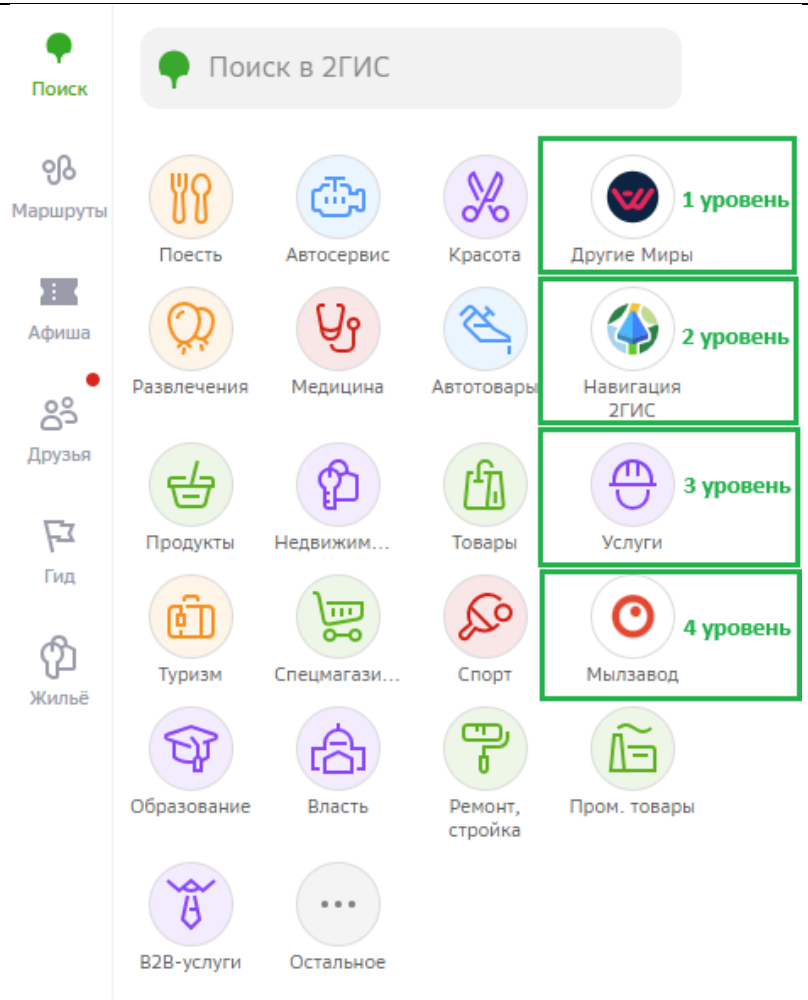
Smart-баннер (онлайн-версия)	Формат: png, HTML5. Размер: 336 на 280 пикселей. Объем: до 950 Кб Цвета: 256, индексированные/24 бит. Прозрачность: недопустимо. Разрешение при подготовке макетов: 72 dpi. Анимация: допустимо.		Smart-баннер транслируется при наличии свободного места: - если текст запроса для поиска в 2ГИС некорректный (например, содержит ошибки или беспорядочный набор символов); - в момент просмотра карточки геообъекта.
Баннер в окне карты (ПК-версия)	Размер: 152 на 32 пикселя. Формат: PNG-24, без прозрачности, анимация запрещена.		Расположен в специальной выделенной области в правом нижнем углу экрана. «Пролистывать» модули можно, щелкая по ним правой кнопкой мыши. Вариант баннера, видимый пользователю в течение всего периода работы со справочником и картой. Размещается без привязки к рубрикам.

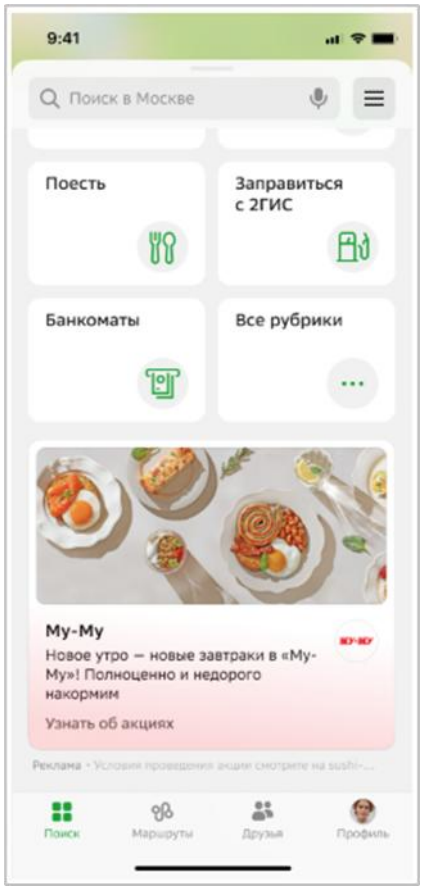
Баннер на стартовом экране (онлайн-версия)	Формат: png, HTML5. Размер: 336 на 280 пикселей. Вес: до 950 Кб Цвета: 256, индексированные/24 бит. Прозрачность: недопустимо. Разрешение при подготовке макетов: 72 dpi. Анимация: допустимо.		Баннер транслируется на дашборде на главной странице 2gis.ru. Размещается без привязки к рубрикам. Позиция транслируется только в онлайн-версии 2ГИС. В адаптивном онлайне (онлайн-версия, открытая через мобильный браузер) баннер не транслируется.
Баннер на стартовом экране с видео (онлайн-версия)	Позиция состоит из 3 рекламных материалов **1. Стартовая заставка** Формат: PNG-24. Размер: 336 на 280 пикселей Размер на выходе: 460 на 160 пикселей. Анимация запрещена **2. Рекламный материал в форме видеоролика** Размер: 640 на 480 пикселей (4:3) Форматы видео: mp4. Кодеки: avc1.42E01E, mp4a.40.2 webm. Кодеки: vp8, vorbis ogg. Кодеки: theora, vorbis Частота		Баннер транслируется на дашборде на главной странице 2gis.ru. Размещается без привязки к рубрикам. Позиция транслируется только в онлайн-версии 2ГИС. В мобильном онлайне баннер не транслируется. При клике на стартовую заставку открывается видеоролик. После проигрывания видео откроется финальная заставка.

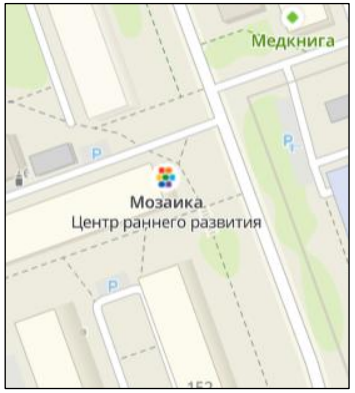
	кадров (FPS): 30 Максимальный вес файла: 2–3 Мб Аудиобитрейт: 80–100 кбит/сек Уровень громкости: не более 30 дБ Общий битрейт: 480–590 кбит/сек Хронометраж — не более 30 секунд **3. Финальная заставка** Формат: PNG-24. Размер: 640 на 480 пикселей. Ссылка перехода при клике на финальный слайд: ссылка может содержать UTM-метку* (эта же ссылка используется в «ссылке», находящейся в панели управления видео)		Пользователь может кликнуть на заставку и перейти по ссылке или закрыть позицию.
Баннер в Личном кабинете компании (Личный кабинет)	Формат: png, HTML5, анимация запрещена. Размер: 294 на 294 пикселя. Количество слайдов — 2.		Медийный баннер, расположенный в Личном кабинете компании в 2ГИС. Позиция предназначена для b2b-сегмента. Баннер позволит вам привлечь целевую аудиторию и новых клиентов.
Лента B2B-предложений[3] (Личный кабинет)	Заголовок — 75 символов. Текст объявления — 500 символов Логотип компании: 30 на 30, 120 на 120, 150 на 150 пикселей. Размер области окружности должен быть не меньше чем 200 на 200 пикселей. **Важно!** Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны Формат: png, jpeg, анимация запрещена Объем: до 10 Мб		Лента B2B-предложений — список уникальных предложений для бизнеса на главной странице Личного кабинета 2ГИ и в отдельной вкладке Личного кабинета «Сервисы 2ГИС». Клик на баннер на главной странице ЛК откроет ленту с рекламными материалами, среди которых компания увидит и ваше уникальное предложение. Объявления в

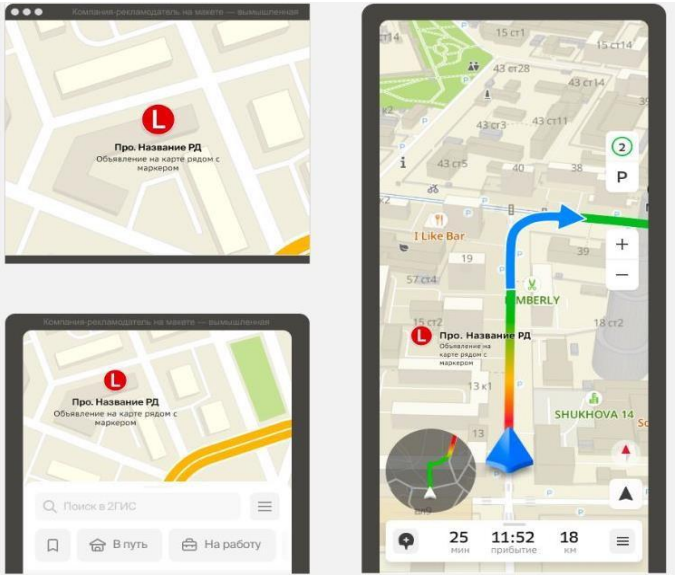
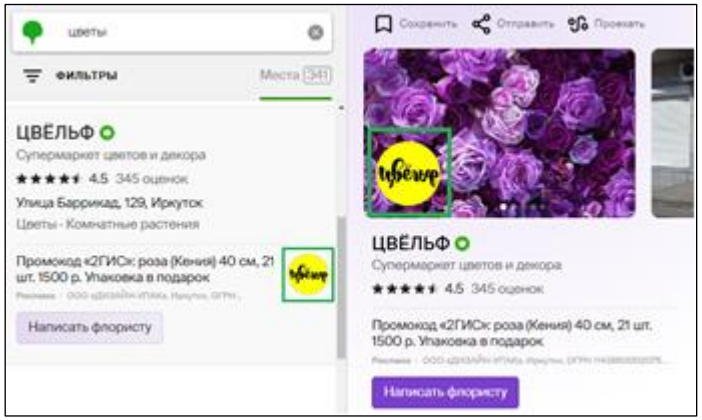
	Текст кнопки действия — 30 символов, рекламная ссылка — 1000 символов. Кнопки действия может не быть.		списке будут транслироваться в случайном порядке.
Логотип на дашборде (1 уровень) (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Векторные изображения в формате pdf для iOS, svg для Android. Размер монтажной области — 400×400 пикселей, внутри необходим отступ по периметру в 10 пикселей с каждой стороны. Размер логотипа не более 380×380 пикселей. Если под логотипом в онлайн-версии нужен фон не белого цвета, то он должен быть круглым. По умолчанию фон под лого в онлайн-версии всегда белый. Для мобильной версии цвет фона выбирается в рекламных материалах. Использование непрозрачного квадратного фона приведет к некорректному отображению логотипа в продукте. **Название компании** Количество символов — 18. Это название без кавычек. Для финансовых компаний можно указать организационно-правовую форму. Запрещено использование капслока (исключение аббревиатур). В подписи допускается название компании/бренд/торговая марка. Название рекламодателя не должно до степени смешения совпадать с рубрикой. **Сфера деятельности компании** Отображается только в мобильной	 	Логотип на дашборде дает возможность проводить охватные и имиджевые рекламные кампании для крупных брендов, лидеров отрасли.

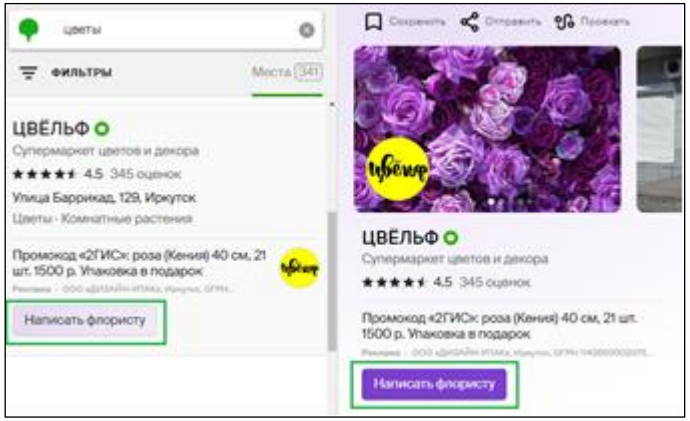
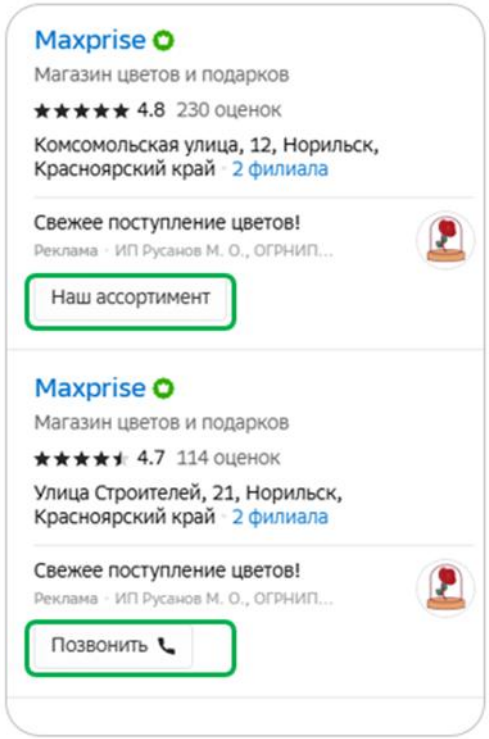
	версии. Количество символов — 23. Запрещено размещение рекламных офферов, акций и призывов — только описание сферы деятельности.		
Логотип на дашборде (2 уровень) (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** Векторные изображения в формате pdf для iOS, svg для Android. Размер монтажной области — 400×400 пикселей, внутри необходим отступ по периметру в 10 пикселей с каждой стороны. Размер логотипа не более 380×380 пикселей. Если под логотипом в онлайн-версии нужен фон не белого цвета, то он должен быть круглым. По умолчанию фон под лого в онлайн-версии всегда белый. Для мобильной версии цвет фона выбирается в рекламных материалах. Использование непрозрачного квадратного фона приведет к некорректному отображению логотипа в продукте. **Название компании** Количество символов — 18. Это название без кавычек. Для финансовых компаний можно указать организационно-правовую форму. Запрещено использование капслока (исключение аббревиатур). В подписи допускается название компании/бренд/торговая марка. Название рекламодателя не должно до степени смешения совпадать с рубрикой. **Сфера деятельности компании** Отображается только в мобильной версии. Количество символов — 23. Запрещено размещение рекламных офферов, акций и призывов — только описание сферы деятельности.	 	Логотип на дашборде дает возможность проводить охватные и имиджевые рекламные кампании для крупных брендов, лидеров отрасли.

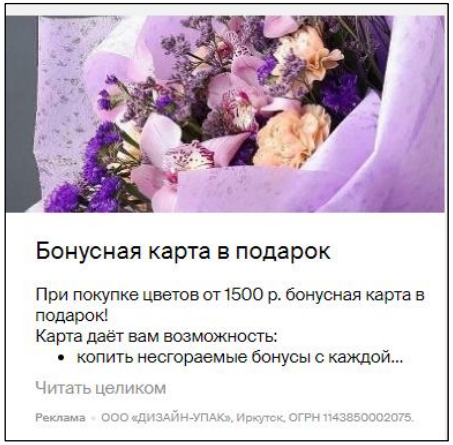
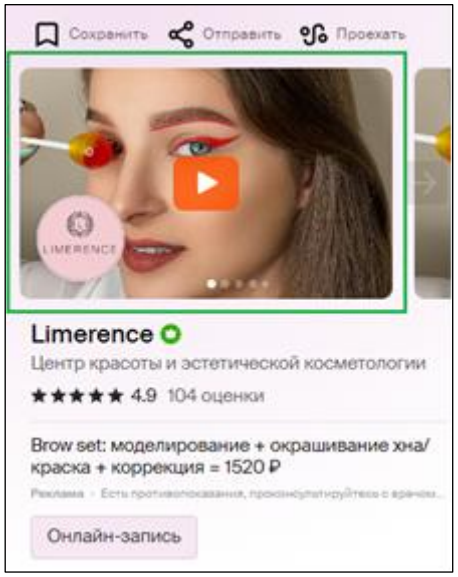
Логотип в списке рубрик (1 уровень), Логотип в списке рубрик (2 уровень), Логотип в списке рубрик (3 уровень), Логотип в списке рубрик (4 уровень) (онлайн-версия и мобильная версия)	**Логотип** Векторные изображения в формате pdf для iOS, svg для Android. Размер монтажной области — 400×400 пикселей, внутри необходим отступ по периметру в 10 пикселей с каждой стороны. Размер логотипа — не более 380×380 пикселей. Если под логотипом нужен фон не белого цвета, то он должен быть круглым. По умолчанию фон под лого в справочнике всегда белый. Использование непрозрачного квадратного фона приведет к некорректному отображению логотипа в продукте. **Название компании** Количество символов — 18. Это название без кавычек. Для финансовых компаний можно указать организационно-правовую форму. Запрещено использование капслока (исключение аббревиатур). В подписи допускается название компании/бренд/торговая марка. Название рекламодателя не должно до степени смешения совпадать с рубрикой.		Логотип в списке рубрик дает возможность проводить охватные и имиджевые рекламные кампании для крупных брендов, лидеров отрасли. В зависимости от уровня приобретённой позиции (1,2,3 или 4 уровень) зависит месторасположение рекламного логотипа.

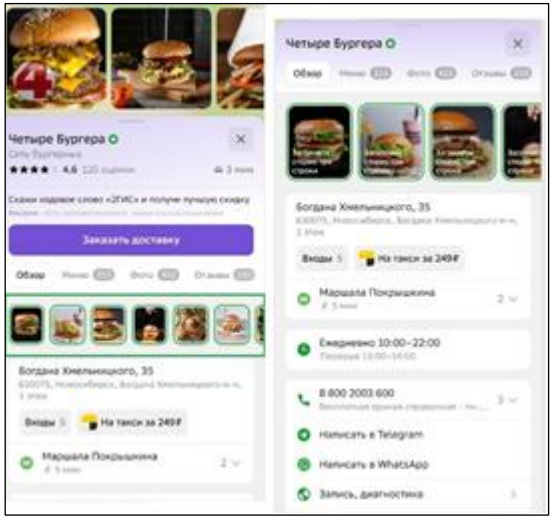
Баннер на дашборде (мобильная версия)	**Логотип** Размер:132×132—3000x3000 пикселей. Формат: png, jpg, анимация запрещена. Объем: до 10 Мб. Размер области окружности должен быть не меньше 200×200 пикселей. **Важно:** это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. **Текст объявления** Текст — до 70 символов. **Кнопка действия** Текст — до 28 символов. Рекламная ссылка — до 1024 символов. Номер телефона — 11 цифр, начинающихся на +7, без пробелов и дефисов или короткий номер из 3 либо 4 цифр. **Фоновое изображение** Размер: минимум — 1540×600 пикселей, максимум — 2000×780 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg Объём: до 10 Мб. Требования к фону: это должно быть качественное фото (изображение, являющееся результатом съемки на фотоустройство) или графическое изображение, относящееся к сфере деятельности компании. На фоне запрещены пустые поля и рамки, текст, логотипы, за исключением одного небольшого водяного знака в виде названия/логотипа компании/имени мастера. **Комментарий ФАС:** до 440 символов с пробелами.		Баннер на дашборде — это медийная позиция в мобильном приложении. При запуске приложения баннер транслируется на дашборде на главном экране.

Логотип на карте (ПК, онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** 96 × 96 пикселей — основной размер логотипа, исходное изображение. 24 × 24, 36 × 36, 48 × 48, 60 × 60, 72 × 72, 84 × 84 пикселей — остальные размеры, подгрузятся автоматически из исходного изображения. При необходимости их можно заменить. Логотип должен содержать подложку в виде круга с однотонной заливкой. Сама подложка располагается на прозрачном фоне. От подложки до границ макета должен быть отступ в 1 пиксель без заливки. Подложка должна всегда содержать внутреннюю обводку в 1 белый пиксель. Формат: png24 с прозрачностью. Цвет: RGB или sRGB. Для черно-белых знаков черный цвет должен быть представлен с небольшими различиями в каналах (например, R:5 G:7 B:9). **Подпись** Текст — 25 символов, 1 строка. Текст — это название РД без родового слова и кавычек (Мокрый нос). Объявление на карте (только в онлайн- и мобильной версии) — 36 символов.		Стилизованный логотип компании- рекламодателя, размещенный в карте города на здании, где находится офис компании. При наведении на логотип или сразу на карте (при наличии места) появляется рекламный материал рекламодателя (название компании). При наличии места под логотипом транслируется рекламное объявление. При клике на логотип открывается карточка филиала. Показываются на карте при некоторых поисковых запросах и при простом просмотре карты, что дает широкий охват аудитории рекламодателю. Видимость на карте логотипов зависит от зума карты и ряда других факторов. В случае, если на одном здании/на одном входе несколько логотипов рядом и им не хватает места для отображения, то между собой они меняются рандомно. Размещается без привязки к рубрикам.

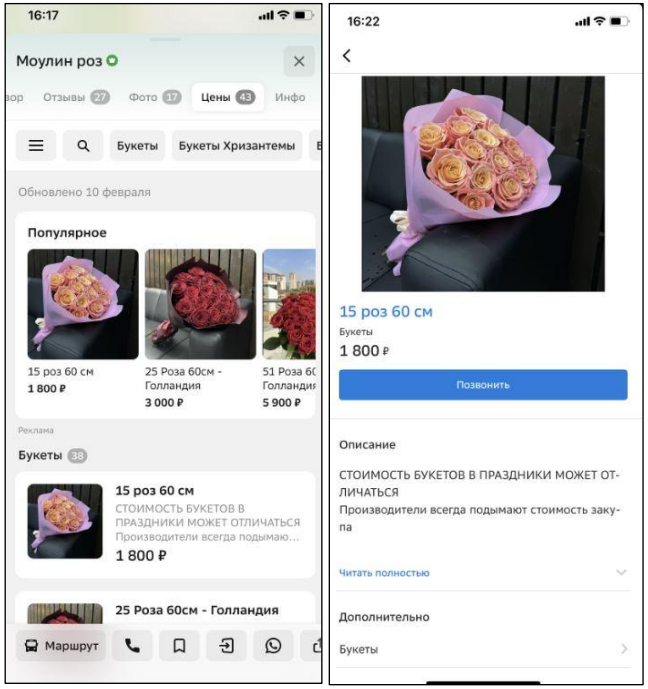
Премиум-логотип на карте (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** 96 × 96 пикселей — основной размер логотипа, исходное изображение. 24 × 24, 36 × 36, 48 × 48, 60 × 60, 72 × 72, 84 × 84 пикселей — остальные размеры, подгрузятся автоматически из исходного изображения. При необходимости их можно заменить. Логотип должен содержать подложку в виде круга с однотонной заливкой. Сама подложка располагается на прозрачном фоне. От подложки до границ макета должен быть отступ в 1 пиксель без заливки. Подложка должна всегда содержать внутреннюю обводку в 1 белый пиксель. Формат: png24 с прозрачностью. Цвет: RGB или sRGB. Для черно-белых знаков черный цвет должен быть представлен с небольшими различиями в каналах (например, R:5 G:7 B:9). **Подпись** Текст — 25 символов, 1 строка. Текст — это название РД без родового слова и кавычек (Мокрый нос). Объявление на карте — 36 символов.		Премиум-логотип на карте — это брендированная метка на карте, состоящая из логотипа, названия и рекламного объявления компании. Транслируется на карте в онлайн- и мобильной версиях 2ГИС, а также в режиме навигатора. При определенных сценариях на карте в онлайн- и мобильной версиях 2ГИС логотип транслируется в увеличенном формате по сравнению с обычными логотипами.
Логотип компании в составе брендирования карточки компании (онлайн-версия, мобильная версия)	Размер: 132 на 132 пикселей. Размер области окружности должен быть не меньше, чем 200 на 200 пикселей. **Важно!** Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны Формат: png, jpeg, анимация запрещена Объем: до 10 Мб		Логотип компании — имиджевая графическая рекламная позиция в карточке рекламодателя, повышающая узнаваемость рекламодателя. Состоит из логотипа компании и фона, на котором располагается логотип. Виден при закрытой и открытой карточке компании. В открытой карточке расположен в верхней части.

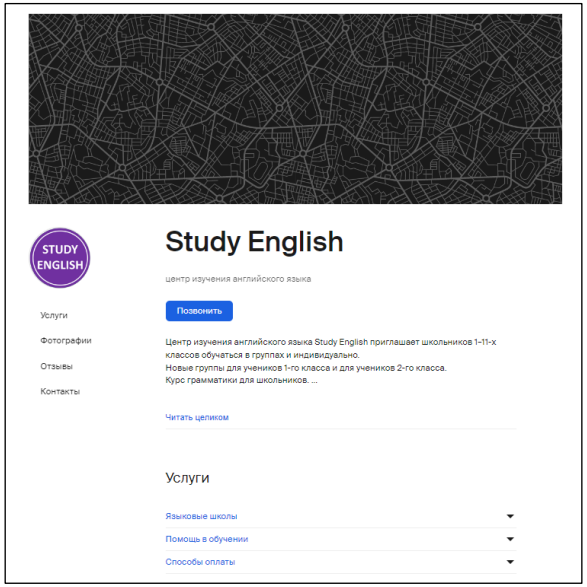
Кнопка действия в составе брендирования карточки компании (онлайн-версия, мобильная версия)	Текст (название кнопки) — до 28 символов. Рекламная ссылка — до 1024 символов.		Кнопка действия — элемент брендирования, интерактивная кнопка с призывом к действию в профиле рекламируемого предприятия.
Расширение кнопки действия (онлайн-версия, мобильная версия)	Текст (название кнопки) — до 28 символов. Рекламная ссылка — до 1024 символов.		Расширение кнопки действия —позиция позволяет оформить разные кнопки действия к разным филиалам компании. Показ разных кнопок работает при поиске по рубрике или названию.

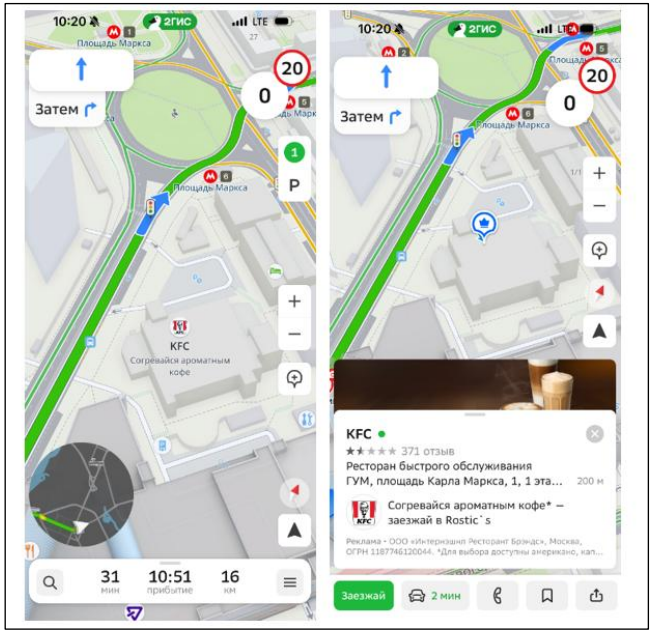
Скидки в составе брендирования карточки компании (онлайн-версия, мобильная версия)	Текст — до 400 символов. Изображение: вес не более 5 Мб, размер не менее 600 на 312 пикселей.		Информация о скидке или специальной цене от компании. Состоит из текста и изображения.
Видеоматериал в составе брендирования карточки компании (онлайн-версия, мобильная версия)	**Видеоматериал** Формат: avi, mp4, mpeg, mpg, mov, webm, wmv. Ширина видео: не меньше 640 пикселей. Максимальный размер: 192 Мб. Длительность: не больше 2 минут. **Обложка** Формат: jpeg Ширина изображения не меньше 640 пикселей		Видео поможет рассказать и показать ваши преимущества. Во время воспроизведения видео будет транслироваться кнопка действия, и пользователь может в любой момент просмотра перейти на ваш сайт.

Сторис в карточке компании (онлайн-версия, мобильная версия)	**Превью** **Фоновое изображение (обязательно для заполнения):** транслируется уменьшенное изображение с первого слайда или можно загрузить отдельное изображение. **Изображение для загрузки:** минимум 300x300 пикселей максимум 3000×3000 пикселей не более 10 Мб. Формат: png, jpg, jpeg. **Заголовок (обязательно для заполнения):** до 36 символов, до 3 строк. **Открытая сторис (параметры для одного слайда)** **Фоновое изображение или видео (обязательно для заполнения):** 1) Изображение минимум 360×640 пикселей, максимум 3000×3000 пикселей, не более 10 Мб. Формат: png, jpg, jpeg. 2) Видео Форматы Android: H. 263, H. 264 AVC, H. 265 HEVC, MPEG-4 SP, VP8, VP9, WMV, VP6, MJPEG. iOS: H. 264, . mov, m4v, . mp4, MPEG-4, M-JPEG (Motion JPEG), . avi. Объем: от 1 до 100 мб Длительность: от 6 до 30 сек **Важно:** для фонового изображения в слайдах сторис лучше использовать только вертикальные фотографии и видео в соотношении сторон 9:16, чтобы они не обрезались. Если загрузить другое соотношение сторон, то изображение будет обрезаться под вертикальное, а видео может не загрузиться. Примеры вертикальных размеров 9:16: 720x1280, 810x1440, 900x1600, 1080x1920 и т.п.		Сторис в карточке компании — это возможность разместить свои предложения и акции в новом формате Сторис. Внутри карточки блок сторис располагается на вкладке «Обзор» в мобильной версии и на вкладке «Контакты» в онлайн-версии. Всего в ленте может отображаться до 30 сторис. Сторис в ленте состоят из карточки превью, клик на которую открывает сторис, состоящую из 1-5 разных слайдов (если загружены изображения) или из 1 слайда (если загружено видео).

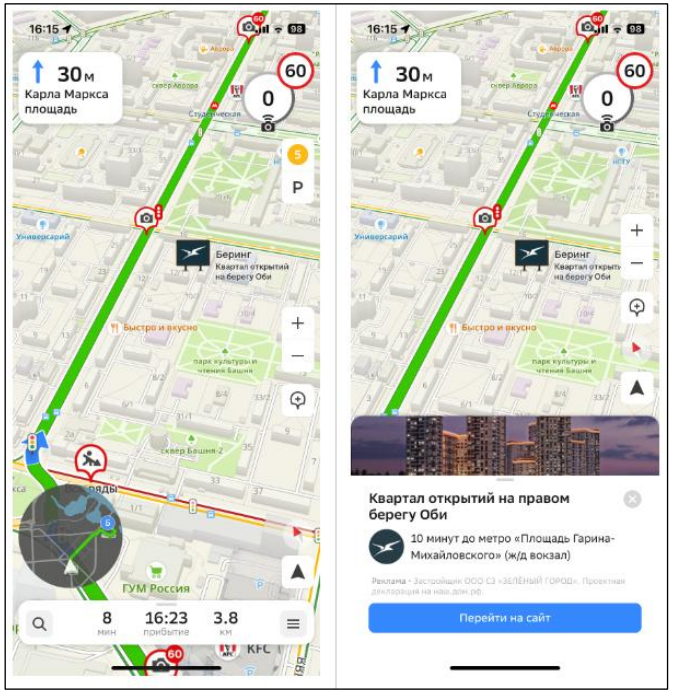
	Заголовок: до 60 символов, до 3 строк. **Текст объявления:** до 150 символов, до 6 строк. **Шаблон текста:** заголовок сторис и текст объявления можно разместить в нижней или верхней части слайда. **Кнопка действия (обязательно для заполнения):** до 28 символов, включая пробелы и знаки препинания. Можно указать номер телефона, сайт, социальную сеть. Максимальное количество символов для ссылки — 1024. Цвет кнопки зелёный по умолчанию, выбрать цвет нельзя. **Для скидочной сторис:** Поле «Размер скидки» 1-2 символа, от 1 до 99%. Нельзя указать разные скидки для разных слайдов. Скидка одна на все слайды. Поле «Код для получения скидки» До 10 символов. Нельзя указать разные промокоды для разных слайдов. Промокод один на все слайды. **Комментарий ФАС:** до 440 символов с пробелами.		

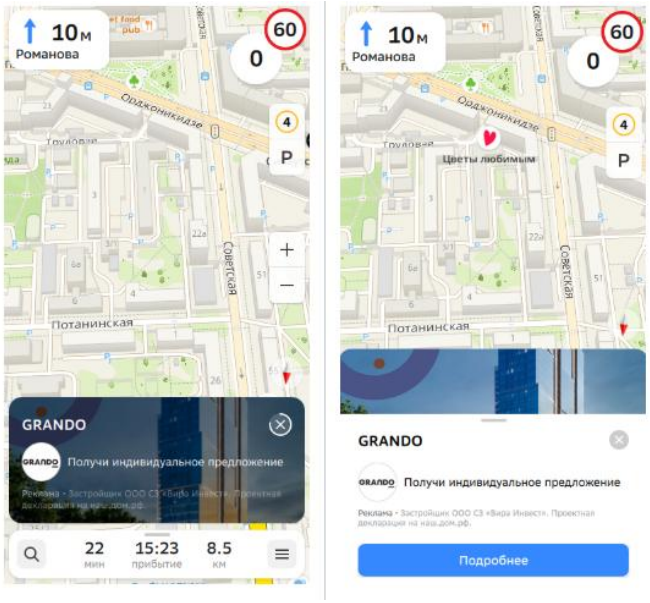
Каталог товаров и услуг (онлайн-версия, мобильная версии) Ранее позиция называлась «Витрина».	Название* — до 200 символов Цена* — до 20 символов, только цифры и разделительные знаки. Валюта будет добавлена при публикации в зависимости от местоположения организации. Категория — до 250 символов. Описание — до 500 символов. Рекламная ссылка — максимум 1024 символа. Допускаются кириллические ссылки. **Изображение товара или услуги** Формат jpeg или png Максимальный размер — 5000 пикселей по большей из сторон Рекомендуемый — не менее 600 пикселей по меньшей из сторон Минимальный — 300 пикселей по обеим сторонам **Информация обязательна к заполнению*		Каталог товаров и услуг — рекламная позиция, которая отображается в карточке компании в онлайн- и мобильной версиях 2ГИС. Рекламной позицией предусмотрено предоставление заказчику доступа к дополнительным функциональным возможностям в Личном кабинете, связанное с самостоятельным добавлением заказчиком своего рекламного каталога с товарами или услугами для их отображения в справочнике организаций в карточке компании. В случае неиспользования заказчиком по собственному усмотрению (несмотря на предоставление заказчику вышеуказанного доступа) дополнительных функциональных возможностей в Личном кабинете, в том числе незагрузке заказчиком рекламного каталога с товарами и услугами, информация по рекламной позиции «Каталог товаров и услуг» не подлежит отображению в карточке компании.

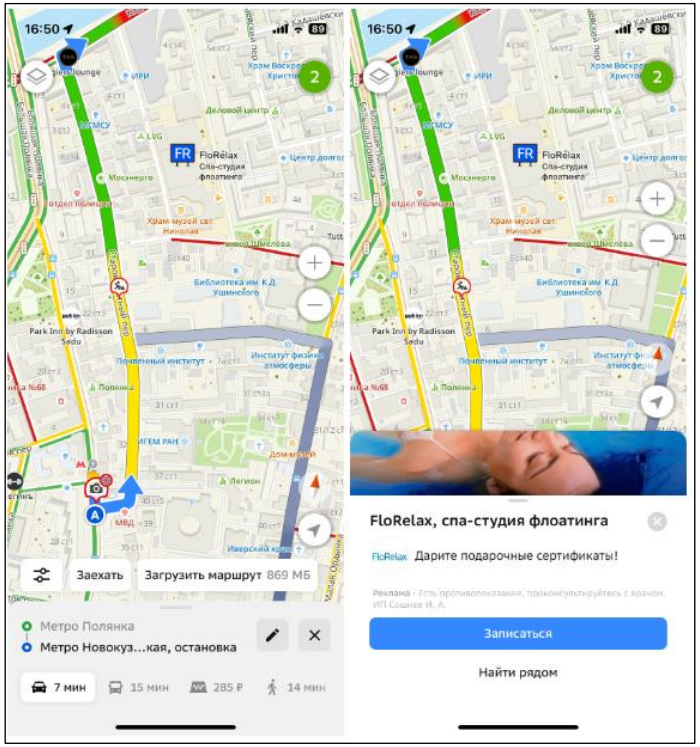
Микросайт[5]	**Обложка** Размер: не менее 1120×400 пикселей Формат: png-24, без прозрачности, анимация запрещена **Текст о компании** Максимальный объем: 920 символов (включая пробелы и знаки препинания) **Фотографии** Допустимые расширения: jpg, png. Пропорции: фотографии не должны превышать 1:5 по любым сторонам. Минимальная сторона фотографии (длина и ширина) — 600 пикселей, максимальная — 7000 пикселей Размер фотографии — не более 10 Мб		Микросайт позволяет создать страницу заказчика силами исполнителя и открыть публичный доступ к странице заказчика в домене исполнителя в сети Интернет. Заказчик самостоятельно может редактировать информацию на странице (в том числе изменять доменное имя страницы; изменять цветовую гамму; изменять цветовое оформление кнопки действия; изменять ссылку, которая входит в состав кнопки «Написать»; изменять номера телефонов, которые входят в состав кнопки «Позвонить»; изменять маршрут к филиалу компании, который входит в состав кнопки «Построить маршрут»; изменять обложку страницы; изменять расширенный комментарий; добавлять фотографии на страницу/в бесплатную витрину; отключать/включать блоки отзывов, фотографий, контактов).

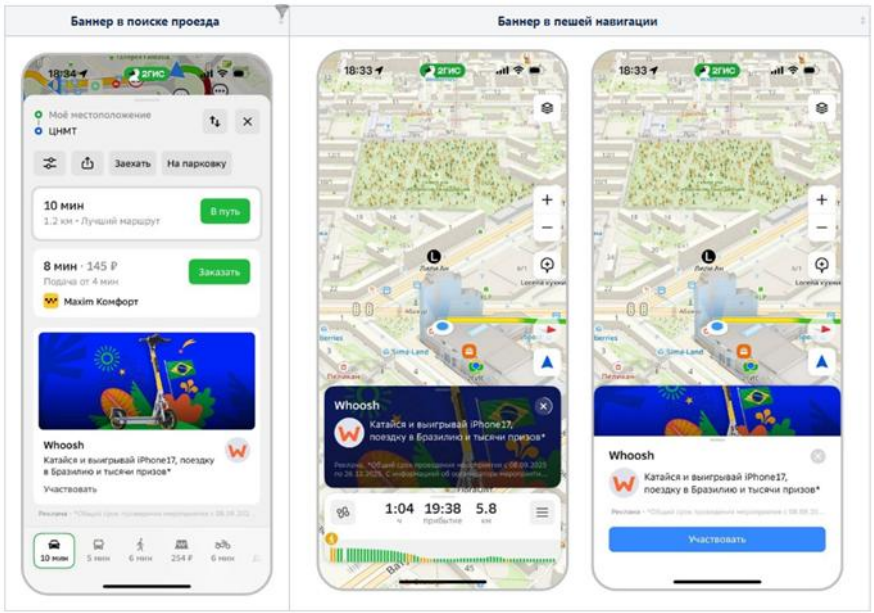
Логотипы на карте в навигаторе, логотип на карте в навигаторе и дополнительный логотип на карте в навигаторе (мобильная версия — режим навигатора)	**Логотип** 200×200 пикселей. Важно! 200×200 — это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: svg. **Название компании на карте** Текст: 25 символов. Допустимо размещать только название компании, без кавычек и расширения. Капслок допустим только при наличии документов на название с капслоком. Исключение: аббревиатура. **Текст объявления на карте** Текст: 36 символов. Запрещено указывать название, расширение и контакты. Допустимо размещать краткое рекламное сообщение или скидки/акции. Может дублировать объявление. **Баннер, открывающийся при клике на логотип на карте в навигаторе** Логотип 200×200 пикселей. Важно! 200×200 — это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: svg. Объявление: текст — 70 символов Кнопка действия: название кнопки — 19 символов. Действие — переход по ссылке или звонок. Переход на карточку компании в 2ГИС запрещен. Кнопка «Заехать»: Всегда с текстом «Заехать», при нажатии перестраивает маршрут к филиалу компании. Цвет или изображение. Предпочтительнее фоновое		Логотип на карте в навигаторе размещается на карте навигатора 2ГИС на фактическом месте расположения компании. При клике на логотип открывается баннер рекламодателя с более подробной информацией (кнопка действия и возможность построить маршрут до филиала клиента).

	изображение. Размер изображения: минимум 800×400 пикселей, максимум 2000×1000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg, не более 10 Мб. Если используется цветовой фон, можно использовать только предложенные цвета: #330000 #331E00 #323301 #023300 #003333 #0E1A2E #050033 #1E0033 #330033		
Логотип на карте в масштабе города (онлайн-версия, мобильная версия)	**Логотип** 96×96 пикселей — основной размер логотипа, исходное изображение. 24×24, 36×36, 48×48, 60×60, 72×72, 84×84 пикселя — остальные размеры, подгрузятся автоматически из исходного изображения. При необходимости их можно заменить. **В размерах 24×24, 36×36 может быть максимум три буквы из названия или чёткий графический символ, иначе на карте логотипы не будут читабельны.** Логотип должен содержать подложку в виде круга с однотонной заливкой. Сама подложка располагается на прозрачном фоне. От подложки до границ макета должен быть отступ в 1 пиксель без заливки. Подложка должна всегда содержать внутреннюю обводку в 1 белый пиксель. Формат: png24 с прозрачностью. Цвет: RGB или sRGB. Для чёрно-белых знаков чёрный цвет должен быть представлен с небольшими различиями в каналах (например, R:5 G:7 B:9). **Подпись** Текст — 25 символов, 1 строка. Текст		Логотип на карте в масштабе города виден во всех масштабах — с самого отдаленного до минимального. Главное условие — логотип должен попадать в область показа. Логотип будет показываться при любом поисковом запросе или даже при простом просмотре карты, что дает широкий охват аудитории рекламодателю. Клик на логотип откроет карточку филиала компании, к которой его прикрепили. Крепить логотип можно только на один адрес компании. На отдаленных масштабах показывается только логотип. При приближении, если логотип попал в область просмотра, появляется название компании и рекламное объявление.

	— это название РД без родового слова и кавычек (Мокрый нос). Объявление на карте — 36 символов.		
Билборд в навигаторе (мобильная версия — режим навигатора)	**Билборд** Значок билборда является элементом интерфейса навигатора. Изменение дизайна билборда запрещено.  **Логотип компании (или иконка)** Формат:.svg, .cdr, .ai, .eps Текст запрещен, только логотип компании или его упрощенный вариант **Баннер, открывающийся при клике на метку** Объявление: заголовок — 40 символов, текст — 70 символов Кнопка: название — 28 символов, действие — переход по ссылке или звонок. Переход на карточку компании в 2ГИС запрещен. Логотип компании Размер: 200 на 200 пикселей. Размер области окружности должен быть не меньше чем 200 на 200 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpeg, анимация запрещена Объем: до 25 Мб **Фоновое изображение для открытого баннера** Цвет или изображение. Предпочтительнее фоновое изображение. Размер изображения: минимум 800×400 пикселей, максимум 2000×1000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg, не более 10 Мб. Если используется цветовой фон, можно использовать только предложенные цвета: #330000 #331E00 #323301		Билборд в навигаторе — рекламная метка в виде изображения уличного билборда на карте с логотипом компании или иконкой акции. Билборд не привязан к фактическому адресу организации. Привлекает потенциальных клиентов, проезжающих рядом. Инструмент подходит для рекламной кампании по всему городу.

	#023300 #003333 #0E1A2E #050033 #1E0033 #330033		
Баннер при остановке в навигаторе (мобильная версия — режим навигатора)	**Объявление**: заголовок — 40 символов, текст — 70 символов **Кнопка**: название — 18 символов, действие — переход по ссылке или звонок. Переход на карточку компании в 2ГИС запрещен. **Логотип компании** Размер: 200 на 200 пикселей. Размер области окружности должен быть не меньше, чем 200 на 200 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны Формат: png, jpeg, анимация запрещена Объем: до 25 Мб **Фоновое изображение** Цвет или изображение. Предпочтительнее фоновое изображение. Размер изображения: минимум 800×400 пикселей, максимум 2000×1000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg, не более 10 Мб. Если используется цветовой фон, можно использовать только предложенные цвета: #330000 #331E00 #323301 #023300 #003333 #0E1A2E #050033 #1E0033 #330033		Баннер при остановке — рекламный блок, показывается внизу экрана навигатора, когда автомобиль останавливается на достаточное для показа время. Включает в себя логотип компании и рекламное объявление. При клике на короткий рекламный блок открывается полный рекламный блок размером минимум 800 на 400 пикселей, максимум 2000 на 1000 пикселей (ширина рекламного блока будет соответствовать ширине экрана мобильного устройства). Расширенный блок включает в себя логотип компании, подробный рекламный текст с заголовком и кнопку действия.

Билборд на экране построения маршрута (онлайн-версия, мобильная версия)	**Билборд** Значок билборда является элементом интерфейса навигатора. Изменение дизайна билборда запрещено. **Логотип компании (или иконка)** Формат:.svg, .cdr, .ai, .eps Текст запрещен, только логотип компании или его упрощенный вариант. **Баннер, открывающийся при клике на метку** Объявление: заголовок — 40 символов, текст — 70 символов. Кнопка: название — 28 символов, действие — переход по ссылке или звонок. Переход на карточку компании в 2ГИС запрещен. **Логотип компании** Размер: 200 на 200 пикселей. Размер области окружности должен быть не меньше чем 200 на 200 пикселей. **Важно!** Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны Формат: png, jpeg, анимация запрещена Объем: до 25 Мб **Фоновое изображение для открытого баннера** Цвет или изображение. Предпочтительнее фоновое изображение. Размер изображения: минимум 800×400 пикселей, максимум 2000×1000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg, не более 10 Мб. Если используется цветовой фон, можно использовать только предложенные цвета: #330000 #331E00		Билборд — рекламная метка в виде изображения уличного билборда на карте с логотипом компании или иконкой акции. Билборд не привязан к фактическому адресу организации. Виден на экране построения маршрутов на автомобиле, велосипеде, самокате, такси, а также на общественном транспорте или пешком в онлайн-версии и мобильном приложении 2ГИС. Инструмент является форматом имиджевой рекламы, отлично подходит для компаний, которым не важна и не нужна привязка к конкретному адресу.

	#323301 #023300 #003333 #0E1A2E #050033 #1E0033 #330033		
Баннер в пешей навигации и поиске проезда (мобильная версия)	**Баннер в поиске проезда:** **Логотип** Размер: 200x200 пикселей Допустимые размеры: 132×132–3000×3000 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpg, jpeg Анимация запрещена. Объём: до 10 Мб. **Фоновое изображение** Размер: минимум — 800×400 пикселей, максимум — 2000×1000 пикселей. Формат: **png, jpg, jpeg.** Важно! Для фонового изображения используются только фотографии. Объём: до 10 Мб. **Название компании: т**ранслируется бренд из карточки компании. **Объявление:** Текст: до 70 символов. **Кнопка действия** Действие: переход по ссылке или звонок. Текст (название кнопки): до 28 символов. Размер ссылки: до 1024 символов. **Предупреждение ФАС:** до 440 символов с пробелами. **Баннер в пешей навигации:** Логотип Размер: 200x200 пикселей Допустимые размеры: 132×132–3000×3000 пикселей. Важно! Это размер окружности, в которую должно быть вписано изображение, а не квадратной зоны. Формат: png, jpg, jpeg Анимация запрещена.		Баннер в пешей навигации и поиске проезда — пакетная позиция, состоящая из двух медийных баннеров в мобильном приложении. Баннеры транслируются в следующих сценариях: 1) В поиске проезда Баннер отображается на экране поиска проезда после построения маршрута при наличии точек А и В. Он размещается после всех предложенных вариантов маршрутов. Баннер показывается на следующих типах маршрутов: автомобильный, пешеходный, мотоциклетный, велосипедный, самокатный и грузовой. Не отображается в маршрутах такси и доставки. Баннер состоит из фонового изображения, логотипа, названия, рекламного объявления и кнопки действия. 2) В пешей навигации Баннер отображается в режиме ведения по пешеходному маршруту в

	Объём: до 10 Мб. **Фоновое изображение** **На выбор:** цвет или изображение. Предпочтительнее фоновое изображение. Размер: минимум — 800×400 пикселей, максимум — 2000×1000 пикселей. Формат: png, jpg, jpeg. Объём: до 10 Мб. **Заголовок:** до 40 символов. В заголовке может быть наименование предложения/акции или название компании. Заголовок и объявление не должны дублироваться **Объявление:** до 70 символов. Заголовок и объявление не должны дублироваться. В объявлении запрещено указывать контакты компании. **Кнопка действия** Действие: переход по ссылке или звонок. Запрещены переходы на карточку компании в 2ГИС и на форму построения маршрута! Это ломает работу пешей навигации. Текст (название кнопки): до 18 символов. Размер ссылки: до 1024 символов. **Предупреждение ФАС:** до 440 символов с пробелами.		нижней части экрана. Баннер появляется при старте навигации и отображается в течение 7 секунд, после чего автоматически скрывается. Баннер состоит из фонового изображения, логотипа, названия и рекламного объявления. При клике на баннер открывается его расширенная версия, в которой дополнительно отобразится кнопка действия.

*Заказчик вправе включить UTM-метку для сбора статистики переходов на сайт. Сбор статистики переходов на сайт осуществляется заказчиком самостоятельно.

Требования к HTML5-баннеру

1. Баннер в виде локально опубликованного zip-архива должен быть подготовлен в программе Google Web Designer из шаблонов. Далее нужно переконвертировать полученный архив через конвектор http://bannerbuilder.docomoz.com/converter.php.
2. Полученный HTML5-файл, весом менее 950 Кб, передается на проверку и далее на размещение.
3. Вид ссылки перехода:
   - Для макетов, размещаемых на площадке 2ГИС, должен присутствовать префикс перед URL перехода %%CLICK_URL_ESC%%.
   - Для макетов, размещаемых на avito.ru, в качестве URL перехода необходимо указать %%CLICK_URL_UNESC%%%%DEST_URL%%. В этом случае необходимо ссылку перехода прислать вместе с макетом (она указывается не в макете, а в самой баннерной системе).
4. В макете должен быть использован метод polite-load, а в качестве статичного изображения на момент загрузки использована начальная сцена из макета. Полезная информация должна быть размещена уже на самом прелоадере.
5. Допустимая длительность анимации в макетах — 10, 20 или 40 сек.
6. Баннер должен соответствовать требованиям неприкосновенности персональной информации пользователей, в частности не допускается применение SharedObject и LocalConnection, запрещается доступ к микрофону и видеокамере, запрещается доступ к системному буферу обмена (System.setClipboard), код баннера должен быть открытым (не допускается обфускация).

Обратите внимание: в случаях, когда баннер подготавливается в других программах, **на выходе должен быть один файл**. Все изображения должны быть интегрированы в HTML5-баннер в виде бинарного кода с кодировкой base64.

[1]Исполнитель вправе без дополнительного согласования с заказчиком осуществлять конвертацию видеоматериала (менять формат), предоставленного заказчиком в рамках заключенного между сторонами бланка заказа. Исполнитель вправе проводить необходимые плановые профилактические и ремонтные работы, но не более чем на 3,5 часа в отчетный месяц.

[2]Реклама не размещается в карточках партнеров, если партнер приобретает статус рекламируемого предприятия в справочнике организаций для следующих рекламных позиций: Пакет «Лайт Медиа, Пакет «Старт Медиа», «Брендирование», если иное не согласовано с партнером отдельно. Если в отношении одного партнера заключено несколько бланков заказа с разными заказчиками, то:
— рекламные блоки в карточке партнера будут меняться рандомно.

[3]Приобретая Ленту B2B-предложений, заказчик может воспользоваться всеми позициями или только обязательными: заголовок и текст объявления, логотип компании.

[4]Показ — под показом в отчетном периоде признается показ потребителю открытой карточки партнера, в которой размещается рекламный материал рекламируемого предприятия в справочнике организаций.

[5]Дополнительная услуга «Микросайт» предоставляется заказчикам за исключением заказчиков, заключивших договор на размещение рекламы в отношении рекламируемых предприятий, размещенных в справочнике организаций в рубриках, указанных в Приложении № 1.