

Технические требования для размещения на ресурсах prc.world

Сайт

1. Сквозной баннер 300x500

Баннер размещается на сайте в разделах [НОВОСТИ](#) и [СТАТЬИ](#) с использованием сервиса AdFox. Почитать об особенностях баннера можно [по ссылке](#).

Требования к баннеру:

- Ширина баннера: 300px
- Высота баннера: 500px
- Формат изображения: PNG
- Максимальный вес: 300 КБ
- Рекомендуется уменьшать размер файла изображения, используя сервисы наподобие Tinypng
- Опционально: маркировка/метка «Реклама»

Дополнительно:

Кликабельная ссылка, при необходимости предварительно размеченная utm-метками или другими параметрами.

По умолчанию в отчёте о размещении рекламы мы передаём количество показов, кликов и CTR. О возможности предоставления других данных уточняйте заранее.

Также по запросу мы можем разметить баннер с пикселем сторонних систем. О том, какие системы поддерживает AdFox и как создать пиксель, читайте [по ссылке](#).

Тексты и изображения должны соответствовать [Федеральному закону «О рекламе»](#).

Редакция

Рекламные статьи — от 70 000 до 100 000 рублей

Тип 1. Заказчик предоставляет готовый текст, мы редактируем и размещаем. Стоимость — 70 000 рублей.

Требования к тексту:

1. Это должна быть законченная статья, размещенная в Google Документе. Заголовок анонсирует тему материала, каждый подзаголовок — отдельные вопросы, которые будут раскрыты в статье.
2. Уникальность — выше 90%.
3. Объем — 6-12 страниц Google Документа, максимум — 16 страниц. Шрифт Arial, 11.
4. Тема материала должна быть посвящена digital-повестке: рекламным инструментам, аналитике, автоматизации работы специалиста по рекламе, внутренним процессам в агентствах, нейросетям, продвижению на маркетплейсах, развитию интернет-магазинов и пр.

5. Текст должен предоставляться минимум за 2 недели до плановой даты публикации. После получения текста редактор правит материал в течение трех рабочих дней. Срок отработки правок редактора на стороне заказчика — до трех рабочих дней. Всего доступно максимум три итерации правок на стороне редакции: первичная редактура, доработка текста по информации от заказчика, финальная вычитка материала.
6. Материал должен быть экспертным: написан специалистом в обозначенной области для других специалистов.

Например, если статья про передачу офлайн-данных в Метрику, авторами должны быть аналитики, которые объяснят, почему передавать такие данные важно и какие могут возникать ошибки, если этого не делать, а также специалисты, которые настраивали такую передачу данных и могут показать этот процесс по шагам.

7. Рекламные материалы маркируются на стороне заказчика: он сам формирует токен, передает его редакции, а затем отчитывается о рекламе в ОРД.

Как проходит процесс:

1. Редакция получает материал, в течение 2-3 дней вычитывает его, предлагает правки, ставит задачи на дизайн и возвращает материал на доработку заказчику. Какие это могут быть правки:
 - a. структурные — мы можем переструктурировать материал, часть текста оформить списками/таблицами/схемами, поменять блоки местами, разбить главу на несколько, объединить отдельные пункты в одну главу и т. д.;
 - b. логические — мы можем обратить внимание на несоответствие вывода целям, заявленным в начале статьи, на нарушение причинно-следственных связей, слабую аргументацию и т. д. В этом случае мы зададим уточняющие вопросы и сделаем текст более логичным;
 - c. стилистические — мы можем изменить введение/заключение, усилить отдельные слова/смыслы и придать тексту тот ToV, который был утвержден на встрече — экспертный/дружелюбный и т. д.
 - d. орфографические, пунктуационные, грамматические — разумеется.
2. Заказчик в течение 2-3 дней отработывает правки, отвечает на уточняющие вопросы редакции и возвращает материал.
3. Редакция в течение 2-3 дней делает финальную редактуру, доводит текст до идеального состояния, включает в него дизайн, согласовывает итоговый вариант с заказчиком, верстает материал и публикует его на ppc.world.

Такой формат работы предполагает, что редакция остается всегда в рамках текста, который прислал заказчик — ей не нужно использовать дополнительные источники информации, презентации, таблицы и видео, которые прислал заказчик, а также опрашивать его сотрудников. Вся необходимая для статьи информация уже есть в статье, которую прислал заказчик — редакция работает только с этой информацией.

Тип 2. Заказчик обозначает тему и требования к материалу, мы пишем, согласовываем с заказчиком, размещаем. Стоимость — 100 000 рублей.

Если заказчик выбирает этот формат работы, он должен предоставить редакции фактуру, а редакция на основе этой фактуры уже сама напишет материал. Фактуры должно быть достаточно для подготовки материала объемом 6-12 страниц.

Что считается фактурой:

1. Ссылки на справочные статьи, в которых есть информация, необходимая для написания материала.
2. Статистика из рекламных кабинетов.
3. Отчеты, графики.
4. Кейсы.
5. Текстовые расшифровки видео- или аудиосообщений: вебинаров, подкастов, выступлений с конференций и др.
6. Текстовые инструкции, описания, комментарии экспертов.

Требования к фактуре:

- единый файл — ключевая фактура должна быть передана в Google Doc (3-4 страницы, шрифт Arial, 11) и включать в себя также ссылки на все остальные источники информации, которые заказчик рекомендует использовать при подготовке материала;
- чистота — фактура должна состоять исключительно из фактов, данных, информации, на которой следует основывать текст. То есть являться не перечнем пожеланий «здесь нужно написать про особенности офлайн-конверсий» (пожелания к структуре и тому, как должен выглядеть материал, могут быть переданы отдельно), а представлять из себя эту самую важную информацию (в данном случае перечень особенностей) — то есть те факты, нюансы, которые обязательно должны быть в статье;
- полнота — к фактуре должен прилагаться достаточный для подготовки материала список со ссылками на конкретные источники, которым доверяет заказчик и откуда можно брать информацию для написания материала: редакция не будет использовать никакие другие источники;
- возможность онлайн-консультации с экспертом — у редакции должна быть возможность собрать вопросы и задать их эксперту на онлайн-встрече.

Как проходит процесс:

1. Редакция получает фактуру в Google Doc и в течение 2-3 дней изучает ее и приложенные к ней источники, составляет вопросы и тезисный план материала. План и вопросы отправляет заказчику и договаривается об онлайн-встрече с экспертом.
2. В течение одного дня редакция встречается с экспертом онлайн, получает ответы на вопросы и транскрибирует запись встречи.
3. В течение 3-4 дней редакция пишет материал и отправляет заказчику.
4. В течение 2-3 дней заказчик вычитывает материал, предлагает правки и возвращает на доработку редакции.
5. В течение 2-3 дней редакция работает над правками, доводит текст до идеального состояния, включает в него дизайн, согласовывает итоговый вариант с заказчиком, верстает материал и публикует его на ppc.world.

Такой формат работы предполагает, что редакция опирается на фактуру, которую прислал заказчик — она ищет дополнительную информацию в рекомендованных им источниках, презентациях, таблицах и видео, проводит онлайн-встречи с его сотрудниками.

Спецпроекты — от 350 000 рублей

Тип 1. Заказчик предоставляет нам готовые тексты, мы их редактируем и размещаем. Стоимость — рассчитывается индивидуально.

Требования к каждому тексту:

1. Это должна быть законченная статья, размещенная в Google Документе. Заголовок анонсирует тему материала, каждый подзаголовок — отдельные вопросы, которые будут раскрыты в статье.
2. Уникальность — выше 90%.
3. Объем — 6-12 страниц Google Документа, максимум — 16 страниц. Шрифт Arial, 11.
4. Тема материала должна быть посвящена digital-повестке: рекламным инструментам, аналитике, автоматизации работы специалиста по рекламе, внутренним процессам в агентствах, нейросетям, продвижению на маркетплейсах, развитию интернет-магазинов и пр.
5. Текст должен предоставляться минимум за 2 недели до плановой даты публикации. После получения текста редактор правит материал в течение трех рабочих дней. Срок отработки правок редактора на стороне заказчика — до трех рабочих дней. Всего доступно максимум три итерации правок на стороне редакции: первичная редактура, доработка текста по информации от заказчика, финальная вычитка материала.
6. Схемы, изображения, которые должны быть включены в статьи, предоставляются в виде описанной/отрисованной идеи — наши дизайнеры создадут их в единой стилистике спецпроекта.
7. Материал должен быть экспертным: написан специалистом в обозначенной области для других специалистов.

Например, если статья про передачу офлайн-данных в Метрику, авторами должны быть аналитики, которые объяснят, почему передавать такие данные важно и какие могут возникать ошибки, если этого не делать, а также специалисты, которые настраивали такую передачу данных и могут показать этот процесс по шагам.

8. Рекламные материалы маркируются на стороне заказчика: он сам формирует токен, передает его редакции, а затем отчитывается о рекламе в ОРД.

Как проходит процесс:

1. Редакция получает материал, в течение 2-3 дней вычитывает его, предлагает правки, ставит задачи на дизайн и возвращает материал на доработку заказчику. Какие это могут быть правки:
 - a. структурные — мы можем переструктурировать материал, часть текста оформить списками/таблицами/схемами, поменять блоки местами, разбить главу на несколько, объединить отдельные пункты в одну главу и т. д.;
 - b. логические — мы можем обратить внимание на несоответствие вывода целям, заявленным в начале статьи, на нарушение причинно-следственных связей, слабую аргументацию и т. д. В этом случае мы зададим уточняющие вопросы и сделаем текст более логичным;

- c. стилистические — мы можем изменить введение/заключение, усилить отдельные слова/смыслы и придать тексту тот ToV, который был утвержден на встрече — экспертный/дружелюбный и т. д.
 - d. орфографические, пунктуационные, грамматические — разумеется.
2. Заказчик в течение 2-3 дней отработывает правки, отвечает на уточняющие вопросы редакции и возвращает материал.
 3. Редакция в течение 2-3 дней делает финальную редактуру, доводит текст до идеального состояния, включает в него дизайн, согласовывает итоговый вариант с заказчиком, верстает материал и публикует его на ppc.world.

Такой формат работы предполагает, что редакция остается всегда в рамках текста, который прислал заказчик — ей не нужно использовать дополнительные источники информации, презентации, таблицы и видео, которые прислал заказчик, а также опрашивать его сотрудников. Вся необходимая для статьи информация уже есть в статье, которую прислал заказчик — редакция работает только с этой информацией.

Тип 2. Заказчик предоставляет фактуру для написания текстов, мы пишем, согласовываем с заказчиком и размещаем. Стоимость — рассчитывается индивидуально. .

Если заказчик выбирает этот формат работы, он должен предоставить редакции фактуру для каждого материала отдельно, а редакция на основе этой фактуры сама напишет материал. Фактуры должно быть достаточно для подготовки материала объемом 6-12 страниц.

Что считается фактурой:

1. Ссылки на справочные статьи, в которых есть информация, необходимая для написания материала.
2. Статистика из рекламных кабинетов.
3. Отчеты, графики.
4. Кейсы.
5. Текстовые расшифровки видео- или аудиосообщений: вебинаров, подкастов, выступлений с конференций и др.
6. Текстовые инструкции, описания, комментарии экспертов.

Требования к фактуре для каждого материала:

- единый файл — ключевая фактура должна быть передана в Google Doc (3-4 страницы, шрифт Arial, 11) и включать в себя также ссылки на все остальные источники информации, которые заказчик рекомендует использовать при подготовке материала;
- чистота — фактура должна состоять исключительно из фактов, данных, информации, на которой следует основывать текст. То есть являться не перечнем пожеланий «здесь нужно написать про особенности офлайн-конверсий» (пожелания к структуре и тому, как должен выглядеть материал, могут быть переданы отдельно), а представлять из себя эту самую важную информацию (в данном случае перечень особенностей) — то есть те факты, нюансы, которые обязательно должны быть в статье;
- полнота — к фактуре должен прилагаться достаточный для подготовки материала список со ссылками на конкретные источники, которым доверяет заказчик и откуда можно брать

информацию для написания материала: редакция не будет использовать никакие другие источники;

- возможность онлайн-консультации с экспертом — у редакции должна быть возможность задать вопросы и задать их эксперту на онлайн-встрече.

Как проходит процесс:

1. Редакция получает фактуру в Google Doc и в течение 2-3 дней изучает ее и приложенные к ней источники, составляет вопросы и тезисный план материала. План и вопросы отправляет заказчику и договаривается об онлайн-встрече с экспертом.
2. В течение одного дня редакция встречается с экспертом онлайн, получает ответы на вопросы и транскрибирует запись встречи.
3. В течение 3-4 дней редакция пишет материал и отправляет заказчику.
4. В течение 2-3 дней заказчик вычитывает материал, предлагает правки и возвращает на доработку редакции.
5. В течение 2-3 дней редакция работает над правками, доводит текст до идеального состояния, включает в него дизайн, согласовывает итоговый вариант с заказчиком, верстает материал и публикует его на ppc.world.

Такой формат работы предполагает, что редакция опирается на фактуру, которую прислал заказчик — она ищет дополнительную информацию в рекомендованных им источниках, презентациях, таблицах и видео, проводит онлайн-встречи с его сотрудниками.

Платная редактура

Заказчик предоставляет готовый текст, мы редактируем. По итогу работы и по договоренности с заказчиком мы можем разместить этот текст у себя на сайте, если он не попадает в категорию рекламных.

Требования к тексту:

1. Это должна быть законченная статья, размещенная в Google Документе. Заголовок анонсирует тему материала, каждый подзаголовок — отдельные вопросы, которые будут раскрыты в статье.
2. Объем — 4-12 страниц Google Документа, максимум — 14 страниц вместе с иллюстрациями. Шрифт Arial, 11.
3. Тема материала должна быть посвящена digital-повестке: рекламным инструментам, аналитике, автоматизации работы специалиста по рекламе, внутренним процессам в агентствах, нейросетям, продвижению на маркетплейсах, развитию интернет-магазинов, менеджменту в digital и пр.
4. Срок выполнения задачи — 2 недели вместе с отработкой правок. После получения текста редактор правит материал в течение трех рабочих дней. Срок отработки правок редактора на стороне заказчика — до трех рабочих дней. Всего доступно максимум три итерации правок на стороне редакции: первичная редактура, доработка текста по информации от заказчика, финальная вычитка материала.
5. Материал должен быть достоверным и экспертным: написан специалистом в обозначенной области для других специалистов, в тексте не должно быть фактических ошибок и недостоверных данных.

Например, если статья про передачу офлайн-данных в Метрику, авторами должны быть аналитики, которые объяснят, почему передавать такие данные важно и какие могут возникать ошибки, если этого не делать, а также специалисты, которые настраивали такую передачу данных и могут показать этот процесс по шагам.

Как проходит процесс:

1. Редакция получает материал, в течение 2-3 дней вычитывает его, предлагает правки и возвращает материал на доработку заказчику. Какие это могут быть правки:
 - a. структурные — мы можем переструктурировать материал, часть текста оформить списками/таблицами/схемами, поменять блоки местами, разбить главу на несколько, объединить отдельные пункты в одну главу и т. д.;
 - b. логические — мы можем обратить внимание на несоответствие вывода целям, заявленным в начале статьи, на нарушение причинно-следственных связей, слабую аргументацию и т. д. В этом случае мы зададим уточняющие вопросы и сделаем текст более логичным;
 - c. стилистические — мы можем изменить введение/заключение, усилить отдельные слова/смыслы и придать тексту тот ToV, который был утвержден на встрече — экспертный/дружелюбный и т. д.
 - d. орфографические, пунктуационные, грамматические — разумеется.
2. Заказчик в течение 2-3 дней обрабатывает правки, отвечает на уточняющие вопросы редакции и возвращает материал.
3. Редакция в течение 2-3 дней делает финальную редактуру, доводит текст до идеального состояния, согласовывает итоговый вариант с заказчиком и передает ему готовый текст.

Такой формат работы предполагает, что редакция остается всегда в рамках текста, который прислал заказчик — ей не нужно использовать дополнительные источники информации, презентации, таблицы и видео, которые прислал заказчик, а также опрашивать его сотрудников. Вся необходимая для статьи информация уже есть в статье, которую прислал заказчик — редакция работает только с этой информацией.

Упоминания в статьях и интеграции

Тип 1. Добавление ссылки на соцсети автора материала в конце статьи

Автор присылает ссылку на свою соцсеть и короткий призыв с ключевыми УТП. Мы упаковываем это в выноски в конце статьи с призывом подписаться на канал/блог автора.

Автор на своей стороне маркирует такую рекламу: формирует токен, передает его редакции, а затем отчитывается о рекламе в ОРД.

В одной статье может быть только один оффер с предложением подписаться на канал.

Тип 2. Добавление инструментов в обзорные, уже опубликованные статьи

Заказчик предоставляет готовый текст об инструменте, обзор которого хочет добавить в статью, мы редактируем его и адаптируем под формат материала, публикуем.

В рамках этой услуги размещаем только обзоры, которые не требуют маркировки: органично встраиваются в текст наравне с другими инструментами, дополнительно в тексте не выделяются и не продвигаются.

Такой формат работы предполагает, что редакция остается всегда в рамках текста, который прислал заказчик — ей не нужно использовать дополнительные источники информации, презентации, таблицы и видео, которые прислал заказчик, а также опрашивать его сотрудников. Вся необходимая для статьи информация уже есть в статье, которую прислал заказчик — редакция работает только с этой информацией.

Иные каналы rrc.world

Telegram-канал «rrc.world – бесплатно о платном трафике»

Тип 1. Размещение рекламного поста в канале «текст + картинка»

1. Картинка может быть предоставлена в трех вариациях:
 - Квадратная (размер: 1080x1080px).
 - Горизонтальная (размер: 1500x1000px).
 - Вертикальная (размер: 1080x1350px).
2. Текст до 600 символов с пробелами.
3. Исполнитель оставляет за собой право вносить исправления в орфографию, пунктуацию и стилистику, а также корректировки в заголовок и текст рассылки (блок). Все изменения согласовываются с заказчиком.
4. Ссылка на сайт должна быть размечена utm-метками заказчика.
5. Рекламные материалы маркируются на стороне заказчика: он сам формирует токен, передает его редакции, а затем отчитывается о рекламе в ОРД.

Тип 2. Размещение рекламного поста в канале «подборка карточек + текст»

1. Возможное количество карточек от 5 до 10 шт.
2. Размер квадратных карточек — 1080x1080px, размер вертикальных карточек — 1080x1350px.
3. Текст до 600 символов с пробелами.
4. SMM оставляет за собой право вносить исправления в орфографию, пунктуацию и стилистику, а также корректировки в пост. Все изменения согласовываются с заказчиком.
5. Ссылка на сайт должна быть размечена utm-метками заказчика.
6. Рекламные материалы маркируются на стороне заказчика: он сам формирует токен, передает его редакции, а затем отчитывается о рекламе в ОРД.
7. Исполнитель оставляет за собой право вносить исправления в орфографию, пунктуацию и стилистику, а также корректировки в заголовок и текст рассылки (блок). Все изменения согласовываются с заказчиком.

Рассылка по базе email

1. Размер картинки: 1200x630. Стоковые картинки или просто лого в качестве изображения не принимаются.
2. Кол-во символов до 600 с пробелами.
3. Исполнитель оставляет за собой право вносить исправления в орфографию, пунктуацию и стилистику, а также корректировки в заголовок и текст рассылки (блок). Все изменения согласовываются с заказчиком.
4. Из описания должно быть понятно, какую пользу принесет ваше предложение читателю. Пишите просто, рассказывайте о важных подробностях и не подражайте телемагазину (без «попробуйте это прямо сейчас!» и подобного).
5. Стоковые картинки или просто лого в качестве изображения не принимаются.
6. Дата рассылки согласуется минимум за 7 рабочих дней до отправки письма.