

От концепций к размещению

Медиабюджет 1 000 000 ₽. Разработка и промышленный выпуск оплачиваются отдельно.



Задача кампании

Привести заинтересованного читателя к статье о составе инъекционных препаратов. Общая тема работает для нескольких брендов без одного маскота. В баннерах используется предметный вопрос и кнопка «Читать статью».

Что уже в комплекте

24 арт-слайда в PPTX и PDF; исследование 26 компаний; 10 портретных баннеров и 3 адаптации для 300×250; 3 HTML5-прототипа; растровые оригиналы, точные тексты и таблица редакторских замен.

Следующая производственная очередь

После выбора трёх направлений: 24 статичных макета, 9 HTML5 ZIP и 3 социальных комплекта. Это объём последующего выпуска, а не перечень уже изготовленных файлов.

Исходные данные для запуска

Утверждённая версия статьи, конечный URL, рекламодатель, маркировка, выбранные инвентарь и форматы. Присланная статья содержит рецептурный продуктовый контекст; её содержание и переходная цепочка проверяются до размещения.

Спирт в лекарстве

СПИРТ?!

Зачем его добавляют в лекарства?

Бензиловый спирт

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

Знакомое слово оказывается в неожиданном контексте. Человек хочет узнать, о каком спирте речь и какую задачу он выполняет.

Какой ответ получит читатель

Бензиловый спирт используют в некоторых лекарственных формах как вспомогательный компонент, в том числе консервант. Его назначение и ограничения зависят от конкретного препарата и применения.

Условие выбора

Не использовать бокал, бутылку алкоголя или намёк на опьянение. Речь о бензиловом спирте.



Предлагаемое развитие движения

Стеклянное слово СПИРТ?! появляется первым. Через 1,5 секунды открывается полный макет с вопросом и подписью «Бензиловый спирт». Финал остаётся неподвижным.

Приёмы исследования: A01, A09, A23. Карточки компаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

Зачем то, что не лечит

Зачем в лекарстве то, что не лечит?

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

Прямое противоречие привычной картине: в лекарстве есть компонент, который не является действующим веществом. Статья обещает назвать его работу.

Какой ответ получит читатель

Консерванты помогают сдерживать рост микроорганизмов в определённых лекарственных формах. Это вспомогательная функция, а не лечебное действие активного вещества.

Условие выбора

Заголовок относится только к консерванту, это слово всегда видно. Не переносить «не лечит» на препарат целиком.



Предлагаемое развитие движения

Пропуск слегка поворачивается. Вопрос «Зачем в лекарстве то, что не лечит?» читается целиком с первого кадра.

Приёмы исследования: A02, A16, A24. Карточки компаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

Что сохраняет лекарство

Что сохраняет лекарство без консервантов?

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

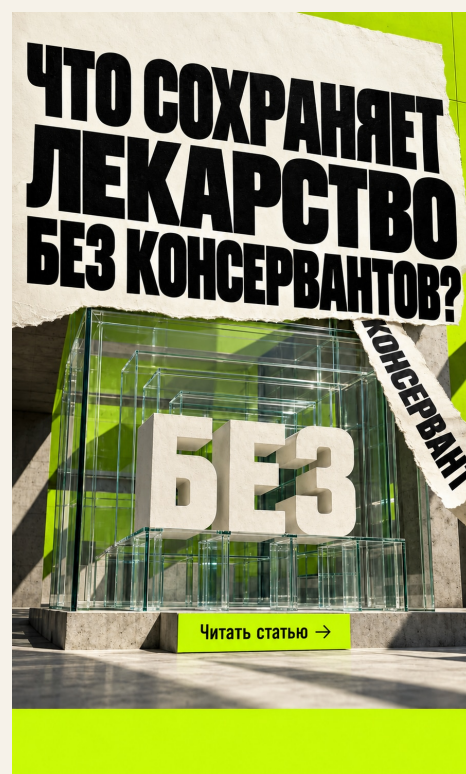
Незавершённая причинная цепочка. Удалён компонент с понятной задачей, зритель хочет понять, как теперь решают эту задачу.

Какой ответ получит читатель

Возможность обойтись без консерванта зависит от лекарственной формы, производства, упаковки и условий применения. Однодозовый формат может быть частью решения, но сам по себе не доказывает отсутствие консерванта.

Условие выбора

Не обещать, что любое средство без консерванта безопаснее. Не показывать «удаление» из готового раствора дома.



Предлагаемое развитие движения

Полоса КОНСЕРВАНТ уходит в сторону. В финале виден вопрос «Что сохраняет лекарство без консервантов?» и кнопка «Читать статью».

Приёмы исследования: A03, A13, A26. Карточки кампаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

Найди лишнее

НАЙДИ ЛИШНЕЕ

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

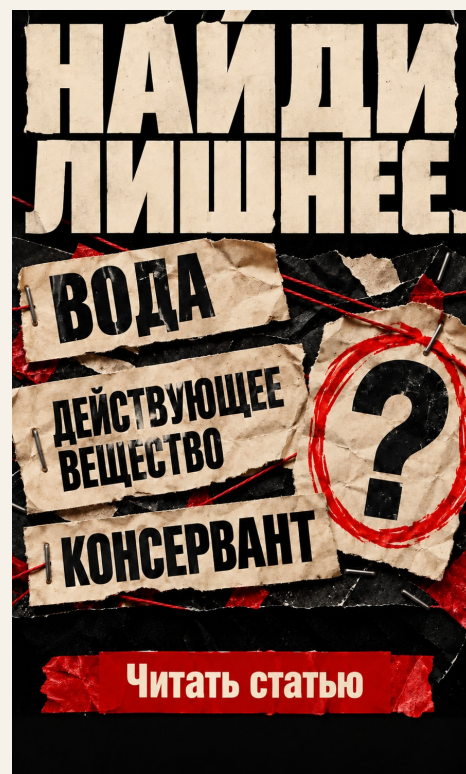
Зритель автоматически пробует выполнить знакомую задачу. Три названия выглядят как простой выбор, но вопрос о роли каждого компонента усложняет ответ.

Какой ответ получит читатель

Один список названий не позволяет определить «лишний» компонент. Нужно знать назначение каждого вещества, форму и условия применения. Статья разбирает роль консерванта.

Условие выбора

Это метафора разбора, а не медицинский тест. Не давать кнопок выбора, если баннер сразу ведёт в статью.



Предлагаемое развитие движения

Внимание по очереди переходит на три ярлыка. Красный вопросительный знак остаётся вопросом; правильный ответ не имитируется.

Приёмы исследования: A02, A21, A09. Карточки компаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

Кто охраняет лекарство

Кто охраняет лекарство?

О консервантах

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

Лекарству приписана необычная задача охраны. Конкретный замок вызывает вопрос: что он защищает и почему это связано с составом?

Какой ответ получит читатель

Консерванты выполняют антимикробную функцию в некоторых формах, а стерильность и сохранность зависят также от производства и упаковки. Замок обозначает комплекс защиты, а не конкретную молекулу.

Условие выбора

Не изображать замок как гарантию абсолютной стерильности или безопасности.



Предлагаемое развитие движения

Стеклянный замок приближается на несколько процентов. Заголовок и подпись «О консервантах» неподвижны.

Приёмы исследования: A08, A18, A25. Карточки кампаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

За что ругают консерванты

За что ругают консерванты?

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

Проверка знакомого убеждения. Вопрос о слове, которое часто воспринимают отрицательно, обещает конкретное объяснение.

Какой ответ получит читатель

Оценка зависит от вещества, количества, пути введения и конкретного контекста. Консерванты имеют функцию и ограничения. Статья должна объяснить обе стороны без общего вывода о вреде всей категории.

Условие выбора

Перед этим вариантом статья должна включить сбалансированный абзац о роли и контексте. Нельзя обещать полную безвредность.



Предлагаемое развитие движения

Печать ПЛОХО? появляется на бумаге. Вопрос «За что ругают консерванты?» остаётся видимым; лист не объявляет компонент вредным.

Приёмы исследования: A09, A10, A20. Карточки кампаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

Один раз

Зачем консервант, если препарат открывают один раз?

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

На первый взгляд два предмета не связаны: число применений и состав. Читатель идёт за причинной связью, которую баннер намеренно не объясняет.

Какой ответ получит читатель

При повторном доступе к содержимому лекарственной формы требования к антимикробной защите отличаются. Одноразовая форма может позволять другой подход к составу и упаковке.

Условие выбора

Одноразовый формат не доказывает отсутствие консерванта. Статья должна объяснять, что решение зависит также от состава, производства и упаковки.



Предлагаемое развитие движения

Один язычок открытой единицы поднимается. Цепочка «Открытие» отходит в сторону. Вопрос о препарате, который открывают один раз, остаётся читаемым.

Приёмы исследования: A03, A07, A18. Карточки компаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

Дочитал до спирта

А ты дочитал до спирта?

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

Вопрос обращается к обычной привычке читать только начало состава. Увеличенная строка БЕНЗИЛОВЫЙ СПИРТ показывает, до какого слова предлагают дочитать.

Какой ответ получит читатель

Бензиловый спирт в составе может выполнять вспомогательную функцию. Разбор показывает, зачем его используют и почему решение о составе зависит от лекарственной формы.

Условие выбора

Строка иллюстративная, без вида подлинной инструкции конкретного бренда. Не писать «то, что от вас скрывают».



Предлагаемое развитие движения

Строка «Бензиловый спирт» увеличивается. Через 2 секунды открывается полный макет «А ты дочитал до спирта?». Финальный кадр неподвижен.

Приёмы исследования: A12, A23, A26. Карточки компаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

Что значит чистый состав

Что вообще значит «чистый состав»?

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

Проверка обещания, встречающегося в коммуникации. Человек хочет отличить красивую формулировку от её точного содержания.

Какой ответ получит читатель

«Чистый состав» не заменяет сведения о конкретных компонентах и их назначении. Для нашей статьи точный вопрос касается наличия консервантов и технологии форм без них.

Условие выбора

Статья должна прямо объяснить границы термина «чистый состав». Нельзя создавать видимость разоблачения конкретного производителя.



Предлагаемое развитие движения

Штамп приближается к прозрачной плашке с вопросительным знаком. Текст «Что вообще значит «чистый состав»?» виден с начала.

Приёмы исследования: A09, A13, A10. Карточки компаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

Просто вода

ЭТО ПРОСТО ВОДА?

Статья о составе лекарств

Кнопка: Читать статью

Почему хочется открыть

Прозрачная капля выглядит знакомо, но внутри видна бумажная строка. Зритель хочет понять, какая работа скрыта за внешней простотой.

Какой ответ получит читатель

Лекарственный раствор может содержать активное вещество и вспомогательные компоненты, выполняющие разные функции. Внешний вид не раскрывает их назначения.

Условие выбора

Не выдавать иллюстрацию за состав конкретного препарата. Не внушать, что прозрачность гарантирует качество.



Предлагаемое развитие движения

Капля слегка меняет масштаб. Заголовок «Это просто вода?» и подпись «Статья о составе лекарств» неподвижны.

Приёмы исследования: A03, A18, A25. Карточки кампаний и первичные URL находятся в Research_Rationale.pdf.

Что добавить в статью

Нейтральный заголовок

Консерванты в инъекционных препаратах: зачем они нужны и как создают формы без них.

Зачем нужен консервант

Консервант в составе лекарства выполняет технологическую задачу: ограничивает рост микроорганизмов. В многодозовой упаковке препарат используют несколько раз, поэтому защита после вскрытия особенно важна. При этом консервант не заменяет стерильное производство и соблюдение условий хранения.

Как обходятся без него

Некоторые лекарственные формы выпускают без консервантов благодаря особенностям производства, упаковки и режима использования. Однократное применение может быть частью такого решения. По слову «однодозовый» нельзя определить состав: его нужно проверять в инструкции конкретного препарата.

Что означает «чистый состав»

Описание «чистый состав» нужно раскрыть: указать, какие компоненты отсутствуют, в какой лекарственной форме и при каких условиях применения. Отсутствие одного вспомогательного вещества само по себе не даёт общей оценки безопасности лекарства. Пользу и риски рассматривают по данным о конкретном препарате.

Для B06 и B09

Вопрос о репутации консерванта требует объяснения конкретных ограничений, групп пациентов и условий применения. Вопрос о «чистом составе» требует определения этой формулировки. Оба блока нужны до теста соответствующих баннеров.

Это редакторские предложения для медицинского согласования. Риски бензилового спирта у новорождённых и лабораторные наблюдения за белками нельзя превращать в общий вывод о вреде любого консерванта для всех пациентов.

EMA: [benzyl alcohol](#)

Три исправления в библиографии

Выборочная проверка обнаружила три DOI, ведущие к другим публикациям. Это не полный аудит всех источников статьи. Ниже — ссылки на подходящие работы, которые нужно согласовать с медицинским редактором.

Arora et al., 2017

В статье: 10.1016/j.xphs.2017.01.017. Этот DOI ведёт к другой работе.

Correlating the Effects of Antimicrobial Preservatives on Conformational Stability, Aggregation Propensity, and Backbone Flexibility of an IgG1 mAb. DOI: 10.1016/j.xphs.2017.02.007.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28212986/>

Bis & Mallela, 2014

В статье: 10.1016/j.ijpharm.2014.05.038. Этот DOI ведёт к другой работе.

Antimicrobial preservatives induce aggregation of interferon alpha-2a. DOI: 10.1016/j.ijpharm.2014.06.044.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24974985/>

Chatterjee et al., 2024

В статье: 10.1016/j.scitotenv.2024.175670. Этот DOI ведёт к другой работе.

Подходящая публикация Chatterjee et al. в Science of the Total Environment, 954, 176547. DOI: 10.1016/j.scitotenv.2024.176547.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/39357765/>

Как использовать исследования

Работы о стабильности и агрегации белков описывают конкретные экспериментальные условия. Они не доказывают клинический риск всех консервантов или преимущество каждого препарата без них.

Календарь и ответственность

Этап	Ориентир	Результат / владелец
Уточнение материала и маршрута	День 0	Утверждённый бриф и статья / аккаунт, заказчик, медицинский редактор
Доработка трёх направлений	Дни 1–2	Три мастер-макета / креативный директор, дизайнер, редактор
Согласование мастеров	День 3	Зафиксированные тексты и композиции / заказчик
Адаптации и движение	Дни 4–6	24 статистики, 9 HTML5, 3 социальных комплекта / дизайнер, моушн-дизайнер, разработчик
Техника, маркировка, события	Дни 7–8	Файлы и переходы для подачи / продюсер, аналитик, медиакоманда
Пилот	Дни 9–15	Сравнимые данные о переходах и чтении / медиакоманда, аналитик

Раунды

Два консолидированных раунда по мастерам. После фиксации текста — форматные адаптации. Изменение вопроса в баннере после этой точки оценивается как отдельная пересборка затронутых файлов.

Срочная ветка

Четыре рабочих дня на производственный выпуск возможны при готовых вводных, одном консолидированном согласовании в день и заранее выбранных форматах. Модерация и внешние согласования имеют собственные сроки.

Матрица форматов

Три выбранных направления × восемь статичных размеров = 24 макета. Конкретный набор закрепляет медиакоманда по закупленному инвентарю.

Размер	Назначение	Сборка
300×250	Компактный display	Большой вопрос; один предмет; читаемая кнопка
300×500	Портретный display	Основной мастер с выраженным предметом
336×280	Display	Перекомпоновка компактного мастера
300×600	Высокий display	Сохранить масштаб текста, не растягивать предмет
970×250	Горизонтальный display	Предмет сбоку, вопрос рядом; отдельная композиция
1080×1080	Социальный инвентарь	Редакционная карточка и сопровождающий текст
1080×1920	Вертикальное размещение	Безопасные зоны интерфейса по требованиям площадки
1600×900	Издательские / горизонтальные размещения	Отдельная широкая композиция по согласованному слоту

HTML5

Три направления × три согласованных размера = 9 ZIP. Рекомендуемая стартовая матрица: 300×250, 300×500, 970×250. Все три размера есть в текущем списке Яндекса.

Социальный комплект

Для каждого направления: квадрат, вертикаль и короткий текст публикации. Формат и маркировка зависят от выбранной площадки и типа размещения.

В текущем архиве уже есть 10 портретных макетов и 3 компактные адаптации. Остальные форматы относятся к следующему этапу производства.

Движение и требования

Прототип	Первый кадр	Полный финал
B01 / 300×500	СПИРТ?!	Через 2,0 секунды
B03 / 300×500	КОНСЕРВАНТ / БЕЗ?	Через 2,2 секунды
B08 / 300×500	БЕНЗИЛОВЫЙ / СПИРТ	Через 2,4 секунды

Что реализовано

Крупная вводная типографика сменяется полным баннером. Один проход, затем неподвижный финальный кадр. При prefers-reduced-motion показывается сразу финал. Прототипы демонстрируют смену смысла; предметная анимация и трёхмерное движение относятся к последующему производству.

Переход

Адрес получает метод `yandexHTML5BannerApi.getClickURLNum(1)`. Для локального просмотра можно передать `clickTag`. Без адреса переход заблокирован. Видимого адреса сайта на изображениях нет.

Текущие требования Яндекса

ZIP до 512 КБ; `index.html` меньше 150 КБ; до 20 файлов. Названия файлов — латиницей; ресурсы — из архива. Нет видео, аудио, мигающего фона или резких раздражающих перемещений. У каждого прототипа два файла: `index.html` и `poster.jpg`.

Статус проверки

Проверяются размер архива, состав, метаданные размера, маршрутизация клика и статичный режим. Перед загрузкой требуется визуальная проверка движения в поддерживаемых браузерах и проверка кабинета площадки.

Яндекс: требования к HTML5-баннерам, проверено 05.10.2026

Пилот и чтение

Пять секунд до медиа

Проверить понимание на 12–15 представителях аудитории. Вопросы: «О чём статья?», «Что вы узнаете после клика?», «Что в баннере смутило?». Записывать ответы дословно и исправлять непонимание.

Ячейки теста

B01, B02, B03 и простой информационный контроль. Внутри сравнения одинаковы площадка, аудитория, формат и статья. Показатели разных платформ анализируются отдельно.

Метрика	Расчёт	Для чего
CTR	Клики / показы × 100%	Диагностика привлекательности объявления
Доля квалифицированных чтений	Квалифицированные чтения / визиты × 100%	Совпало ли ожидание с содержанием
CPQR	Медиарасходы / квалифицированные чтения	Основной показатель стоимости полезного перехода
Репосты и сохранения	Отдельно по поддерживаемым каналам	Проверка потенциала распространения

Рабочее определение чтения

Не менее 45 секунд активного времени и не менее 50% прокрутки. Считать время в видимой вкладке; дедуплицировать чтения по выбранной единице анализа. Порог согласовать с длиной статьи. Это определение проекта, а не отраслевой стандарт.

Правило решения

До пилота задать базовую конверсию, минимальный значимый эффект, необходимый объём данных и правило остановки. Семь дней наблюдения — календарный ориентир, а не гарантия статистической значимости.

Миллион на медиа

Канал	Сумма
РСЯ: графические объявления	600 000 ₽
VK: поддерживаемые графические форматы	200 000 ₽
Редакционные размещения в Telegram	150 000 ₽
Прямые размещения у издателей	50 000 ₽
Итого	1 000 000 ₽

Этап	Сумма
Пилот	200 000 ₽
Масштабирование подтверждённых вариантов	650 000 ₽
Резерв и обновление креативов	150 000 ₽
Итого	1 000 000 ₽

Одна сумма, две разбивки

Каналы и этапы описывают один медиабюджет. Их итоги не складываются. Распределение меняется по доступному инвентарю, допуску материала и результатам пилота.

Что именно покупаем

В Telegram предусмотрены редакционные размещения с постером у издателей; это отдельная закупка. Указанные суммы не являются прогнозом охвата, CTR, чтений или продаж.

Как развивать

Пилот сравнивает три разные причины перехода. Масштабирование получает вариант с подходящей стоимостью чтения и ясным пониманием материала. Резерв нужен для нового исполнения и перераспределения после проверки.

Пример производственной сметы

Работа	Сумма
Исследование, концепция, редактура	45 000 ₽
Арт-дирекшн и три финальных мастера	80 000 ₽
24 статичных форматных макета	54 000 ₽
9 HTML5 ZIP и сценарии движения	36 000 ₽
Контроль и комплектация	9 000 ₽
Базовый выпуск	224 000 ₽
Срочность +35%	78 400 ₽
Выпуск со срочностью	302 400 ₽

Что это за расчёт

Рабочий пример для обсуждения объёма и отдельной оплаты концепции и срочности. Это проектная оценка, а не рыночная котировка или утверждённая оферта.

Основание доплаты

Срочность оплачивает приоритет команды, сжатый график согласований и ускоренную комплектацию. Надбавка применяется к базе производства; медиабюджет остаётся отдельной строкой.

Границы объёма

Два консолидированных раунда по мастерам. Медицинская редактура, юридическое заключение, посадочная страница, дополнительные лицензии, налоги и комиссии уточняются отдельно. Дополнительные бренды или форматы меняют расчёт.

Что передаём и что закрепляем

В текущем архиве	Количество / содержание
Презентация	24 арт-слайда, PPTX и PDF; пояснения в заметках
Исследование	33 страницы; 26 кампаний; 6 исследований поведения
Статичные макеты	13 композиций: 10 портретных и 3 компактных; PNG/JPG
HTML5	3 ZIP и распакованные прототипы
Тексты	Banner_Copy.md, Copy_Changes.md, Concepts.json
Визуальные оригиналы	13 растровых изображений; слайды в JPG
Просмотр	START_HERE.html — локальная галерея

Что выбирает заказчик

Три направления, финальную формулировку вопроса и версии статьи под них. Общая кнопка — «Читать статью». Финальный URL не напечатан на баннере.

Что фиксирует продюсер

Форматы и инвентарь; маршрут клика; реквизиты и маркировку; версии файлов; критерии квалифицированного чтения. После фиксации выпускается промышленная очередь.

Как принимаем

Заголовок и кнопка читаются в фактическом размере; обещанный вопрос раскрывается в статье; композиция собрана под формат; переход работает; маркировка размещена по требованиям канала; движение останавливается и имеет статичный режим.

Слайды и постеры — растровые композиции. Тексты отдельно доступны для редактирования; растровые оригиналы доступны для дальнейшей ретуши и форматной сборки.