

# Рекомендации по оформлению медийных баннеров

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ:  
1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...  
2. Диссертации и научные работы  
3. Школьные задания  
Онлайн-консультации  
ЛЮБАЯ тематика, в том числе ТЕХНИКА  
Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -  
На сайте электронной библиотеки  
[www.учебники.информ2000.рф](http://www.учебники.информ2000.рф)

В этом документе собраны основные правила, о которых следует помнить при подготовке баннеров для размещения на сервисах и партнёрских сайтах Яндекса. Они помогут вам правильно оформить рекламные материалы и избежать сложностей при запуске кампании.

Приведённые в документе примеры иллюстрируют типичные ошибки, из-за которых баннеры не проходят модерацию. Ознакомиться с правилами оформления баннеров можно подробнее, пройдя по ссылкам на развёрнутые юридические требования.

## 1. Дизайн



1.1. У баннера должны быть видимые границы и непрозрачный фон.  
Слишком ярких цветов следует избегать.

Подробнее:

[Требования к баннерам](#), пункт 4.



Что не так

Необходимо обвести баннер в рамку  
и убрать прозрачные элементы, чтобы  
реклама не сливалась с фоном сайта.

1.2. Баннер или его отдельные элементы не должны мигать, отвлекая пользователя от взаимодействия со страницей.  
Допустимая частота смены элементов на баннере – не чаще 1 раза в 2 секунды.

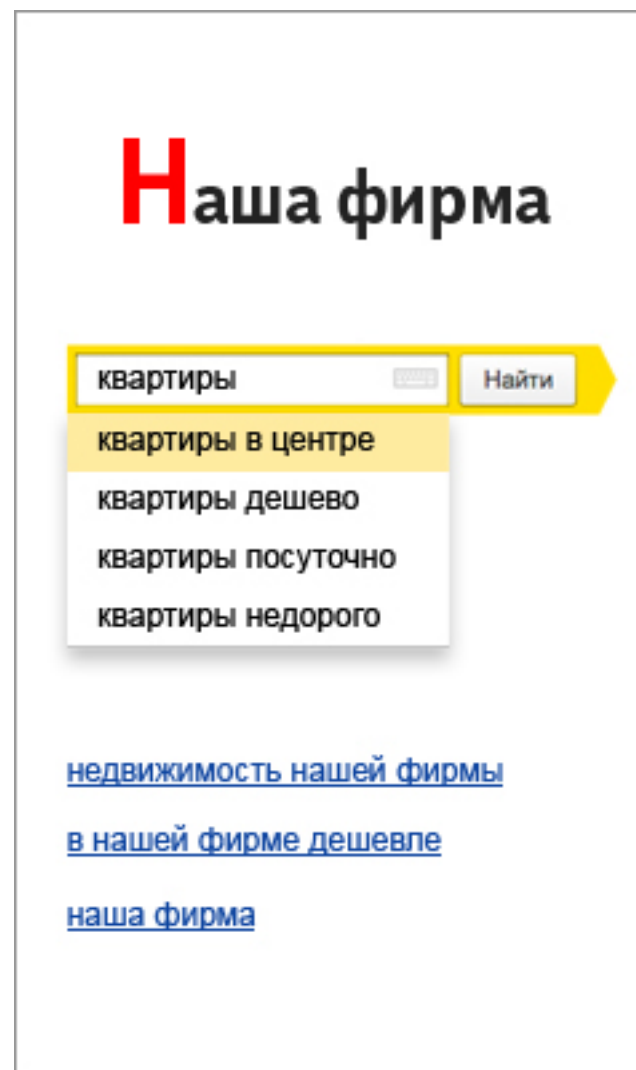
Подробнее:

[Требования к баннерам](#), пункт 5.

1.3. Баннер не должен маскироваться под элементы пользовательского интерфейса — например, системное окно Windows или ICQ. Не должно быть изображений курсора, поисковой строки, кнопок (пауза, повтор, «Играть», «Жми здесь» и т. д.), которые не выполняют соответствующих функций.

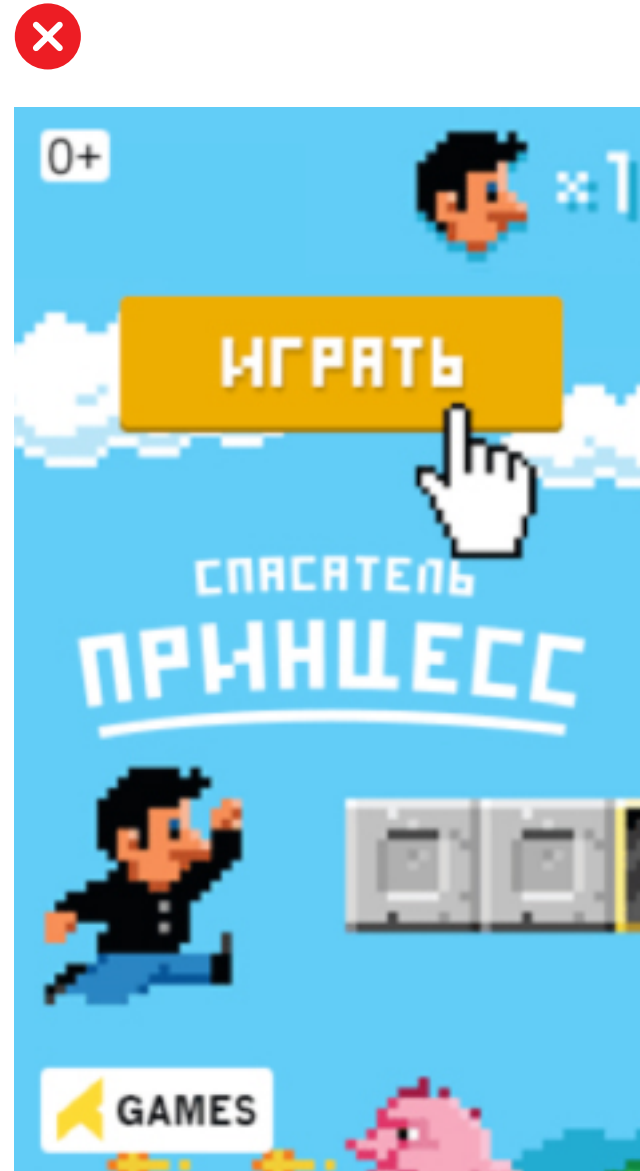
Подробнее:

[Общие требования к рекламным материалам](#), пункт 1.2.



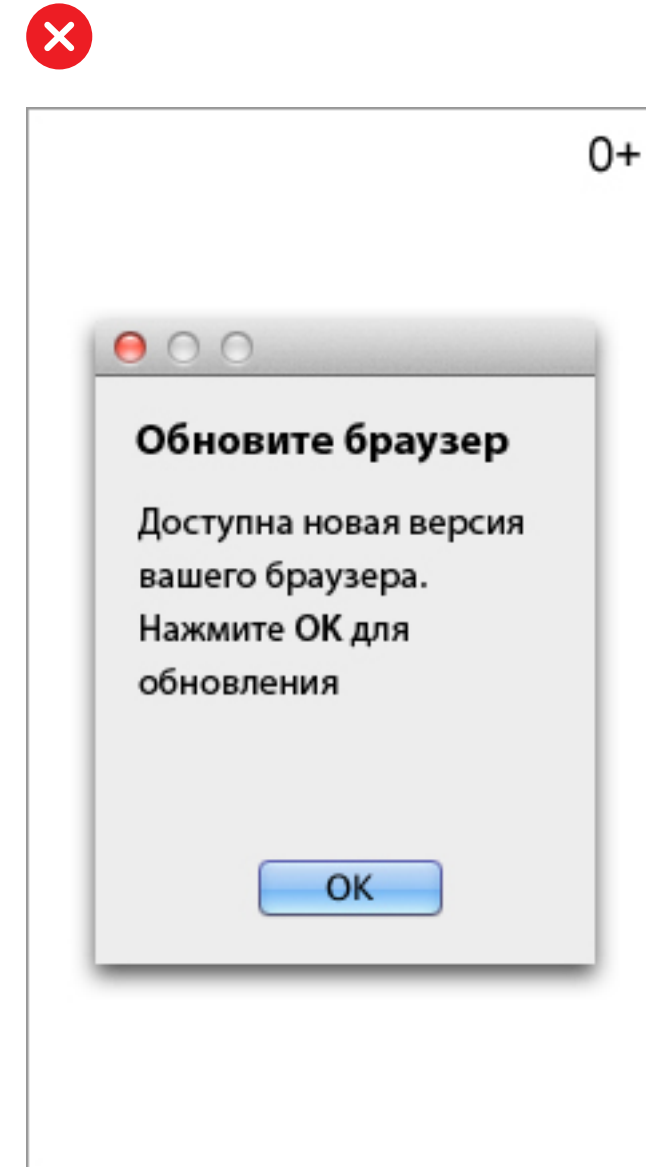
Что не так

Поисковая строка должна выполнять свою функцию — обрабатывать поисковые запросы. Здесь ввести запрос в строку нельзя, поэтому от использования этого изображения следует отказаться.



Что не так

Надпись на кнопке должна соответствовать тому действию, которое кнопка выполняет. Если при клике на «Играть» пользователь не запускает игру, а просто переходит на другой сайт — значит, надпись его обманывает. Ложный курсор тоже сбивает с толку. Его нужно убрать.



Что не так

Рекламный баннер не должен маскироваться под системное сообщение.

## 2. Тексты



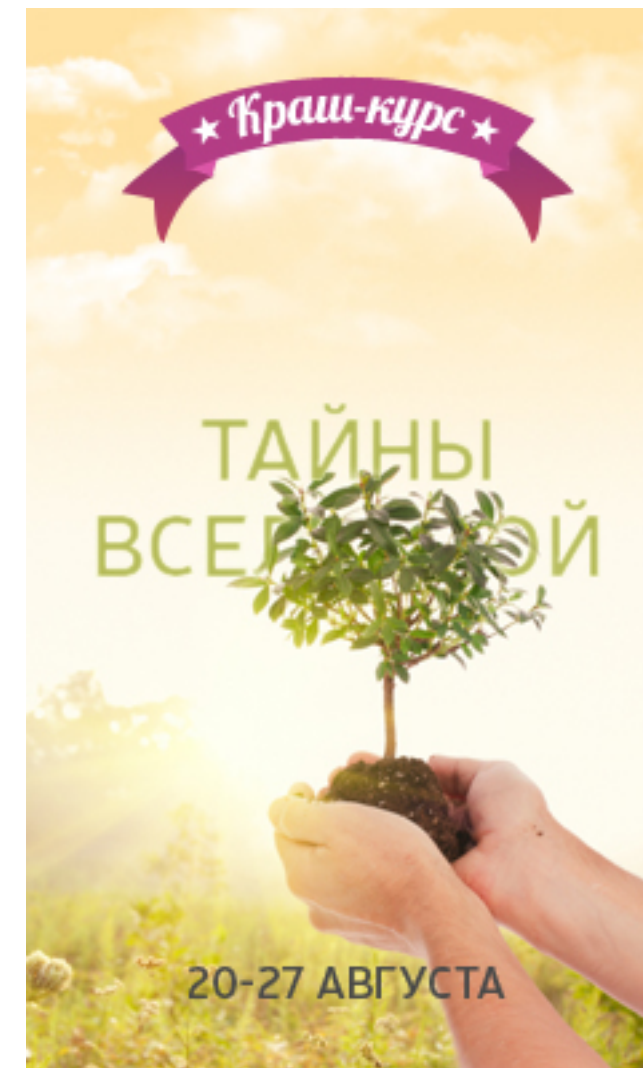
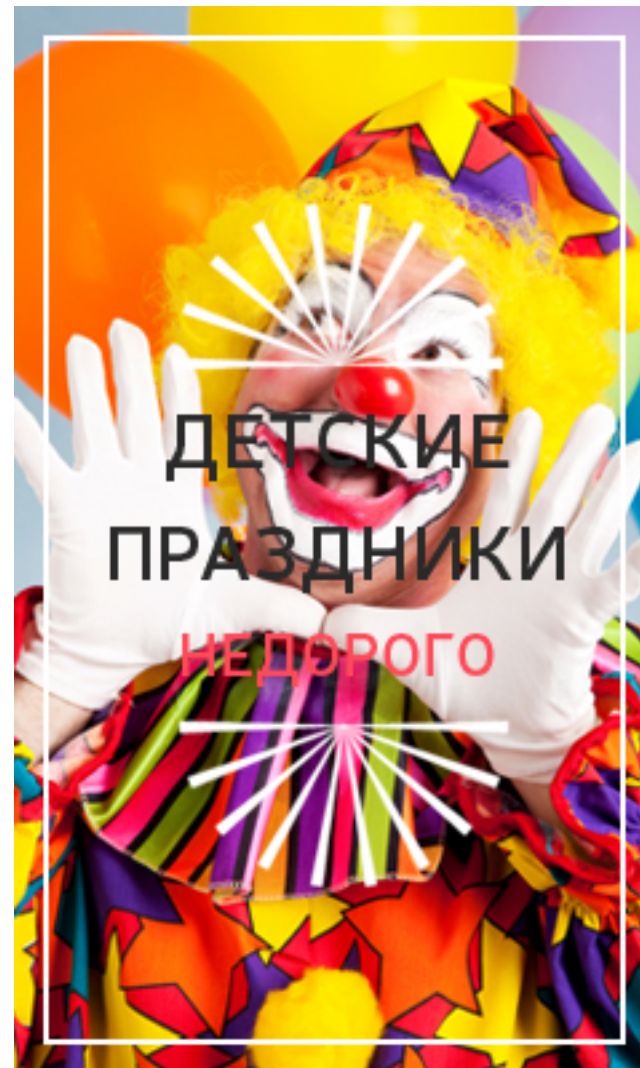
2.1. Текст должен быть контрастным и легко читаться:

- не быть слишком светлым, мелким или расплывчатым;
- не размещаться на ярком или пёстром фоне;
- не стоять под изображением или поверх него.



Что не так

Текст внизу набран слишком мелким и светлым шрифтом, так что его сложно разобрать.



Что не так

Пёстрый фон и закрывающие текст картинка мешают понять, что предлагается в рекламе.

2.2. Текст на любом иностранном языке должен сопровождаться переводом на русский.

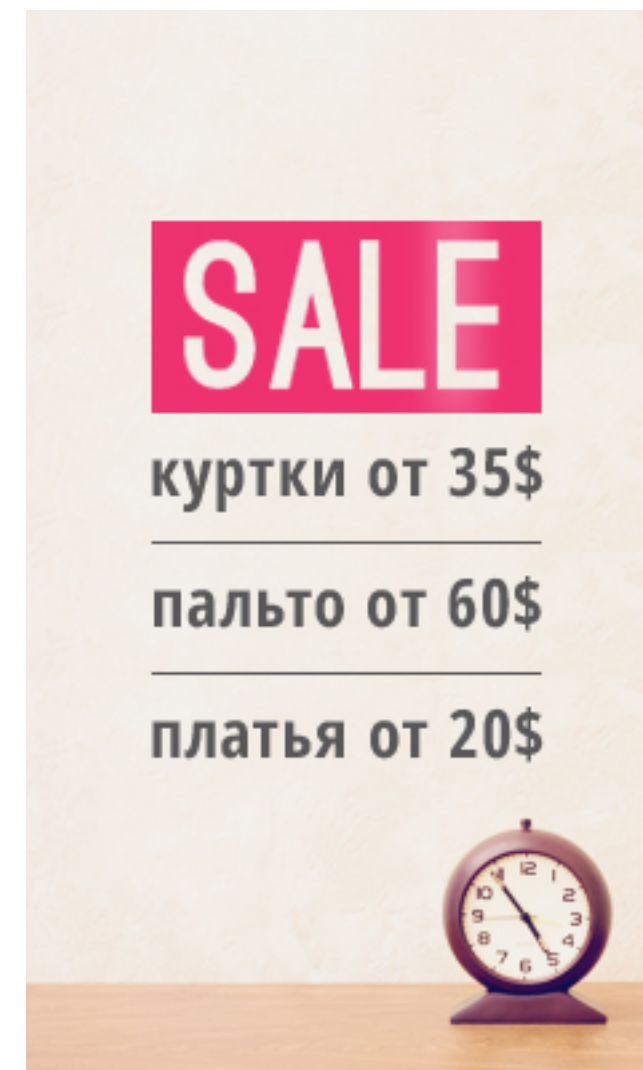
Цены должны быть указаны в рублях или с рублёвым эквивалентом.

Если баннер рекламирует распродажу, то нужно указать сроки её проведения на баннере или на странице, куда он ведёт.

Для рекламы акции или конкурса нужно указать, помимо сроков, источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам мероприятия, месте и порядке их получения. Например: *«Конкурс (акция) проходит с \_ по \_. С информацией об организаторе, правилах, количестве, сроках, месте и порядке получения призов можно ознакомиться на сайте \_\_\_\_\_».*

Подробнее:

[Общие требования к рекламным материалам](#), пункты 3.1 и 4.



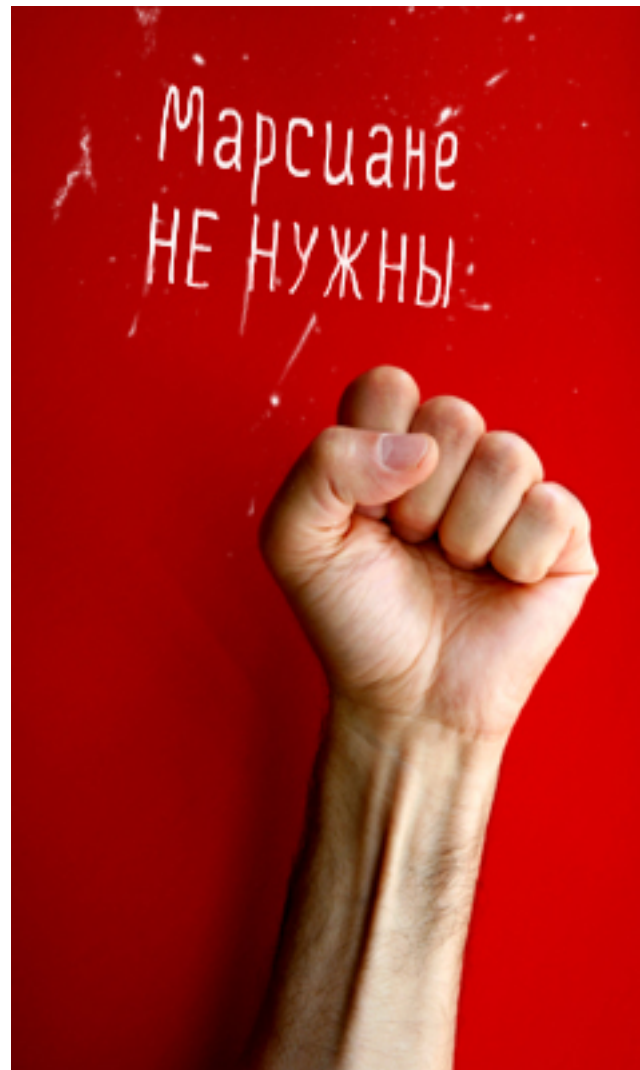
Что не так

Для слова *sale* нужно указать перевод на русский, а для цен в долларах — цены в рублях. Либо просто заменить одно на другое.

2.3. Текст не должен содержать недостоверных сведений, быть оскорбительным, побуждать к жестокости и насилию.

Подробнее:

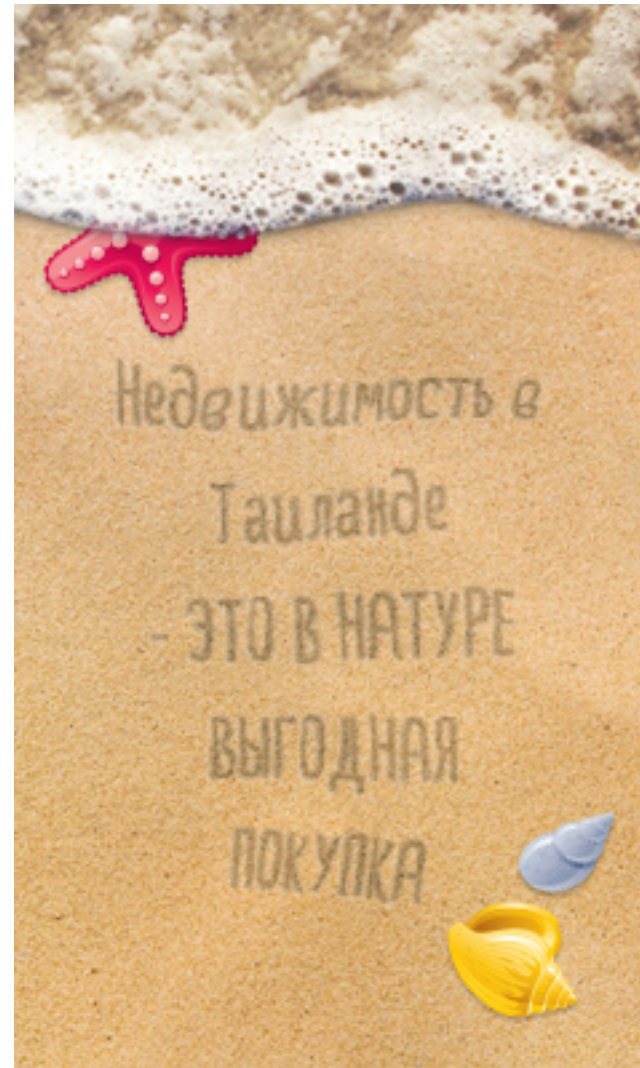
[Общие требования к рекламным материалам](#), пункты 1.1—1.3.



Что не так

Не нужно брать за основу рекламного сообщения агрессивные или попросту обидные образы и призывы — такая реклама не будет размещена. Это касается и заведомо ложных обещаний, например: «Молодость вернётся за 3 дня. Гарантия 100%».

2.4. Текст должен соответствовать нормам литературного языка. Не следует использовать сленг и ненормативную лексику.



Что не так

За рамки литературного языка, выходит, например, выражение *в натуре*.

### 3. Страница, на которую ведёт баннер

3.1. Баннер должен соответствовать содержанию той страницы, на которую он ведёт. Так, баннер с рекламой распродажи должен вести на страницу конкретной акции, а не просто на главную страницу магазина.

Подробнее:

[Общие требования к рекламным материалам](#), пункт 5.

3.2. Если баннер ведёт на страницу на иностранном языке, он должен об этом предупреждать.

Подробнее:

[Общие требования к рекламным материалам](#), пункт 3.2.



Что не так

На баннер нужно добавить предупреждение о том, что сайт — на иностранном языке. Например, как в варианте справа.

Страница, на которую ведёт баннер

16



## 4. Дополнительные юридические требования

4.1. На баннерах с рекламой товаров и услуг, подпадающих под действие закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», должна стоять возрастная метка. Это касается, например, рекламы программного обеспечения, игр, музыки, фильмов, концертов, выставок, спектаклей, шоу, теле- и радиопередач.

Подробнее о рекламе разных видов товаров и услуг: [Правила размещения рекламы на Яндексе](#).

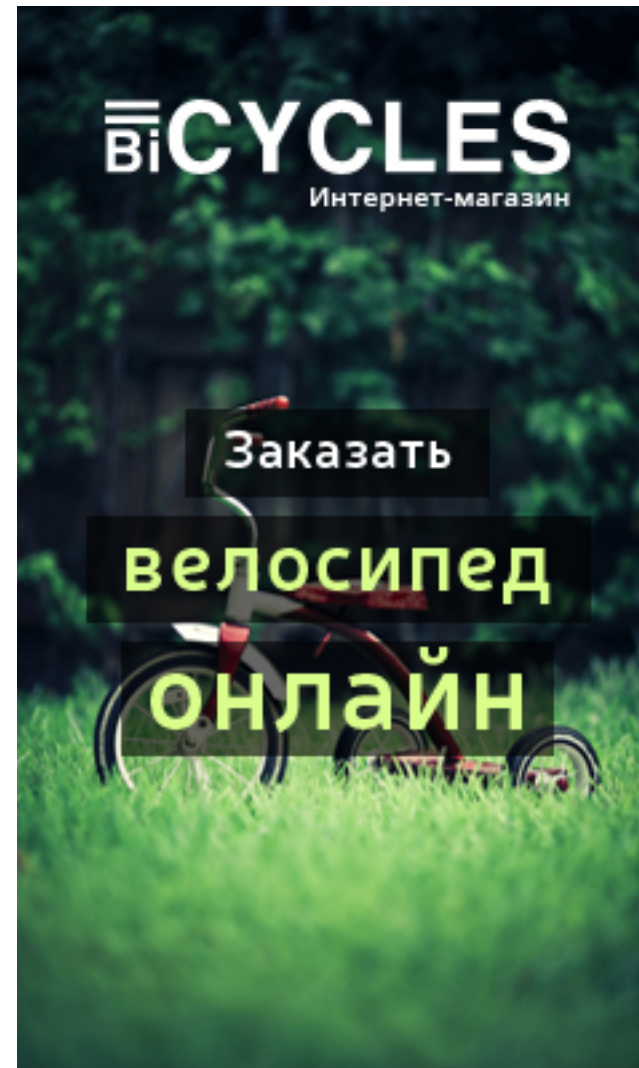


Что не так

Нужно добавить возрастную метку.  
Например, 16+.

4.2. На баннерах с рекламой интернет-магазина должны быть указаны наименование юридического лица, ОГРН и юридический адрес магазина.

Подробнее о рекламе разных видов товаров и услуг: [Правила размещения рекламы на Яндексе](#).

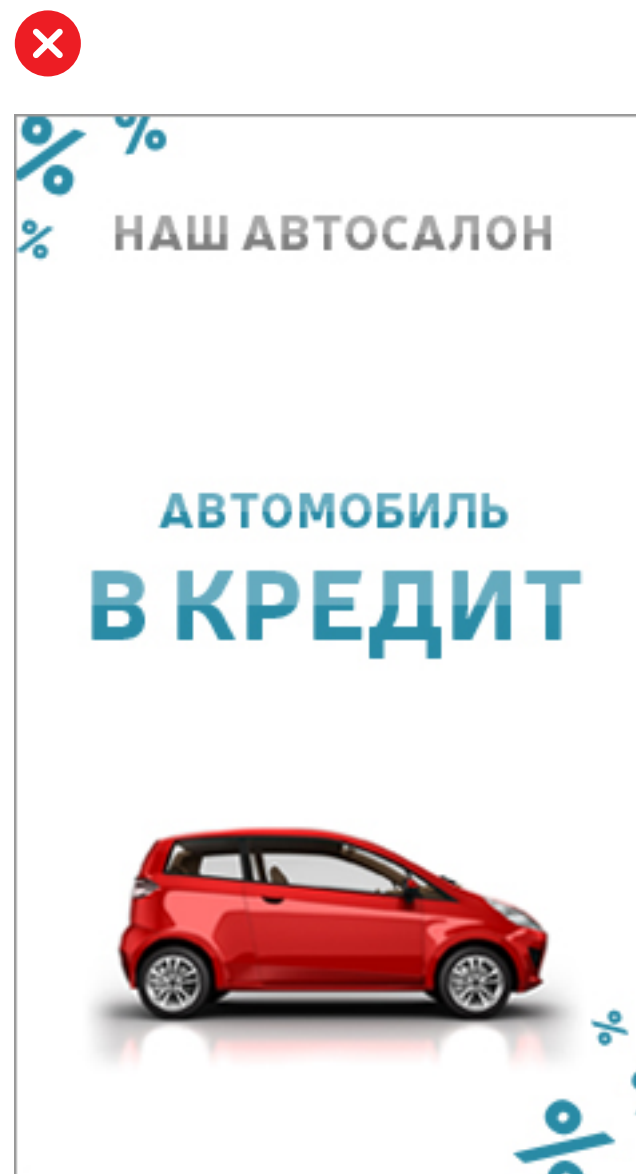


Что не так

Нужно добавить юридическую информацию о веломагазине. Например, ООО «Байк», 125252, Москва, ул. Большая, 1, ОГРН 111111111111.

4.3. На баннерах с рекламой финансовых услуг нужно указывать и выделять полужирным шрифтом наименование юридического лица, включая сведения о его организационно-правовой форме (ОПФ).

Подробнее о рекламе разных видов товаров и услуг: [Правила размещения рекламы на Яндексе.](#)



Что не так

Нужно добавить и выделить полужирным шрифтом сведения об ОПФ и официальное название автосалона и банка, который выдаёт кредит. Например, **ООО «Наш автосалон»**, **ООО «Наш банк»**.

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
2. Диссертации и научные работы
3. Школьные задания

Онлайн-консультации  
ЛЮБАЯ тематика, в том числе ТЕХНИКА  
Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -  
На сайте электронной библиотеки  
[www.учебники.информ2000.рф](http://www.учебники.информ2000.рф)

С любыми вопросами по оформлению баннеров вы всегда можете обратиться к своему персональному менеджеру в Яндексe. Он поможет разобраться во всех тонкостях и подскажет, что важно учесть при подготовке именно вашей рекламы.