

Общие требования к рекламе.....	2
1. Объект рекламирования и страница перехода.....	2
2. Требования к изображениям.....	2
3. Язык и грамотность.....	3
4. Маркировка.....	3
5. Недостоверная реклама.....	3
6. Правила площадки.....	4
7. Отсылки к органам государственной власти и гос. символы.....	4
8. Оскорбления, жестокость и нетрадиционные ценности.....	5
9. Лечебный эффект.....	5
10. Интеллектуальная собственность.....	5
Общие технические требования к оформлению баннеров.....	5
1. Рабочая область.....	5
2. Текст.....	6
3. Изображение.....	6
4. Ссылка на товары.....	6
5. Пересечение баннеров.....	7
6. Реклама в соц. сетях (посты в ВК и Одноклассники).....	7
7. Push-уведомления.....	8
8. Бренд-зона.....	9

# Общие требования к рекламе

Вайлдберриз оставляет за собой право отказать в размещении любой рекламы в случае её несоответствия настоящим общим требованиям, требованиям к отдельным категориям рекламы, рекламной политике Вайлдберриз, законодательству Российской Федерации, нормам нравственности и морали, а также в случае поступления жалобы на такую рекламу.

## 1. Объект рекламирования и страница перехода

В объявлении должен быть конкретный объект рекламирования. Должно быть понятно, что именно рекламируется.

Объект рекламирования должен соответствовать странице, на которую ведёт объявление — это может быть:

- страница внешнего сайта, если реклама внешняя
- страница с товаром, если реклама в рамках сайта

В объявлениях внутренней рекламы нельзя использовать названия, ссылки или QR-коды на сторонние сайты.

## 2. Требования к изображениям

1. Изображение должно соответствовать объекту рекламирования.
2. На изображении не должно быть объектов, которые запрещено рекламировать.
3. На изображении не должно быть образов медицинских или фармацевтических работников.
4. В изображении нельзя использовать некоторые цвета:
  - желтый в сочетании с синим
  - цвета и обозначения других маркетплейсов, например Озон, Яндекс.Маркет или Мегамаркет
  - белый фон, так как он будет сливаться с фоном сайта
  - цвета военной тематики
5. Нельзя использовать изображения заболеваний или неприятные изображения, которые могут вызвать негативные эмоции.
6. Если на изображении есть люди, то потребуется письменное подтверждение, что они согласны на использование их фотографий в объявлении. При этом указывать ФИО лиц на изображении не требуется.

### **3. Язык и грамотность**

1. Если в объявлении есть иностранные слова, то должна быть сноска с их переводом или транслитом. Это не относится к названиям брендов — их переводить не обязательно.
2. В тексте объявления не должно быть ошибок.
3. Нельзя использовать ненормативную лексику или грубые жаргонные выражения, но можно использовать профессиональный сленг.

### **4. Маркировка**

1. На объявлении должна быть пометка «реклама», а также наименование рекламодателя и его ИНН/ОГРН.
2. Текст маркировки должен быть читаемый и находится в рабочей области баннера.
3. Сведения о рекламодателе должны совпадать с данными аккаунта, с которого загружен баннер, или с данными на странице перехода при внешней рекламе.

### **5. Недостоверная реклама**

1. Если в объявлении указано на превосходство, например словами «лучший», «первый», «номер один», «самый», «единственный», то должен быть указать конкретный критерий сравнения, у которого есть объективное подтверждение.
2. В объявлении не должно быть сравнения с конкурентами.
3. Если в объявлении есть фразы «хиты года» или «бестселлеры», то должно быть пояснение или сноска «\*в ассортименте продавца/бренда».
4. Если в объявлении указано на особые свойства товара, состав, способ и дату изготовления, назначение, место происхождения, наличие сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроки службы, сроки годности, то на странице перехода информация должна соответствовать и потребуется подтверждение этих свойств.
5. Нельзя указывать, что объект рекламирования продаётся «по себестоимости». Вместо этого можно использовать формулировку «по выгодным ценам», если в объявлении заявлена скидка.
6. Недопустимы фразы со спекуляцией на курсах валют.

7. Если в объявлении указано на дипломы, медали, рекомендации физических или юридических лиц, результаты исследований или испытаний, то потребуются подтверждающие документы.
8. Нельзя указывать на гарантию, в том числе гарантию на товар.
9. При указании в объявлении периода скидок или акций, период должен совпадать с периодом рекламной кампании.
10. Цены и скидки в объявлении должны соответствовать действительности без учета скидки WB, и сформулированы в формате ОТ/ДО. Обратите внимание, что цены в разных регионах могут отличаться.

## **6. Правила площадки**

1. Формулировки «Уже на Wildberries» или «Эксклюзивно на Wildberries» можно использовать, только если это действительно так.
2. Нельзя использовать формулировки «проверено Вайлдберриз», «рекомендовано Вайлдберриз» и подобные.
3. Не допускаются тексты с призывами оставить отзыв на товар за вознаграждение.
4. При внутренней рекламе не допускается указывать названия сайтов, ссылки на соц.сети и мессенджеры, QR-коды, информацию про магазины вне площадки, адреса и телефоны.
5. При внешней рекламе допускается указывать названия сайтов, ссылки на соц.сети и мессенджеры, QR-коды, информацию про магазины вне площадки, адреса и телефоны. Нельзя указывать на запрещенные в РФ организации.

## **7. Отсылки к органам государственной власти и гос. символы**

1. Нельзя указывать, что объект рекламирования одобрен органами государственной власти, местного самоуправления или их должностными лицами.
2. Государственные символы РФ и других государств можно использовать, только если есть документы, которые подтверждают право на использование.
3. Не допускается использование символов международных организаций, в том числе Олимпийского Комитета, Комитета Красного Креста и других.

## **8. Оскорбления, жестокость и нетрадиционные ценности**

1. Не допускается реклама, которая пропагандирует нетрадиционные ценности, педофилию, смену пола, в том числе изображения радуги.
2. Не допускаются оскорбительные сравнения, выражения, образы в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.
3. Не допускаются выражения, призывающие к жестокости, насилию и совершению противоправных действий.

## **9. Лечебный эффект**

Не допускается указание на лечебные свойства за исключением рекламы лекарств, медицинских изделий и медицинских услуг как в самом объявлении, так и на странице перехода.

## **10. Интеллектуальная собственность**

Если в объявлении или на странице перехода используются известные бренды или персонажи, то потребуется письменное согласие от правообладателя на использование товарных знаков или произведений с печатью и подписью уполномоченного лица. В согласии должно быть прямо указано на использование товарных знаков или произведений в рекламе или как минимум их использование на товарах.

## **Общие технические требования к оформлению баннеров**

### **1. Рабочая область**

Рабочая область не должна обрезать данные о рекламодателе, тексты, картинку, логотип — всё, что может отражать объект рекламирования.

На баннере для Главной страницы, данные о рекламодателе не должны попадать на полосу прокрутки слайдера.

## **2. Текст**

Минимальный размер шрифта – 11px, но для баннера на Главной странице — 14px.

Тексты на баннере нужно размещать с отступом от границ рабочей области.

## **3. Изображение**

Изображения должны быть четкими и контрастными.

На сайте углы всех баннеров скругляются – 16px.

Нужно загружать баннеры всех указанных в кабинете размеров.

## **4. Ссылка на товары**

Для баннеров на Главной странице минимальное количество товаров по ссылке — 15 шт. Для других разделов — любое количество товаров по ссылке.

У подборки должно быть корректное название, оно отражается для всех покупателей на сайте. Рекомендуем указывать название подборки близкое к тематике рекламной кампании.

Должно быть корректное название в блоке «Альтернативный текст» — оно отображается, когда пользователь наводит курсор на баннер.

В объявлении на Главной странице и в разделе Акции нельзя использовать ссылку на страницу продавца — раздел «[wildberries.ru/seller/](http://wildberries.ru/seller/)».

Не допускаются ссылки с якорем # в конце ссылки.

Не допускаются ссылки через каталог.

## 5. Пересечение баннеров

Нельзя одновременно размещать одинаковые баннеры с одинаковым ассортиментом в разных блоках одного раздела.

На Главной странице можно одновременно разместить баннер в блоках 2-10 и баннер в блоках 11-19, а также баннер в разделе «Распродажа», когда он доступен, но оформление баннера и товары, изображённые на нем, должны отличаться.

## 6. Реклама в соц. сетях (посты в ВК и Одноклассники)

Требования к постам в соц.сетях совпадают с требованиями к баннерам:

- текст должен быть грамотным
- объявление не должно нарушать требования Вайлдберриз к рекламным материалам или нарушать закон
- должен быть объект рекламирования
- требуются документы для определенных тематик

Также учитывается актуальность, сезонность и тематика рекламирования.

### Дополнительные требования:

1. Размеры и количество фото	<ul style="list-style-type: none"><li>• Размер изображения — до 5 МБ</li><li>• Формат — jpeg или png</li></ul> <p><b>ВК:</b> 1 прямоугольная картинка-баннер с соотношением сторон 3:2 (например, 1000x700px), либо 2 или 6 картинок (например, из карточек товаров, если они качественные и не на белом фоне).</p> <p><b>ОК:</b> 1 картинка-баннер 1080x1080px.</p>
2. Стиль изображений	<p>В изображение должны быть гармоничные цвета и оттенки, которые сочетаются друг с другом. Может быть яркий фон или фон, который подходит к дизайну изображения. Рекомендуем не перегружать изображение деталями.</p> <p>Если на баннере есть текст, то используйте современные шрифты и</p>

	цвет, который сочетается с изображением.
3. Текст поста	<p>Текст должен быть кратким, ёмким, лаконичным. Рекомендуем использовать не больше 4–5 предложений. В нём должна отражаться необходимая информация о товаре или бренде.</p> <p>В тексте не должно быть орфографических и грамматических ошибок.</p> <p>Ссылка должна быть без UTM-меток и вести на товар или ассортимент бренда.</p>
4. Маркировка (юр.данные, пометка «Реклама», ЕРИД)	Маркировка автоматически добавляется в текст поста.

## 7. Push-уведомления

Требования к push-уведомлениям совпадают с требованиями к баннерам:

- текст должен быть грамотным
- объявление не должно нарушать требования Вайлдберриз к рекламным материалам или нарушать закон
- должен быть объект рекламирования
- требуются документы для определенных тематик

### Дополнительные требования:

1. Пуш уведомления не маркируются	
2. Количество символов	Заголовок до 25 символов с пробелами и эмодзи, текст — до 60 символов.
3. Баннер	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Размер — 500x350px</li> <li>• Формат — jpeg</li> </ul>
4. Таргетинг	Условия таргетинга нужно согласовать с менеджером.

### Общие правила:

- Для одного бренда можно забронировать не больше 1 Push-уведомления в месяц.
- Чтобы забронировать Push-уведомления для разных брендов, создайте для каждого отдельную кампанию.
- Чтобы рассылка была эффективна, представьте широкий ассортимент в рамках вашей категории товара. В подборке должно быть не меньше 15 товаров.
- Добавляйте в уведомление информацию о вашем промо-предложении или уникальном предложении.
- В акциях не обязательно указывать точную величину скидки. Например, можно написать «Купить со скидкой» или «Суперскидки».
- Через Push-уведомления можно продвигать новые товары.

## 8. Бренд-зона

Требования к бренд-зоне совпадают с требованиями к рекламным баннерам, которые описаны выше:

- текст должен быть грамотным
- баннер не должен нарушать требования Вайлдберриз к рекламным материалам или нарушать закон
- должен быть объект рекламирования
- требуются документы для определенных тематик

### Дополнительные требования:

1. Бренд-зона не маркируется	
2. Размеры баннеров в версии для компьютеров	Главный баннер: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1920x400px</li> <li>• 1440x400px</li> <li>• 1148x400px</li> </ul> Нижние баннеры: 537x350px
3. Размеры баннеров в версии для мобильных	Главный баннер: 720x400px Нижние баннеры: 336x228px
4. Для информационных разделов ширина баннеров не более 1000px	
5. Формат — jpeg, вес — до 200Кб	

Ссылка с баннера может вести на:

- страницу карточки товара
- каталог, сформированный по поиску
- подборки акции
- сформированные товары по фильтрам и свойствам в пределах бренда
- страницу другого бренда поставщика