

Specyfikacja techniczna formatów reklamowych

 adrino



SPIS TREŚCI

WARUNKI OGÓLNE EMISJI.	3
FORMATY REKLAMOWE.	4
1. Formaty typu standard	4
2. Formaty premium	4
<i>a. Commercial Break desktop</i>	<i>5</i>
<i>b. Commercial Break FullPage</i>	<i>5</i>
<i>c. Commercial Break FullPage Premium</i>	<i>5</i>
<i>d. Commercial Break mobile</i>	<i>5</i>
<i>e. Commercial Break Premium mobile</i>	<i>5</i>
<i>f. Belka sticky desktop</i>	<i>6</i>
<i>g. Belka sticky mobile</i>	<i>6</i>
<i>h. Screening</i>	<i>6</i>
<i>i. Understitial</i>	<i>6</i>
<i>j. Understitial Premium</i>	<i>6</i>
3. Formaty native	7
4. Formaty video	7
<i>a. Video native</i>	<i>7</i>
<i>b. Video pre-roll</i>	<i>7</i>
5. Mailingi	8



WARUNKI OGÓLNE EMISJI

1. Ogólne wymagania HTML5 dla kreacji emitowanych w Google Ad Manager (GAM) dostępne pod adresem:

https://support.google.com/dfp_premium/answer/7046799?hl=pl&ref_topic=7041998

Więcej na temat sposobu wyjść z kreacji można przeczytać tutaj:

<https://support.google.com/displayvideo/answer/7128959?hl=pl>

2. Kody zliczające third party (odsłony) klienta powinny być dostarczone w postaci pikseli (link html). Możliwość dodawania skryptów emisyjnych do kreacji jpg/gif/png czy html5 po wcześniejszym uzgodnieniu

3. Z uwagi na fakt, że kreację html5 mają różną strukturę należy przekazać je przynajmniej **dzień przed planowaną emisją** w celu ich sprawdzenia i wprowadzenia ewentualnych zmian.

FORMATY REKLAMOWE

1. **Formaty typu standard** to nieinwazyjne (płaskie formaty) reklamowe, emitowane w ramach ściśle określonego placementu.

Format	Rozmiar	Waga jpg/png/gif	Waga HTML5
Billboard	750x100	60kb	150kb
DoubleBillboard	750x200	60kb	150kb
TrippleBillboard	750x300	60kb	150kb
Wide Billboard	970x250	60kb	150kb
Rectangle standard	300x250	50kb	150kb
Rectangle Wide	336x280	50kb	150kb
Rectangle MAX	360x280	50kb	150kb
HalfPage	300x600	80kb	150kb
SkyScraper	160x600	50kb	150kb
Belka Mobile	320x50	50kb	150kb

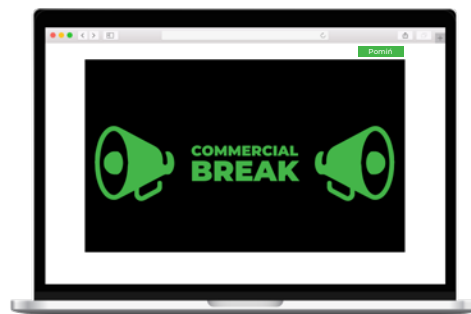
2. Formaty premium

Format	Rozmiar	Waga jpg/png/gif max.	Waga HTML5 max.
Commercial Break Desktop	750x400	60kb	150kb
Commercial Break FullPage	920x850/1366x605 1920x1080 px	150kb	300kb
Commercial Break Fullpage Premium	1920x850/1366x605 1920x1080 px	-	1,6MB
Commercial Break Mobile	300x600	60kb	150-200 kb HalfPage
Commercial Break Premium Mobile	300x600 px/330x600px 600x1200 px	150kb	1,2-1,5 MB FullPage 600-750 kb HalfPage
Belka Sticky Desktop	970x90/750x100/728x90	60kb	150kb
Belka Sticky Mobile	320x50/360x50/320x100 360x100	60kb	150kb
Screening	750/970x200 + tapeta 1920x1080 / 1600x900	150kb	300kb
Understital	300x600	60kb	150kb
Understital Premium	300x600	-	1MB

a. Commercial Break desktop

/ reklama pojawiająca się na dedykowanej podstronie lub dedykowanym layerze. Po ustalonym czasie, lub po kliknięciu w odpowiedni link, użytkownik jest przekierowywany na właściwą stronę serwisu.

Wymiar: 750x400 px
Format: jpg/png/gif lub html5
Waga: do 60kB dla jpg/png/gif, 150kB dla html5



b. Commercial Break FullPage

/ pełnoekranowa wersja Commercial Break.

Wymiar: 1920x850/1366x605/1920x1080 px
Format: jpg/png/gif lub html5

Waga: do 150kB dla jpg/png/gif, 300kB dla html5



c. Commercial Break FullPage Premium

/ bardziej rozbudowana wersja Commercial Breaka FullPage, umożliwiająca zaszyście różnego rodzaju akcji, czy animacji.

Wymiar: 1920x850/1366x605/1920x1080 px
Format: html5
Waga: do 1,6 MB



d. Commercial Break mobile

/ Wymiar: 300x600 px/330x600px
Format: jpg/png/gif lub html5
Waga: 60kb dla jpg/png/gif, 300-400 kb FullPage / 150-200kb HalfPage dla html5



e. Commercial Break Premium mobile

/ Wymiar: 300x600 px/330x600px/600x1200 px
Format: jpg/png/gif lub html5
Waga: 150kb dla jpg/png/gif, max 1,2-1,5 mb FullPage /600-750kb HalfPage dla html5



Uwaga: do każdej kreacji html5 powinna być przygotowana zaślepka w postaci kreacji statycznej, emisja zaślepki nie wyniesie więcej niż 10% potencjału kampanii.

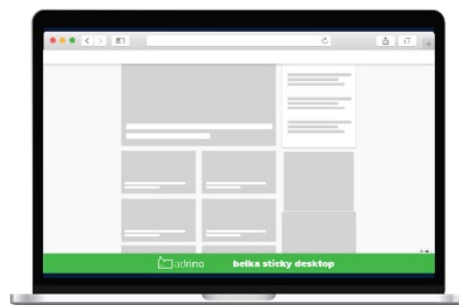
f. Belka sticky desktop

/ forma reklamowa przyklejona do dolnej krawędzi ekranu.

Rozmiar: 970x90, 750x100, 728x90

Waga jpg/png/gif: 60kb

Waga html5: 150kb



g. Belka sticky mobile

/ forma reklamowa przyklejona do dolnej krawędzi ekranu.

Rozmiar: 320x50, 360x50, 320x100, 360x100

Waga jpg/png/gif: 60kb

Waga html5: 150kb



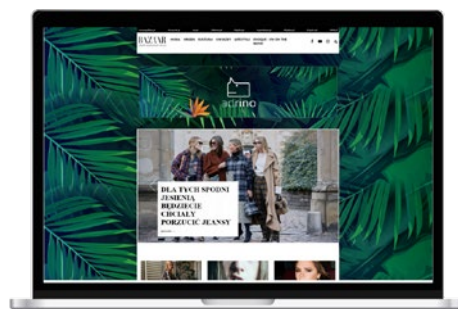
h. Screening

/ połączenie górnego (billboardowego) formatu z klikalną tapetą. Istnieje również możliwość osadzenia w górnym formacie materiału video (html5 z zasobem video).

Rozmiar: 750/970x200 + tapeta 1920x1080 / 1600x900

Waga jpg/png/gif: 150 kb

Waga html5: 300 kb



i. Understitial

/ Nieinwazyjny pełnoekranowy format reklamowy umieszczony pod treścią strony. Użytkownik poprzez scrollowanie contentu stopniowo odkrywa kreacje, zapoznając się z przekazem reklamowym.

Wymiar: 300x600 px

Format:jpg/png/gif lub html5

Waga: do 60kB dla jpg/png/gif, 150kB dla html5



i. Understitial Premium

/ Wersja rich mediowa formy understitial.

Wymiar: 300x600 px

Format:html5

Waga: do 1MB



Uwaga: do każdej kreacji html5 powinna być przygotowana zaślepka w postaci kreacji statycznej, emisja zaślepki nie wyniesie więcej niż 10% potencjału kampanii.

3. Formaty native

Natywny format reklamowy prezentowany w bok-sach "Czytaj także" na stronach czołowych polskich wydawców. Emitowany w bezpośrednim otoczeniu rekomendacji redakcyjnych. Wyświetlana jest w serwisach partnerskich sieci content marketingowej Adrino Native.

Reklama graficzno-tekstowa.

Uwaga:

Format natywny nie może zawierać: logo, button'u (call to action), produktu oraz ceny.

Tytuł: 60 znaków.

Adres www: 35 znaków.

Wymiary grafik: 240x120px, 300x150px i 300x200px, 1000x600px, 600x400px, 1200x627px

Format: jpg, png, gif.

Maksymalna wielkość pliku: 50kb.

4. Formaty video

Format	Rozmiar	Waga	Czas
Video Native	VAST / MP4	10mb	6, 15, 30 sekund
Video Pre-roll	MPEG4 / WEBM	10mb	max 30 sekund

a) Video native

Format kompatybilny z materiałami wykorzystywanymi na YouTube i Facebook.

Max Video File Size: 10MB.

Recommended Minimum Bit Rate: 2500kbps.

Recommended Minimum Size: 1280x720px.

File Types: x-flv, mp4, webm, x-ms-wmv, ogg, x-msvideo, mpeg, quicktime, 3gpp, 3gpp2, x-m4v, mov.

b) Video pre-roll

Najczęściej tego typu reklamy pojawiają się na początku filmu, który na danej stronie chciałby obejrzeć internauta. Odtwarzanie reklamy wideo przed materiałami redakcyjnymi, serialami bądź filmami.

Format: MPEG4/WEBM

Waga: 10mb

Czas: max 30 sekund

5. Mailingi

- a) Wstępne informacje;
Plik HTML powinien poprawnie wyświetlać się w przeglądarce jako strona internetowa. Razem z materiałami do mailingu (plik HTML, pliki graficzne, teksty) należy dodać plik z danymi do wysyłki: nadawca, adres zwrotny, temat, stopka.
- Kod HTML zgodny ze standardami W3C.
 - Nazwa pliku z kreacją HTML - index.html.
 - Kreacja (plik HTML oraz obrazki) spakowana do archiwum z rozszerzeniem .zip.
 - Optymalna waga: 55 kb.
 - Nie należy stosować obrazków jako tła.
 - W kreacjach nie należy stosować znaczników `<area>` `</area>` opisujących powierzchnię na obrazku w którą można kliknąć.
 - Podlinkować należy cały obrazek, lub podzielić cały obrazek na części (umieszczone w osobnych komórkach i rzędach) i podlinkować tylko te, które chcemy aby były klikalne.
 - Nie stosuje się: margin, padding, colspan, rowspan, float, skryptów.

b) Elementy mailingu

Layout

- Kreacja powinna być zaprojektowana przy użyciu tabel, wierszy oraz komórek. Do tworzenia kreacji mailingowych nie należy stosować znaczników `<div>` `</div>`.
- Atrybuty float, position i margin powinny być zastąpione poprawnym kodowaniem za pomocą tabel, wierszy oraz komórek.
- Szablon HTML powinien być zakodowany przy życiu kodowania UTF-8. Poniżej przykładowy znacznik `<meta>` zawierający niezbędne atrybuty wraz z wartościami w tym kodowanie UTF-8:
`<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8"/>`
- Tabele powinny mieć następujący zestaw atrybutów:
`<table border="0" cellpadding="0" cellspacing="0">`
- Kreacja powinna mieć opisane szerokości i wysokości, bez wykorzystania wartości wyrażanych w procentach. Szablon może mieć maksymalnie 600 px szerokości.

- Wszelkie style powinny być zawarte w stylach inline - bezpośrednio w znacznikach np.: `<table style="...">`, `<td style="...">`, etc. Styli w sekcji `<head>` `</head>` można użyć tylko wtedy, jeśli chce się dodać obsługę media queries.
- Pusty `<td>` albo `
` lepiej kodować przez blank.gif o szerokości 1px i wysokości 1px. Np.:
`<td width="20"></td>`
- Kolory kodujemy pełnymi nazwami #xxxxxx. Nie należy stosować skrótów #xxx.

Tekst

- Należy używać bezpiecznych fontów: Georgia, serif; Times New Roman, Times, serif; Arial, sans-serif; Helvetica, sans-serif; Tahoma, sans-serif; Verdana, sans-serif;
- Stylowanie tekstu powinno być opisane w najbliższym elemencie `<td>`, a sam tekst powinien znajdować się między znacznikami `` ``.
- Nie należy stosować znaczników: `<p>` ani `<h1>`.
- Należy zawsze definiować kolor, wielkość i rodzaj kroju pisma (fontu).

Obrazy

- Obrazki powinny mieć zdefiniowaną stałą wysokość i szerokość oraz zawierać ostylowanie:
`style="border:none; display:block; line-height:0;"`
``
- Obrazki powinny mieć rozszerzenie: .gif, .png lub .jpg oraz być opisane przy pomocy atrybutów `alt="..."` i `title="..."`.
- Dla komórki td, która zawiera pocięty obrazek, należy ustawić w stylach atrybut `line-height: 0;` oraz `width`.

Linki

- Do linków powinno się dodać atrybut: `title="..."` oraz `target="_blank"`.