

BusinessClick – Specyfikacja kreacji reklamowych

Spis treści:

1. Kreacje tekstowe
2. Grafiki do kreacji tekstowych
3. Kreacje display
4. Kreacje video
5. Mobile
6. inContext
7. Słowa kluczowe
8. Przygotowanie kampanii
9. Dobre praktyki i warunki emisji
10. Mailing

1. Kreacje tekstowe

Zalecamy przygotowanie minimum 10-ciu tekstów reklamowych.

Teksty reklamowe powinny się składać z:

- Linki tekstowe - tytułu (max. 30 znaków) oraz treści (max. 70 znaków)
- Reklama natywna - samego opisu (max. 50 znaków)

Kreacje tekstowe emitowane w sieci BusinessClick występują samodzielnie lub wraz z przypisanymi im kreacjami graficznymi.

2. Grafiki do kreacji tekstowych

Do reklam tekstowo-graficznych niezbędne jest przygotowanie kreacji 58x58px oraz 200x100px.

Na potrzeby emisji reklamy natywnej niezbędne jest dostarczenie kreacji 350x216px oraz 140x100px.

Kreacje natywne na potrzeby emisyjne są często skalowane do mniejszych rozmiarów dlatego należy wziąć pod uwagę czytelność grafiki – zawartego przekazu.

Wyżej wymienione kreacje występują zawsze łącznie z odpowiadającym linkiem tekstowym.

Kreacje nie powinny zawierać tekstu ani dublować przekazu linku tekstowego.

Należy dostarczyć minimum 3 grafiki każdego rozmiaru.

Grafiki nie mogą ograniczać się do logotypu klienta

Akceptowane formaty: .jpg, .png, .gif.

Maksymalna waga pliku graficznego: 20KB.

BusinessClick – Specyfikacja kreacji reklamowych

3. Kreacje display

BusinessClick ma możliwość emisji kreacji statycznych oraz html. Do kreacji html niezbędne jest dostarczenie zaślepek statycznych.

Realizujemy kampanie stosując następujące formaty:

- rectangle (300x250px)
- billboard (728x90px)

Istnieje możliwość wykorzystania dodatkowych formatów:

- 750x100px
- 750x200px
- 336x280px
- 120x600px
- 160x600px

System BusinessClick dostosowuje samodzielnie rozmiar kreacji do dostępnej powierzchni emisyjnej.

Kreacje statyczne

Akceptowane formaty: .jpg, .png, .gif.

Maksymalna waga pliku graficznego: 30KB.

Kreacje HTML5 mogą zawierać:

- HTML
- skrypt javascript
- arkusze stylów (css)
- Grafiki (jpeg, gif, png)

Maksymalny rozmiar kreacji rozumiany jako łączny rozmiar HTML'a, javascript, css i grafik: 60kB.

Kreacja powinna poprawnie funkcjonować dla protokołu standardowego (http) i szyfrowanego (https). Odnosi się do wszystkich elementów ładowanych przez kreację – skryptów, grafik i filmów.

Kreacja musi mieć możliwość dołączenia zewnętrznego kodu , który umożliwi zliczanie kliknięć w systemie BusinessClick. Do tego celu przeznaczone są dwa makra [CLICK_URL] dla kodów niewymagających kodowania html i [CLICK_URL_ENCODED] dla kodów wymagających kodowania html.

BusinessClick – Specyfikacja kreacji reklamowych

Przykład:

Kreacja flash przekonwertowana za pomocą swiffy do formatu html5 musi mieć obsługę clickTag. Można to zrobić używając metody `stage.setFlashVars()` czyli:

```
<script>
    var stage = new swiffy.Stage(document.getElementById('swiffycontainer'),
        swiffyobject, { });
    stage.setFlashVars("clickTag=[CLICK_URL_ENCODED]");
    stage.start();
</script>
```

W samej kreacji flash nie powinno być zaszytych URL'i oraz powinien być zamieszczony clickTag:

```
on (release) {
    getURL(_root.clickTag, '_blank');
}
```

W przypadku stosowania zewnętrznych skryptów, Businessclick.com zastrzega sobie do dwóch dni na certyfikację i testy.

4. Video:

Maksymalny rozmiar plików video (mp4, webm): 1.5MB.

Maksymalna długość spotu video: 30 sekund.

Rozmiar materiału video: 300x250px

Odtwarzanie dźwięku jest dozwolone dopiero po najechaniu (desktop) lub tapnięciu użytkownika (mobile).

W celu dotarcia do jak najszerszej grupy odbiorców pliki video powinny być dostarczane w obu formatach mp4 i webm.

Do kreacji video niezbędne jest dostarczenie zaślepek statycznych.

Możliwa jest łączna emisja video wraz ze statyczną belką reklamową. Ważne aby łączny rozmiar video i belki reklamowej wynosił 300x250px. Np. w przypadku gdy spot video ma wymiary 300x168 (format 16:9) możliwe jest dołączenie statycznego pliku graficznego (.jpg, .png, .gif.) o wymiarze 300x82px. Taka belka graficzna może być emitowana pod lub nad playerem video.

BusinessClick – Specyfikacja kreacji reklamowych

5. Mobile

Na potrzeby emisji na urządzeniach mobilnych wykorzystywane są wcześniej wymienione formaty.

- link tekstowy - tytułu (max. 30 znaków) oraz treści (max. 70 znaków)
- link tekstowo-graficzny – link tekstowy wraz z grafiką 58x58px oraz 200x100px w formacie .jpg, .png, .gif.
- display 300x250px – grafika statyczna lub kreacja HTML5

6. inContext

Emisja inContext polega na wyświetleniu na warstwie dymku reklamowego z przekazem reklamowym. Zawartość dymka opiera się na standardowych formatach reklamowych

- link tekstowo-graficzny (link tekstowy wraz z grafiką 58x58px oraz 200x100px w formacie .jpg, .png, .gif.)
- display 300x250px – grafika statyczna lub kreacja HTML5
- video

7. Słowa kluczowe

Na potrzeby emisji należy przygotować listę słów kluczowych wspierających kontekstową emisję reklam.

- słowa kluczowe - liczba bez ograniczeń, wyłącznie pojedyncze słowa (bez fraz), w podstawowej formie, bez odmian (działa system fleksji)
- negatywne słowa kluczowe – bez ograniczeń, pojedyncze słowa
- słowa kluczowe inContext – maksymalnie 100 słów, tylko pojedyncze wyrazy, bez powtórzeń, bez odmian. Zakaz używania nazw własnych i słów mogących stanowić nieuczciwą konkurencję (np. w kampanii Nissana, słowo Audi). Warto aby słowa IC zawierały słowa występujące w danym nagłówku i tekście reklamowym, czyli należy przygotować oddzielny zestaw słów dla każdego tekstu.

BusinessClick – Specyfikacja kreacji reklamowych

8. Przygotowanie kampanii

Materiały do kampanii należy przygotować w udostępnionym przez nas szablonie pliku .xls.

Pliki graficzne powinny być jasno przyporządkowane do kreacji tekstowych i url-i.

Do każdej reklamy musi być przyporządkowany konkretny adres url.

System ma możliwość podpięcia kodów odsłon.

Do kreacji video możliwe jest podpięcie kodów ćwiartek.

9. Dobre praktyki i warunki emisji

- Teksty reklam powinny intrygować i zachęcać użytkowników do zapoznania się z ofertą

- W tekście reklamy nie może być zawarta cała informacja o produkcie czy usłudze

- Korzystne jest stosowanie w tekstach fraz call-to-action, np.: *Sprawdź, Kliknij, Dowiedz się więcej, Zobacz*

10. Mailing

- Format: plik tekstowy lub HTML (z elementami graficznymi)

- Tryb kodowania: ISO-8859-2

- Waga podstawowa: 50 KB

Dane do wysyłki mailingu

- nadawca,
- adres e-mail zwrotny,
- adres korespondencyjny nadawcy do stopki,
- tytuł mailingu,
- adresy do testów

Materiały nie mogą zawierać mylących, fałszywych lub zwodniczych informacji w polu nadawca, tytule jak również w samej treści mailingu.

Pole "nadawca" musi w jednoznaczny sposób określać podmiot, który przesyła informację handlową. W tym miejscu musi pojawić się nazwa firmy.

Tytuł mailingu nie może wprowadzać odbiorcy w błąd co do zawartości oraz intencji przekazu; w szczególności nie może zawierać wyrażen sugerujących zwykłą korespondencję z użytkownikiem (np. RE, FW itp.).

BusinessClick – Specyfikacja kreacji reklamowych

Informacje do stopki mailingu

- gdy podmiot jest spółką handlową, stowarzyszeniem, fundacją:

Firma (nazwa), siedziba i adres, NIP, wysokość kapitału zakładowego oraz informacja o jego pokryciu (tylko Spółki), nazwa sądu rejestrowego, nr w Krajowym Rejestrze Sądowym.

- gdy podmiot jest spółką cywilną:

Imiona i nazwiska wspólników oraz adresy ich zamieszkania, nazwa spółki, NIP nadany spółce, nazwa organu, który zarejestrował wspólników - w odniesieniu do każdego wspólnika, nr Ewidencji Działalności Gospodarczej każdego wspólnika (jeśli został im nadany).

- gdy podmiot jest osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą:

Imię i nazwisko oraz adres zamieszkania, nazwa, pod którą prowadzi działalność, NIP, nazwa organu, który zarejestrował jej działalność, nr Ewidencji Działalności Gospodarczej (jeśli został jej nadany).

Załączniki:

pliki o dowolnych rozszerzeniach - w tym pdf.

Wymagania techniczne

Mail wysyłany jako HTMLowy, powinien być pełną, poprawnie skonstruowaną, sprawdzoną i działającą stroną HTMLową. Wszystkie obiekty (obrazki) muszą się znajdować w tym samym katalogu co plik HTML (w katalogu bieżącym).

Po przetestowaniu i zatwierdzeniu listu należy wprowadzić następujące zmiany:

- wszystkie pliki graficzne wyświetlać poprzez parametr "cid:",
- we wszystkich linkach, adres docelowy należy otoczyć parametrem "KLIK" (ważne – pisane wielkimi literami)

Wszystkie linki powinny otwierać się w nowym oknie, każdy link powinien zawierać używany protokół (http:// lub https://). Nie należy używać parametrów „KLIK” w linkach mailto: i formularzach.