Specyfikacja techniczna

Wymagania ogólne

Dla wszystkich reklam

Poniższe zasady dotyczą wszystkich form reklamy dostępnych w Grupa MEDIUM.
Poza tym każda z form reklamowych ma swoje specyficzne wymagania techniczne. Szczegółowe wymagania techniczne zebrane są w dalszej części specyfikacji.

1. Nazewnictwo materiałów reklamowych
   Materiały reklamowe (pliki) powinny być nazywane wg następującego schematu:
   reklamodawca/nazwa kampanii_typ bannera_rozmiar.rozszerzenie np.:
   Medium_billboard_750x100.png
   Nazwy plików nie mogą zawierać spacji ani polskich liter.
2. Zabronione jest używanie skryptów śledzących interakcje użytkownika.
3. Reklama nie może zmieniać ani odczytywać plików cookie.
4. Reklama nie może powodować występowania błędów lub ostrzeżeń podczas serwowania.
5. Reklama nie może zakłócać działania strony, na której jest wyświetlana.
6. Nie ponosimy odpowiedzialności za blokowanie niektórych formatów reklam przez przeglądarkę Chrome oraz inne, jeżeli powprowadzają takie blokady.
7. Formy rozwijalne bannerów są serwowane tylko z adserwerów klienta.
8. Każda kreacja musi mieć dwa formaty: desktop i mobile
9. Format bannerów nie może przekraczać rozmiarów określonych w sekcji **Formy reklam bannerowe**

Reklama typu dhtml/javascript/html5

1. Zabronione jest używanie skryptów zmieniających okno przeglądarki (wymiar, położenie).
2. Zabronione jest używanie skryptów śledzących interakcję użytkownika.
3. Kod JavaScript nie powinien przekraczać 3 kB.
4. Reklama powinna zawierać maksymalnie 2 pliki graficzne (obrazki).
5. Formularze muszą korzystać z metody GET. kaddddd
6. Kod serwujący – javascript ze względu na swoją różnorodność każdorazowo musi być przetestowany i zaakceptowany przez Grupa MEDIUM.
7. Kod nie może jawnie wykorzystywać zdarzeń globalnych. np. window.onload.
8. Kod serwujący nie może zawierać znaczników:
   <html><head></head><body></body></html>.
9. Link do strony musi być zaimplementowany wewnątrz kreacji.
10. Link do strony musi być wcześniej skrócony przez naszą skracarkę linków, a następnie zaimplementowany przez klienta w kreacji.
11. W przypadku bannerów typu Billboard, Double Billboard, Boks śródtekstowy, Scyscraper konieczne jest dostarczenie drugiej kreacji w formacie 320x200 px dla wersji mobilnej.

Reklama typu obrazek (bitmapa)

1. Dopuszczalne formaty plików to gif, jpg lub png.

Emisja reklam z zewnętrznych adserwerów

1. Warunkiem dopuszczenia reklamy emitowanej z zewnętrznego adservera do emisji jest kodu emisyjnego.
2. W przypadku kreacji Rich Media (rozwijane, na warstwie itp.), kody emisyjne powinny być zgodne z zaleceniami IAB dla reklam tego typu: http://www.iab.net/media/file/rich_media_ajax_best_practices.pdf
3. Format bannerów (rozmiary) muszą odpowiadać tym wyświetlanym na stronie.
4. W przypadku braku możliwości dostosowania kodów emisyjnych do w/w wymagań a także w przypadku reklam nietypowych, tzn. wchodzących w interakcje z elementami strony lub analizujących parametry strony, na której się emitują (reklamy typu XHTML), ich emisja odbywać się będzie w całości z serwerów Grupa MEDIUM w oparciu o skrypty przygotowane przez portal.

Formy reklam banerowe - desktop

Box 300x200

1. Rozmiar: 300x200 px
2. Waga: 20 kB

Billboard

1. Rozmiar: 940x150 px
2. Waga: 40 kB

Double billboard

1. Rozmiar: 940x300 px
2. Waga 40 kB

Boks śródtekstowy

1. Rozmiar: 700x200 px
2. Waga: 40 kB

Boks w wynikach wyszukiwania

1. Rozmiar: 300x200 px
2. Waga: 40 kB

Skyscraper

1. Rozmiar: 160x600 px
2. Waga: 40 kB

Reklamy nad treścią

W związku z ostatnimi decyzjami Google odnośnie blokowania takich reklam przez przeglądarkę Chrome zaprzestajemy serwowania tego rodzaju reklam jako zbyt agresywnych.

Stałe

Sponsoring

Sponsoring w kategorii

1. Sponsoring jest reklamą wyświetlaną pod menu serwisu
2. Powierzchnia reklamowa przy sponsoringu skalowalnym jest zmienna i wynosi od 940x80 px do 940x300 px
3. Minimalna wielkość czcionki użytej w kreacji to 14 px.
4. Kreacja musi posiadać napis „SPONSOR KATEGORII”

Wymagania

1. Kreacja powinna posiadać maksymalnie jeden element spójny graficznie, jedno hasło marketingowe, jeden logotyp sponsora lub alternatywnie wizerunek produktu.
2. Kreacja nie może prezentować adresu strony WWW oraz numeru telefonu sponsora/reklamodawcy.
3. Prezentowany logotyp sponsora lub wizerunek produktu nie powinien być większy niż logotyp serwisu. Hasło reklamowe nie może mniejsze niż 14 punktów i nie większe niż 32 punkty.
4. Nie dozwolone jest używanie elementów operacyjnych, których funkcja wynikająca z formy, napisu czy konwencji jest niezgodna z ich komunikatem, lub działa w sposób nietypowy.

Materiały

1. Ze względu na skalowanie sponsoringu optymalny wymiar kreacji wykorzystanej do realizacji wynosi 940x150 px.
2. Format: JPG,PNG,
3. Maksymalna waga do 500 kB.
4. Kody zliczające, jeśli występują.
5. URL docelowy kreacji.

Artykuł sponsorowany

1. Strona z artykułem w szablonie serwisu, opisana u góry jako „Artykuł sponsorowany”
2. Strona z artykułem umieszczona jest w wybranej sekcji serwisu.
3. Tekst reklamowy maksymalnie 10 000 znaków ze spacjami.

W treści artykułu:

- maksymalna ilość grafik – 3 grafiki (bez możliwości podlinkowania), objętość do 50 kB, format jpg,
- maksymalna ilość linków - 3 linków

UWAGA: Style wykorzystywane w artykule sponsorowanym są stylami danego serwisu i nie możemy w nie ingerować.

1. Treść artykułu powinna nawiązywać do tematyki serwisu. Forma zajawki artykułu sponsorowanego zależy od serwisu, w którym jest wyświetlany.

- Tekst: max 3 wersy po 10 znaków każdy, łącznie maksymalnie 30 znaków ze spacjami. Treść tekstu zajawki może być różna od tytułu artykułu sponsorwanego.

- Call To Action / Odnośnik zachęcający do kliknięcia: max. 20 znaków ze spacjami w dowolnym kolorze zdefiniowanym w systemie szesnastkowym.