

Specyfikacja reklam emitowanych w inīsNetwork

1. Obsługiwane formaty reklamowe

- a. W ramach sieci reklamowej inīsNetwork do emisji wykorzystywane są reklamy graficzne w formatach JPG, GIF, PNG oraz SWF (flash).
- b. W przypadku pliku SWF należy pamiętać, że:
 - a) Pliki SWF powinny być zapisane dla Adobe Flash Player w wersji 9.0 lub poprzedniej (ActionScript 2.0).
 - b) jeżeli banner reklamowy nie ma przezroczystego tła, na najniższej warstwie powinien zostać umieszczony jednokolorowy prostokąt w kolorze tła i rozmiarze takim samy jak docelowy rozmiar banneru.
 - c) Reklama nie może posiadać linkowania, url nie może być w umieszczonej w banerze (w pliku flash). Należy go dostarczyć osobno w pliku txt.
 - d) Banner SWF powinien być zapętłony. Jeżeli projekt tego nie przewiduje należy na końcu kreacji umieścić akcję (ActionScript) zatrzymującą odtwarzanie.
 - e) Plik SWF musi mieć możliwość debugowaniem (nie może być zabezpieczony na ten cel).
 - f) Banner reklamowy w formacie SWF powinien posiadać przezroczystą warstwę na której umieszczony jest przycisk z akcją

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

2. Linki docelowe użyte w kampanii

Do zestawu materiałów reklamowych Reklamodawca powinien dostarczyć adres URL, na jaki ma kierować reklama. Adres ten powinien być umieszczony w pliku txt.

3. Rozmiary formatów reklamowych

- a) Billboard 750x100 pikseli; (szerokość x wysokość)
Rozmiar - 750x100 pikseli, Waga do 40 kB, Format: png, jpg, gif, swf.
- b) Double billboard 750x200 pikseli; (szerokość x wysokość)
Rozmiar - 750x200 pikseli, Waga do 50 kB, Format: png, jpg, gif, swf.
- c) Rectangle 300x250 pikseli; (szerokość x wysokość)
Rozmiar 300x250 pikseli, Waga do 40 kB, Format: png, jpg, gif, swf.
- d) Skyscraper 160x600 pikseli; (szerokość x wysokość)
Rozmiar 160x600 pikseli, Waga do 40 kB, Format: png, jpg, gif, swf



- e) Banner 468x60 pikseli (szerokość x wysokość)
Rozmiar 468x60 pikseli, Waga do 30 kB, Format: png, jpg, gif , swf

4. Specyfikacja bannerów HTML 5

- a) Banery muszą być spakowane w archiwum w formacie **zip**.
- b) Archiwum musi zawierać plik **index.html**
- c) Struktura HTML pliku index.html powinna być zgodna z obowiązującymi standardami.
- d) Archiwum powinno zawierać wszystkie niezbędne do wyświetlenia banera pliki (**css, js, png, jpeg** itd.).
- f) W przypadku gdy któryś z plików wymienionych w poprzednim punkcie musi być hostowany poza serwerami INIS, wówczas musi być on dostępny przy użyciu szyfrowanej wersji protokołu HTTP (**HTTPS**) lub przy użyciu obu wersji. Przy wczytywaniu takich plików powinno się korzystać z odpowiedniej składni, np.:
 - o **Nie poprawne** - `<script src="http://przyklad.dev/plik.js"></script>`
 - o **Poprawne** - `<script src="//przyklad.dev/plik.js"></script>`
 - o **Poprawne** - `<script src="https://przyklad.dev/plik.js"></script>`
- g) Suma wielkości niespakowanych plików nie powinna przekraczać **100 kB**

5. Wytyczne E-mailingu reklamowego

- a) Mailing powinien być zbudowany na tabelach, gdyż pozwalają one ustawić szerokość wyświetlanego obiektu bez użycia stylów. Pozwoli to na prawidłowe wyświetlenie mailingu w klientach www. Tabele oraz komórki tabel powinny mieć określoną i stałą szerokość.
- b) Optymalna szerokość samej wiadomości wynosi 600-700 piksel. Do wyśrodkowania treści wiadomości zalecamy używanie tabel z atrybutem `align="center"`.
- c) Maksymalna waga 75kB
- d) Marginesy najlepiej określić przy zastosowaniu `margin (cellMargin)`, `padding (cellPadding)` w komórkach wyznaczając odpowiednią wartość w pikselach (`<TABLE cellMargin=10 cellPadding=5>`).
- e) Zwracamy jednak uwagę, że funkcja `padding` bywa niepoprawnie odczytywana przez niektóre programy pocztowe (np. przez starsze wersje Lotus Notes). Nie zalecamy pozycjonowania za pomocą `position: absolute`.
- f) Wiadomość powinna zostać zbudowana w prosty sposób z zastosowaniem stylów otwieranych przez klientów www. Najlepiej stosować czcionki Verdana,Tahoma, Arial lub Times New Roman z określeniem odpowiednią ich wielkości. Np.: (`<P style="FONT-FAMILY: Verdana; FONT-SIZE: 8pt">txt</P>` lub `<p>txt</p>`). Drugie rozwiązanie zapewnia prawidłowe wyświetlanie tekstu w większości portali (łącznie z Interią). Ponadto zalecamy nie zamieszczać w mailach znaczników `<style>` w sekcji HEAD ani powielać je w postaci inline. Maile zbudowane na stylach błędnie wyświetlają się w poczcie portalu Interia oraz w starszych wersjach programu Lotus Notes. Mimo, że jest to niestandardowe działanie, warto również skorzystać z



następującego zapisu: .

g) Grafiki powinny posiadać następujące rozszerzenia: jpg, jpeg, gif, png (). Wstawienie tekstu alternatywnego zwiększa prawdopodobieństwo pobrania grafik przez odbiorców.

h) Do kreacji należy dołączyć plik txt w którym będzie zapisany Nadawca, temat wiadomości i stopka adresowa (na kogo zlecenie realizowana jest wysyłka).

6. Zbiorcze przesyłanie kampanii reklamowych. Zestaw kilku formatów reklamowych powinien zostać przesyłany w postaci skompresowanej w formacie Zip.

