

Specyfikacja techniczna form reklamowych

STRÓER | digital media

Spis treści

Warunki ogólne emisji	3
Elementy zabronione	4
Kreacje html5	4
1. <i>Ogólne wytyczne</i>	4
2. <i>Zasady poprawności materiału</i>	5
3. <i>Mierzenie kliknięć w kreacje (clickTag)</i>	5
4. <i>Zdarzenia</i>	6
5. <i>Zamykacz</i>	6
6. <i>Multimedia w kreacji</i>	7
7. <i>Informowanie o zdarzeniach video</i>	7
Formaty reklamowe	8
<i>Formaty typu standard</i>	8
1. Rectangle (Box)	8
2. Halfpage	8
3. Billboard	9
4. Double Billboard	9
5. Triple Billboard	9
6. Wideboard	10
7. Skyscraper	10
8. Tapeta	11
9. Screening	12
<i>Formaty mobilne</i>	13
10. m.Banner	13
11. m.Rectangle	13
12. m.Understitial	14
13. m.Interstitial	14
<i>Formaty layerowe</i>	15
14. Flyfooter	15
15. Interstitial	16
<i>Artykuł sponsorowany</i>	17
<i>Mailing</i>	17
<i>PushBar</i>	18

Formaty dedykowane pod konkretnych wydawców	19
16. Wykop sponsorowany	19
17. Komunikat startowy	20
18. Baner w oknie rozmowy.....	20
19. Baner w oknie kontaktów	20
20. Komunikat 2.....	21
Formaty video	21
21. Vistitial	21
22. Vstital Expand Layer	23
23. Welcome Vstital	24
24. Pre-roll	25
25. Intext video	25

Warunki ogólne emisji

1. Wszystkie kreacje emitowane za pośrednictwem Ströer Digital Media muszą być zgodne ze standardami emisji [krecji display IAB Polska](#).
2. Do emisji standardowych formatów display i video na sieci Ströer Digital Media wykorzystywany jest [Google Ad Manager 360](#).
3. Dopuszczalna maksymalna różnica AdSerwerowa dla statystyk odsłon oraz kliknięć w odniesieniu do alternatywnych systemów mierzących wynosi 10%.
4. Weryfikacja poprawności zliczeń po stronie zleceniodawcy musi zostać przeprowadzona jak najszybciej (jednak nie później niż 24 godziny od momentu startu kampanii lub podmiiany kreacji w systemie).
5. Przy kampaniach rozliczanych w modelu efektywnościowym (np. za kliknięcie w reklamę) kreacja musi zawierać elementy oraz przekaz zachęcający do kliknięcia w reklamę.
6. Przy emisji dedykowanej na urządzenia mobilne zarówno kreacja jak i strona docelowa kampanii muszą być dostosowane do urządzeń przenośnych.
7. Ströer Digital Media nie ponosi odpowiedzialności finansowej za brak emisji kampanii w przypadku, gdy klient nie dostarczy poprawnej przygotowanych kreacji lub poprawnej wersji kreacji.
8. Wszystkie materiały niezbędne do emisji kampanii powinny zostać dostarczone na adres traffic@stroerdigital.pl nie później niż 3 dni robocze przed planowaną datą startu kampanii.

W celu uniknięcia ewentualnych pomyłek, w temacie maila należy podać:

- a) numer zlecenia powiązanego z materiałami;
 - b) nazwę reklamodawcy dla którego jest emisja;
 - c) informację o nazwie serwisu lub pakietu, na którym ma nastąpić emisja.
9. Standardowy czas weryfikacji kreacji to 1 dzień roboczy (24 h). Czas ten może się wydłużyć w przypadku dostarczenia wielu różnych linii kreacyjnych lub konieczności angażowania wydawcy w testy (np. w przypadku testowania wysyłki mailingowej lub emisji niestandardowych formatów).
 10. Zalecane jest takie przygotowywanie kreacji, aby obciążenie procesora było jak najmniejsze.

Czynniki zwiększające obciążenie procesora to m.in.:

- a) animacja obiektów wektorowych o skomplikowanym kształcie (duża liczba węzłów);
- b) efekty typu "blur", gradienty, cienie;
- c) zbyt duża liczba klatek na sekundę – 18 fps jest wystarczająca do optymalnego postrzegania kreacji;
- d) zbyt duża liczba animowanych sekwencji pomiędzy warstwami wyświetlana w tym samym czasie;
- e) skrypt generujący zdarzenia ustawione na losowe zdarzenia (np. opady deszczu, mgła);
- f) format animowanych sekwencji zaszytych w kreacji/ importowanych (np. jpeg, png , etc.);
- g) importowane grafiki skalowane przez długi czas.

Elementy zabronione

Kreacje emitowana na sieci Ströer Digital Media nie mogą zawierać:

1. Dźwięku zapętlonego lub występującego cyklicznie. Maksymalna długość trwania dźwięku to 3 sekundy. Wszelkie dźwięki mogą być odtwarzane jedynie po wyraźnej interakcji użytkownika z kreacją (kliknięcie w głośniczek).
2. Mechanizmów zapisujących, zmieniających bądź odczytujących pliki cookie oraz shared objects.
3. Odwołań do zewnętrznych elementów multimedialnych (wyjątkiem od tej reguły są zaciągane na specjalnych zasadach materiały video/ FLV).
4. Elementów powodujących błędy na stronie, błędne wyświetlanie kreacji lub wyświetlanie komunikatów ostrzegawczych w przeglądarce.
5. Mechanizmów mających na celu śledzenie interakcji użytkownika ze stroną (za wyjątkiem obszaru kreacji).
6. Klikalnych warstw przezroczystych – o ile jest to możliwe warstwy przezroczyste powinny pozwalać na bezproblemowe kliknięcie elementów strony znajdujących się pod nimi.
7. Elementów, które swą stylistyką bądź formą przypominają komunikaty/ powiadomienia systemowe, oraz elementów, które wprowadzają użytkownika w błąd (np. wszystkie przyciski zamieszczane na reklamach muszą wykonywać funkcje zgodne z komunikatami prezentowanymi na nich, w tym przyciski imitujące funkcje formularza, listy rozwijanej czy pola wyboru nie mogą powodować przekierowania na stronę klienta bądź innej akcji niezgodnej z ich standardową funkcją).
8. Elementów/ funkcjonalności pushujących, scrollujących oraz expandujących, o ile specyfika zleconego formatu reklamowego nie dopuszcza takiej możliwości.
9. Elementów/ funkcjonalności uniemożliwiających precyzyjne kliknięcie w przycisk „[zamknij X](#)” na formatach emitowanych na warstwie (formatów typu layer).

Kreacje html5

1. Ogólne wytyczne

Kreacje html5 umieszczane są w osobnych ramkach **IFRAME** głównego okna (tzw. okno-rodzic) dokumentu strony www. Z uwagi na to, że domena źródła ramki **IFRAME** będzie inna niż domena strony, na której reklama się pojawia, wszystkie współczesne przeglądarki stosują ograniczenia w możliwości komunikowania się skryptów osadzonej ramki z oknem-rodzicem. Do komunikacji międzyramkowej wykorzystywany jest mechanizm przesyłania komunikatów pomiędzy konkretnymi ramkami: **postMessage** w przeglądarkach, które implementują ten mechanizm, a w pozostałych przypadkach przesyłanie informacji w adresie ramki, we fragmencie „**hash**” (technika hash change). Jedynie dla form płaskich zawierających tylko clickTag/ clickTagi następuje jednokrotne przekazanie adresów w hashu adresu ramki IFRAME kreacji, które to parametry mogą zostać odczytane przez krótki skrypt (odczyt parametrów w formie płaskiej).

Plik html musi być poprawny pod względem składni W3C HTML i mieć następującą budowę:

```
<!doctype html><html><head>
zalecany styl: html,body {margin:0; padding:0; }
...treść head...
</head><body>
...treść body...
</body></html>
```

Materiały klient dostarcza w postaci pliku html wraz z kompletem plików dodatkowych wchodzących w skład kreacji (grafika, style, skrypty itp.), spakowanych do pliku zip. Jeśli reklama składa się z większej liczby kreacji (np. tapeta + forma billboardowa), wówczas klient dostarcza jedną paczkę zip, zawierającą w osobnych folderach poszczególne składowe dla każdej z kreacji.

2. Zasady poprawności materiału

a) Zasada ścieżek względnych

Wszelkie odwołania w źródle html do plików składowych (grafika, style, skrypty) **MUSZĄ** odbywać się przez podanie ścieżek względnych, po to by niezależnie od miejsca zamieszczenia rozpakowanej paczki uruchomienie pliku html spowodowało poprawne wyświetlenie kreacji. Jedynym wyjątkiem jest sytuacja, gdy kreacja musi korzystać z danych zewnętrznych (np. z bazy danych klienta), o czym klient ma obowiązek nas poinformować. Za poprawność działania mechanizmu komunikacji z danymi zewnętrznymi odpowiada wyłącznie klient.

b) Zasada korzystania z danych dynamicznych

Dane dynamiczne to m.in. adresy przekierowań ([clickTagi](#)) oraz funkcje obsługi zdarzeń. Materiały wykorzystujące te dane muszą poprawnie obsłużyć sytuacje wyjątkowe (np. brak zmiennej). Skrypty dostarczone przez klienta **NIE MOGĄ** powodować błędów javascriptu.

c) Zasada poprawności emisji

Poprawność emisji to stan wyświetlonego materiału, który w wyglądzie i działaniu zachowuje się tak jak chciał twórca, **niezależnie** od przeglądarki. Jeśli jednak reklama jest przewidziana wyłącznie pod konkretny typ przeglądarki, klient powinien o tym wyraźnie poinformować. Poprawność emisji zostaje sprawdzona pod przeglądarkami: Microsoft Edge, Microsoft Internet Explorer 11, Google Chrome, Firefox, Safari.

Uchybienie którejkolwiek z powyższych zasad spowoduje odrzucenie materiału i skierowanie go do poprawki przez zleceniodawcę.

3. Mierzenie kliknięć w kreacje (clickTag)

ClickTagi (tagi kliknięć) określają docelowe adresy URL poszczególnych wyjść z kreacji html5. Wyjście to dowolny klikalny obszar, który kieruje przeglądarkę na stronę docelową.

Wstawianie przykładowego tagu kliknięcia:

```
<html>
<head>
<meta name="ad.size" content="width=300,height=250">
<script type="text/javascript">
var clickTag = "http://www.google.com"; </script>
</head>
[Tu jest reszta kodu kreacji.]
</html>
```

Kreacja musi używać zmiennej tagu kliknięcia jako docelowego adresu URL:

```
<a href="javascript:window.open(window.clickTag)">

</a>
```

Nie zalecamy umieszczania w zasobie docelowych adresów URL zakodowanych na stałe, bo uniemożliwia to usłudze Ad Manager śledzenie kliknięć, a Działowi Traffic – aktualizowanie tych adresów. Po przesłaniu zasobów Ad Manager wyświetli ostrzeżenie, jeśli znajdzie w nich adresy URL zakodowane na stałe.

Więcej informacji o dodawaniu wyjść html5 (w tym wyjść korzystających z Google Web Designera) znajdziesz w [Centrum pomocy Studio Google](#).

4. Zdarzenia

W kreacji html5 mogą wystąpić różne zdarzenia inicjowane przez użytkownika bądź wynikające ze specyfiki działania kreacji, np. zminimalizowanie kreacji, spowodowanie uruchomienia większej, bogatszej w treść składowej, wystąpienie zdarzeń czasowych w odtwarzanym video, itp. Jeśli celem zdarzenia jest zmiana, której efektem jest modyfikacja rozmiaru, położenia lub konieczność usunięcia konkretnej ramki **IFRAME** ze składową kreacji, to konieczne jest wysłanie odpowiedniego komunikatu do okna nadrzędnego zawierającego skrypt silnika danej formy, aby odpowiednia funkcja mogła wywołać pożądany skutek. Rzecz jasna, zawartość skryptowa ramki nie może dokonać samodzielnie tych zmian z powodu różnych domen: danej witryny www oraz zawartości ramki (adserver). Obsługa zdarzeń odbywa się na zasadzie wywołania określonych funkcji, zależnie od typu reklamy i rodzaju zdarzenia. Poszczególne funkcje należy osadzić w skrypcie umieszczonym możliwie wcześnie w dokumencie tak, by dalej występujące skrypty klienta mogły natychmiast z nich korzystać. Można je umieścić tuż po skrypcie ładującym i inicjującym mechanizm **XDpostMessage** (patrz wyżej).

5. Zamykacz

Kreacje emitowane na warstwie powinny posiadać zamykacz, czyli przycisk w który po kliknięciu nastąpi całkowite zamknięcie kreacji.

Powinna być to klikalna grafika zgodny z następującymi wytycznymi:

- a) słowo „**zamknij**” powinno być napisane czcionką wielkości min. 12 px;
- b) minimalne wymiary obszaru klikalnego powinny wynosić 50x20 px;
- c) minimalne wymiary krzyżyka powinny wynosić 20x20 px;
- d) obszar klikalny zaznaczony linią o grubości nie mniejszej niż 2 px lub odznaczający się kolorem;
- e) krzyżyk zaznaczony linią o grubości nie mniejszej niż 2 px;
- f) położenie obszaru klikalnego stałe, zamykacz umieszczony w prawym górnym rogu obszaru kreacji;
- g) kolor linii zaznaczenia krzyżyka oraz kolor tła (obszaru klikalnego) powinny ze sobą kontrastować;
- h) napis „**zamknij**” i „**X**” powinny znajdować się na nieprzezroczystym tle;
- i) obszar klikalny powinien być aktywny od momentu wyświetlenia się kreacji na stronie;
- j) w przypadku kreacji html5 należy wywołać funkcję:

```
function closead() {XD.callFunction('close');}
```

Wywoływana funkcja może nazywać się dowolnie, tu standardowo closead. Treść funkcji jest stała, a cała funkcja musi zostać umieszczona tuż po inicjalizacji mechanizmu XD. Można użyć swojej nazwy funkcji, o ile będzie w funkcji istniała linia **XD.callFunction('close')**.

Znaczenie funkcji: wywołanie jej powoduje wysłanie informacji do okna-rodzica o potrzebie zamknięcia reklamy (efektywnie - usunięcia ramki z dokumentu okna-rodzica).

Wzorzec zamykacza:



6. Multimedia w kreacji

Duże pliki multimedialne, takie jak muzyka w formacie mp3 lub materiały video, nie mogą przekroczyć wyznaczonej przez specyfikację maksymalnej wagi (w większości jest to 150 kB). Pliki takie należy dostarczyć osobno. Zostaną umieszczone na serwerze WWW, a adres do nich zostanie przekazany do kreacji.

Należy jednak pamiętać, że:

- a) Formy reklamowe z video zawierają w koszcie mediowym streaming do 2 MB.
- b) W ramach innych formatów (standardowo nie zawierających materiałów video), istnieje możliwość dodania plików multimedialnych jedynie za dodatkową dopłatą.
- c) Wszystkie formy multimedialne powinny być wyposażona w przycisk **MUTE** (obraz głośniczka) wyciszający odtwarzany dźwięk lub film (materiał powinien być wyciszony i odtwarzany tylko po kliknięciu użytkownika w ikonkę głośnika). Obraz może być zapętłony, jednak po jednej sekwencji dźwięk powinien wyciszyć się automatycznie.

7. Informowanie o zdarzeniach video

```
function videoEvent(ev) {XD.callFunction('videoevent', ev);}
```

Wywoływana funkcja może nazywać się dowolnie. Parametr funkcji typu string określa typ zdarzenia video (patrz niżej). Treść funkcji jest stała, a cała funkcja musi zostać umieszczona tuż po inicjalizacji mechanizmu XD. Jeśli klient zechce użyć swojej funkcji, nie stanowi to problemu, o ile będzie w funkcji istniała linia:

```
XD.callFunction('videoevent', ev);
```

Znaczenie funkcji: W zależności od zdarzenia okno-rodzic będzie informowane o poszczególnych zdarzeniach związanych z video. Wszystkie zdarzenia, które mają być odnotowywane powinny być uprzednio uzgodnione. Zdarzenie może nie tylko powodować zliczenia zdarzenia, ale również wpływać na zachowanie innych elementów reklamy, jeśli taka jest idea.

Informacje dodatkowe: Wszelkie dodatkowe akcje, nie przewidziane specyfikacją a podyktowane funkcjonalnością konkretnej kreacji, są możliwe do uzyskania po konsultacji (adres kontaktowy to traffic@stroerdigital.pl).

Można zawrzeć wywołania typu:

```
XD.callFunction('nazwaakcji');
```

lub

```
XD.callFunction('nazwaakcji', [tablica parametrów]);
```

Określając dla każdej z akcji zachowanie ramki z reklamą (czy i jak zmienić się ma rozmiar, czy i jak zmienić się ma położenie, itp.).

Informacje dodatkowe: Dostarczenie kreacji z niestandardowymi akcjami spowoduje wydłużenie czasu potrzebnego na przetestowanie kreacji.

Typy zdarzeń video (terminologia zapożyczona ze specyfikacji [IAB VAST 3.0](#)):

- a) **start** – rozpoczęcie odtwarzania filmu;
- b) **firstQuartile** – obejrzano 25% długości filmu;
- c) **midpoint** – obejrzano 50% długości filmu;
- d) **thirdQuartile** – obejrzano 75% długości filmu;
- e) **complete** – zakończenie odtwarzania filmu w normalny sposób (nie poprzez przewijanie);
- f) **pause** – użytkownik nacisnął przycisk pauzy zatrzymując odtwarzanie;
- g) **mute** – użytkownik nacisnął przycisk wyciszenia dźwięku, gdy głośność była niezerowa;
- h) **unmute** – użytkownik nacisnął przycisk wyciszenia dźwięku, gdy głośność była zerowa (przywracając głośność do pierwotnego poziomu).

Formaty reklamowe

Formaty typu standard to nieinwazyjne (płaskie formaty) reklamowe, emitowane w ramach ściśle określonego placementu. Najczęściej występujące formaty to Double Billboard (750x200 px) oraz Rectangle (300x250 px).

- Rectangle (Box)** jest płaską formą reklamy, emitowaną zwykle w pomocniczej kolumnie serwisu lub wewnątrz właściwej treści (np. artykułu). Może występować zarówno w miejscu otoczonym przez tekst, jak i pomiędzy dwoma akapitami tekstu.

Rozmiar kreacji:

- 300x250 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 40 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Informacje dodatkowe: kreacja, za dodatkową dopłatą cennikową, może zawierać osadzony materiał video.

- Halfpage** jest płaską formą reklamy, emitowaną zwykle w pomocniczej kolumnie serwisu lub wewnątrz właściwej treści (np. artykułu).

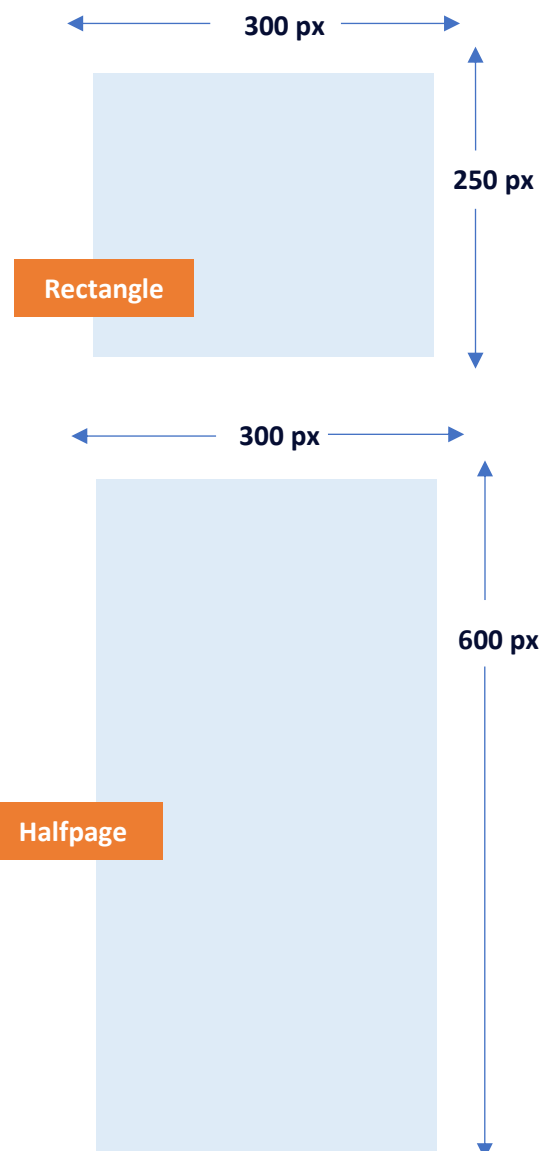
Rozmiar kreacji:

- 300x600 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 60 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Informacje dodatkowe: kreacja, za dodatkową dopłatą cennikową, może zawierać osadzony materiał video.



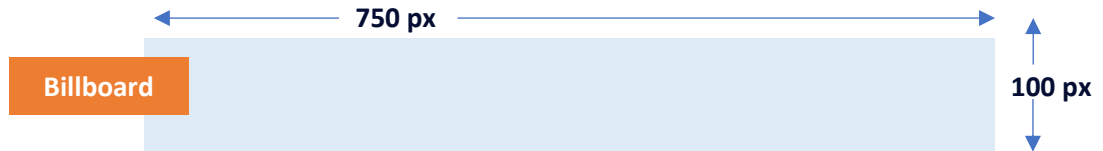
3. **Billboard** jest płaską formą reklamy, emitowaną zwykle w górnej lub środkowej części serwisu.

Rozmiar kreacji:

- 300x250 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 40 kB)
- html5 (waga do 150 kB)



4. **Double Billboard** jest płaską formą reklamy, emitowaną zwykle w górnej lub środkowej części serwisu.

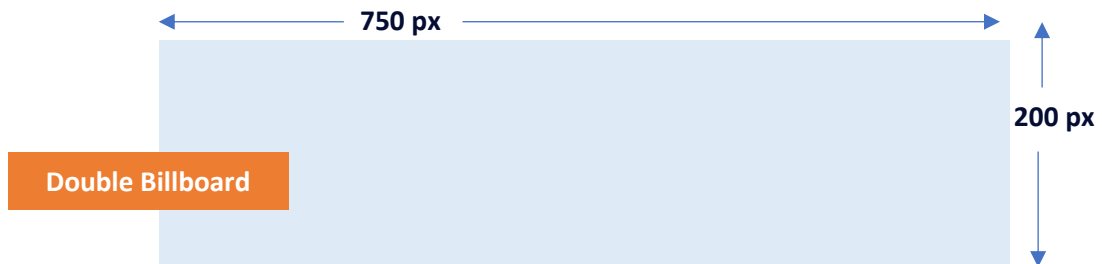
Rozmiar kreacji:

- 750x200 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 50 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Informacje dodatkowe: kreacja, za dodatkową dopłatą cennikową, może zawierać osadzony materiał video.



5. **Triple Billboard** jest płaską formą reklamy, emitowaną zwykle w górnej lub środkowej części serwisu.

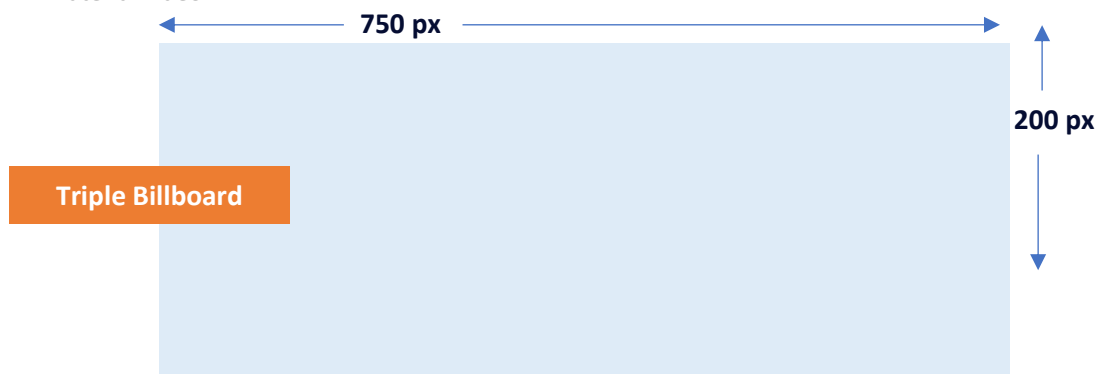
Rozmiar kreacji:

- 750x300 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 60 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Informacje dodatkowe: kreacja, za dodatkową dopłatą cennikową, może zawierać osadzony materiał video.



6. **Wideboard** jest płaską formą reklamy, emitowaną zwykle w górnej lub środkowej części serwisu.

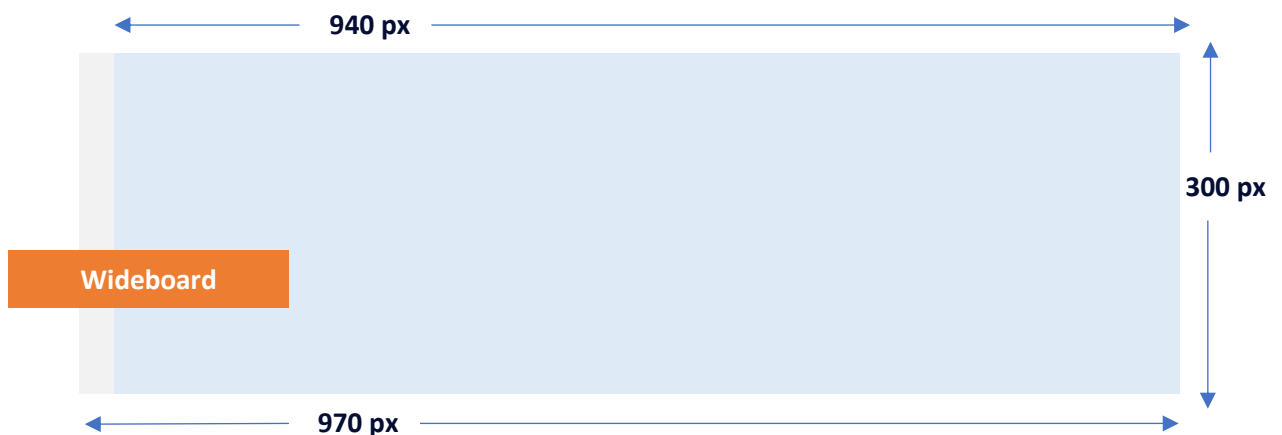
Rozmiar formatu:

- 940x300 px
- 970x300 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 60 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Informacje dodatkowe: w zależności od wydawcy, kreacja ma szerokość 940 lub 970 px. W przypadku emisji pakietowych i zasięgowych prosimy o dostarczenie, w miarę możliwości, obu wersji kreacji. Kreacja, za dodatkową dopłatą cennikową, może zawierać osadzony materiał video.



7. **Skyscraper** (wieżowiec) jest płaską formą reklamy, emitowaną zazwyczaj w dodatkowej kolumnie serwisu, umieszczonej po lewej lub prawej stronie (obok głównej treści).

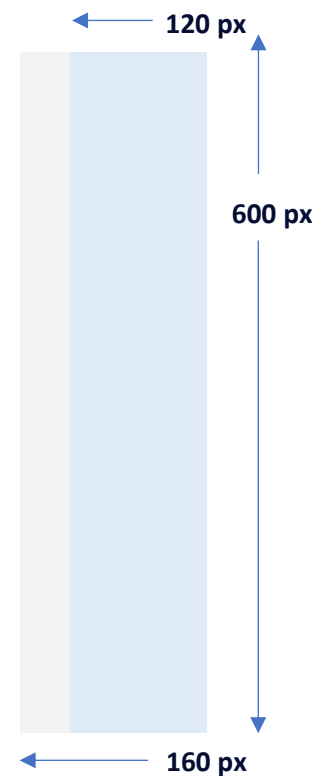
Rozmiar formatu:

- 120x600 px
- 160x600 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 40 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Informacje dodatkowe: w zależności od wydawcy, kreacja ma szerokość 120 lub 160 px. W przypadku emisji pakietowych i zasięgowych prosimy o dostarczenie, w miarę możliwości, obu wersji kreacji.



8. **Tapeta** jest tłem serwisu w związku z czym w środkowej części powinna mieć wycięcie równe szerokości content'u strony, na której będzie emitowana. Dodatkowo biorąc pod uwagę fakt, iż internauci korzystają z ekranów o różnej rozdzielczości zalecane jest by główny przekaz reklamowy został rozplanowany w taki sposób, by mieścił się w ramach dwóch pasów (po lewej i prawej stronie contentu strony) o wymiarach mniej więcej 140x550 px.

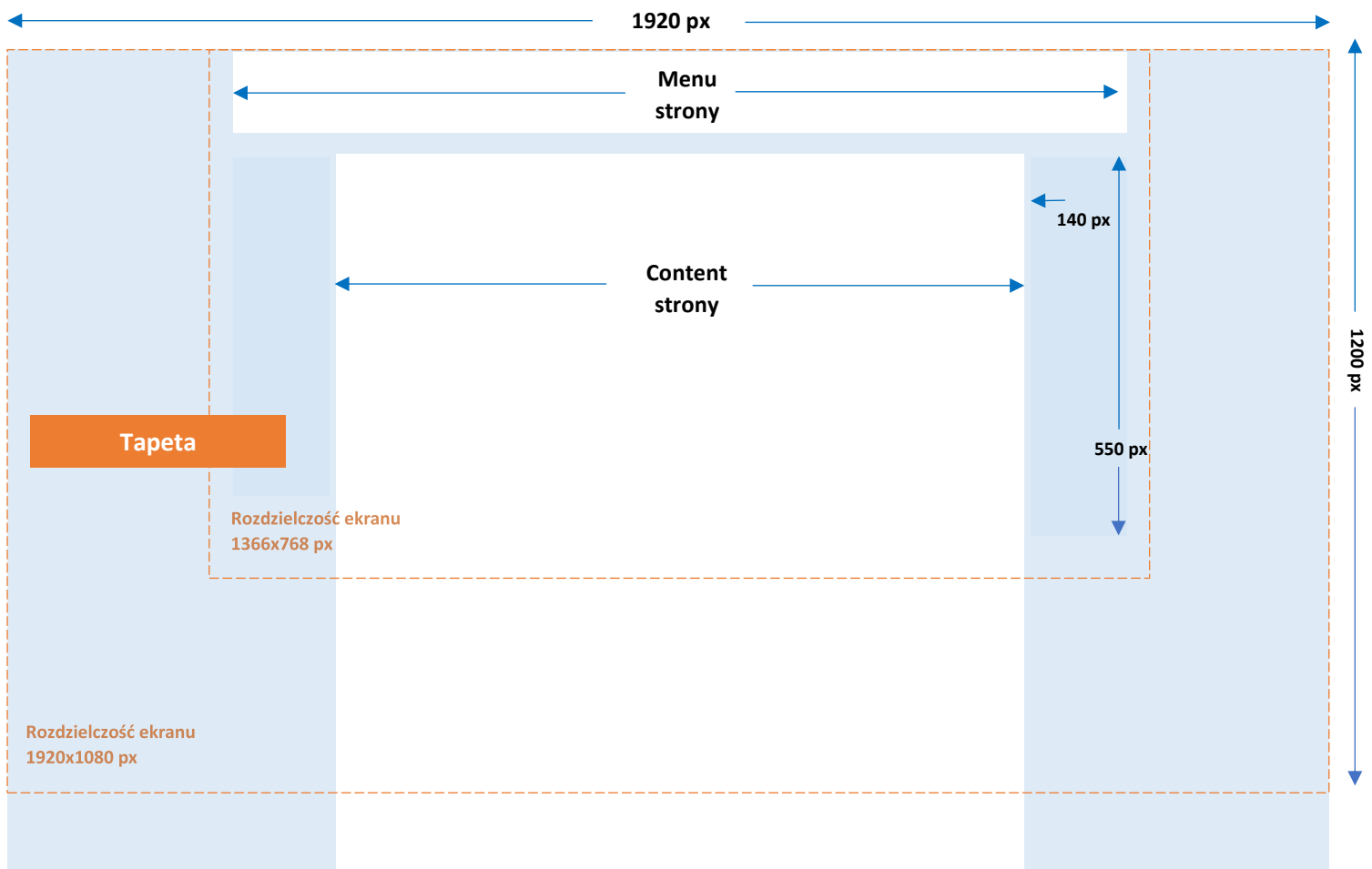
Rozmiar formatu:

- 1920x1200 (z wcięciem na content serwisu)

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 300 kB)

Informacje dodatkowe: tapeta może zawierać elementy interaktywne i standardowo jest formą klikalną (po kliknięciu użytkownik jest przekierowywany na adres docelowy zdefiniowany przez klienta, np. stronę www klienta).



Uwaga:

Informacje o najpopularniejszych rozdzielczościach ekranów dla poszczególnych typów urządzeń można znaleźć m.in. w ramach rankingu Gemius, dostępnego na stronie:

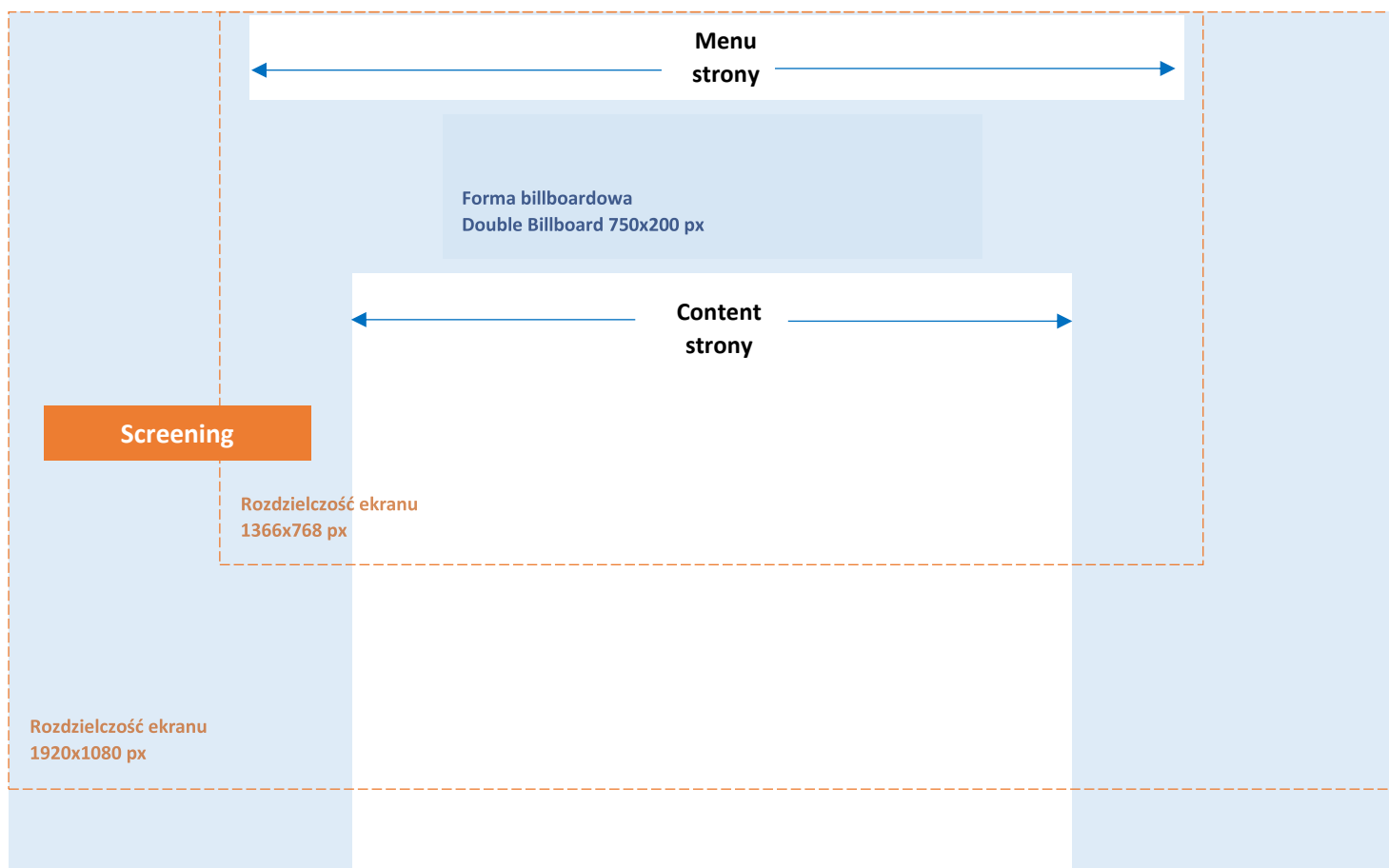
<http://ranking.gemius.com/pl/ranking/resolutions/>

9. **Screening** to połączenie górnego (billboardowego) formatu z klikalną tapetą. W zależności od szczegółów zlecenia format billboardowy może mieć wymiar od 750 do 970 px szerokości i od 100 do 300 px wysokości. Istnieje również możliwość osadzenia w górnym formacie materiału video (opcja dostępna za dodatkową dopłatą cennikową).

Lista standardowych formatów billboardowych:

- [Billboard 750x100 px](#)
- [Double Billboard 750x200 px](#)
- [Triple Billboard 750x300 px](#)
- [Wideboard 970x300 lub 940x300](#)

Informacje dodatkowe: sama tapeta z formą billboardowa powinna być połączona w taki sposób, aby granice pomiędzy nimi były niezauważalne dla użytkownika. Najłatwiej otrzymać ten efekt stosując w formie billboardowej przezroczyste tło, dzięki czemu billboard idealnie wtopi się w tapetę bez względu na to jakiej rozdzielczości będzie ekran użytkownika. Aby uzyskać dokładną specyfikację (rozmiar) górnego formatu skontaktuj się ze swoim opiekunem klienta.



Uwaga:

Informacje o najpopularniejszych rozdzielczościach ekranów dla poszczególnych typów urządzeń można znaleźć m.in. w ramach rankingu Gemius, dostępnego na stronie:

<http://ranking.gemius.com/pl/ranking/resolutions/>

Formaty mobilne to formaty dedykowane pod urządzenia przenośne z dostępem do internetu (tablety oraz smartfony). Każda kreacja reklamowa typu mobile powinna po kliknięciu przekierować odbiorcę na stronę internetową zoptymalizowaną pod urządzenia tego typu.

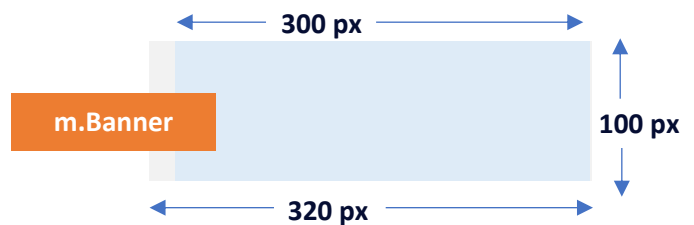
10. m.Banner to forma płaska emitowana na urządzeniach mobilnych zwykle w górnej lub środkowej części serwisu.

Rozmiar kreacji:

- 300x100 px
- 320x100 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 20 kB)
- html5 (waga do 50 kB)



Informacje dodatkowe: w zależności od wydawcy, kreacja ma szerokość 300 lub 320 px. W przypadku emisji pakietowych i zasięgowych prosimy o dostarczenie, w miarę możliwości, obu wersji kreacji.

11. m.Rectangle to forma płaska emitowana na urządzeniach mobilnych zwykle w górnej lub środkowej części serwisu. Od standardowego Rectangle format ten różni się zazwyczaj tylko maksymalną akceptowalną wagą kreacji.

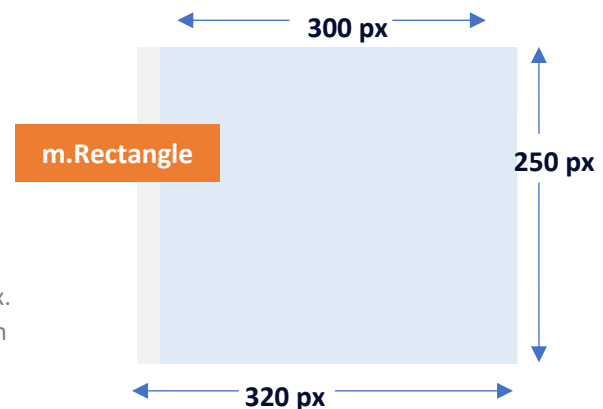
Rozmiar kreacji:

- 300x250 px
- 320x250 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 40 kB)
- html5 (waga do 50 kB)

Informacje dodatkowe: w zależności od wydawcy, kreacja ma szerokość 300 lub 320 px. W przypadku emisji pakietowych i zasięgowych prosimy o dostarczenie, w miarę możliwości, obu wersji kreacji.



- 12. m.Understitial** - forma emitowana na urządzeniach mobilnych w postaci m.Bannera umiejscowionego nad menu serwisu oraz skalowalnej grafiki wstawionej jako "tło" dla strony. "Tło" zostaje zaprezentowane użytkownikom poprzez "lukę" w treści strony o szerokości od 300 do 320 px i wysokości ok 420 px (dokładna wysokość uzależniona jest od wielkości okna przeglądarki na urządzeniach użytkownika). Dzięki temu, że "luka" scrolluje się wraz z przeglądaniem stroną a grafika pozostaje nieruchoma, użytkownik ma możliwość zapoznania się z całością kreacji.

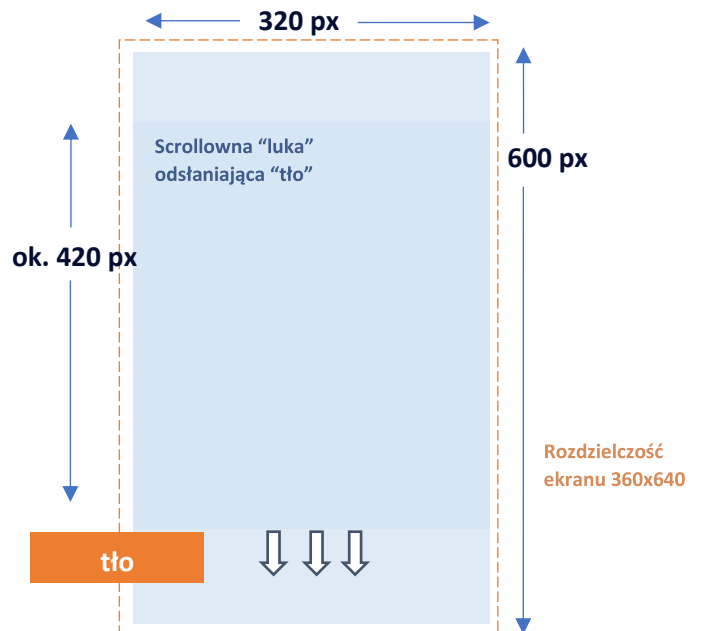
Materiały niezbędne do emisji:

- [mBanner 320x100 px](#),
- grafika o wymiarach 320x600 w formacie jpg/png/gif na „tło”.

Łączna waga materiałów nie powinna przekroczyć 100 kB.

Uwaga:

Informacje o najpopularniejszych rozdzielczość ekranów dla poszczególnych typów urządzeń można znaleźć m.in. w ramach rankingu Gemius, dostępnego na stronie: <http://ranking.gemius.com/pl/ranking/resolutions/>



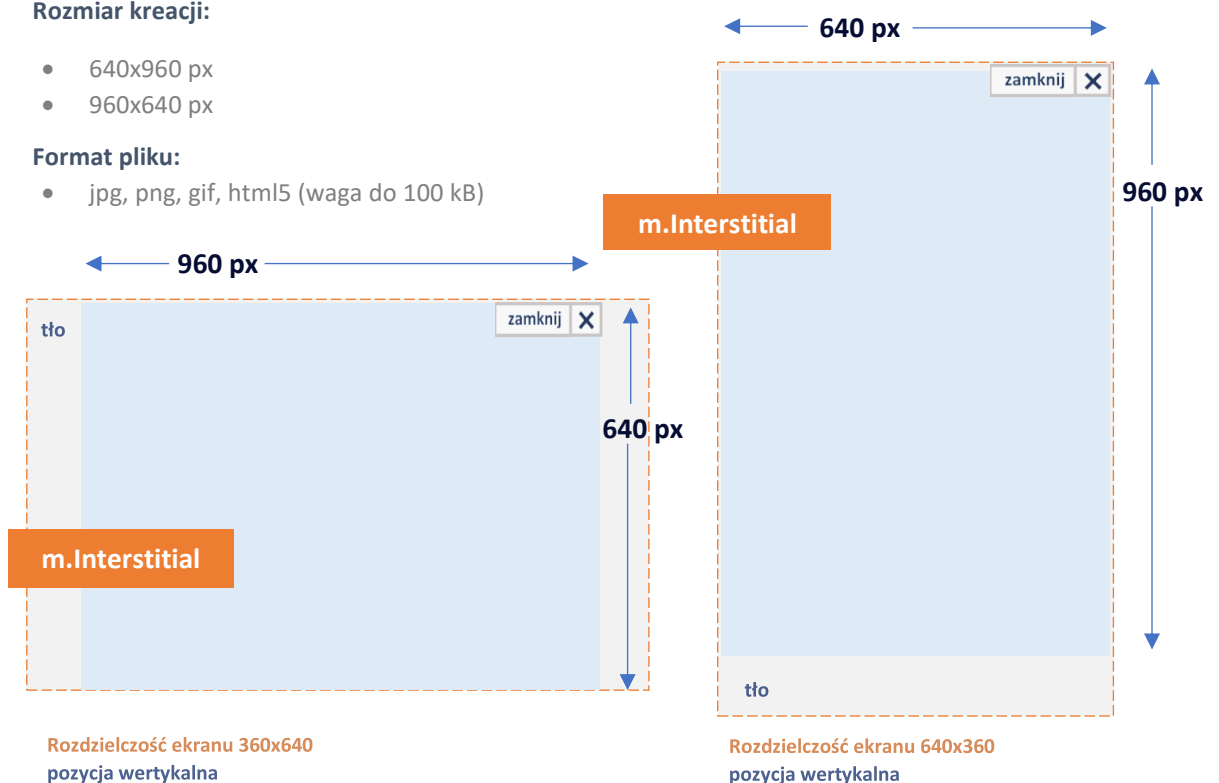
- 13. m.Interstitial** to pełnoekranowa forma reklamowa emitowana na warstwie (ponad zawartością serwisu). Podczas emisji kreacja jest automatycznie dopasowywana do dostępnej przestrzeni okna przeglądarki przy zachowaniu oryginalnych proporcji kreacji.

Rozmiar kreacji:

- 640x960 px
- 960x640 px

Format pliku:

- jpg, png, gif, html5 (waga do 100 kB)



Specyfika formatu:

- m.Interstitial w zależności od tego w jakiej pozycji trzymane jest urządzenie wyświetlany jest w dwóch wersjach (pionowej 640x960 lub poziomej 960x640 px);
- kreacja musi posiadać wyraźnie widoczny zamykacz (przycisk "Zamknij X") w prawym górnym rogu o wymiarach minimum 50x20 px;
- forma zamyka się automatycznie po 15 sek. lub po kliknięciu w zamykacz;
- kreacja, za dodatkową dopłatą cennikową, może zawierać osadzony materiał video, który będzie odtwarzany po wyraźniej interakcji użytkownika;
- w przypadku, gdy zachowanie proporcji kreacji nie pozwala na zajęcie przez nią 100% okna przeglądarki, kreacja przylega do centralnej części górnej krawędzi okna przeglądarki, a za kreacją pojawia się jednolite tło. Istnieje możliwość zdefiniowania dedykowanego koloru tła - jeśli zleceniodawca chce go określić samodzielnie prosimy o dostarczenie informacji o wybranym kolorze (informacja ta powinna zostać podana w standardzie RGB).

Uwaga:

Informacje o najpopularniejszych rozdzielczościach ekranów dla poszczególnych typów urządzeń można znaleźć m.in. w ramach Rankingu Gemius, dostępnego na stronie: <http://ranking.gemius.com/pl/ranking/resolutions/>

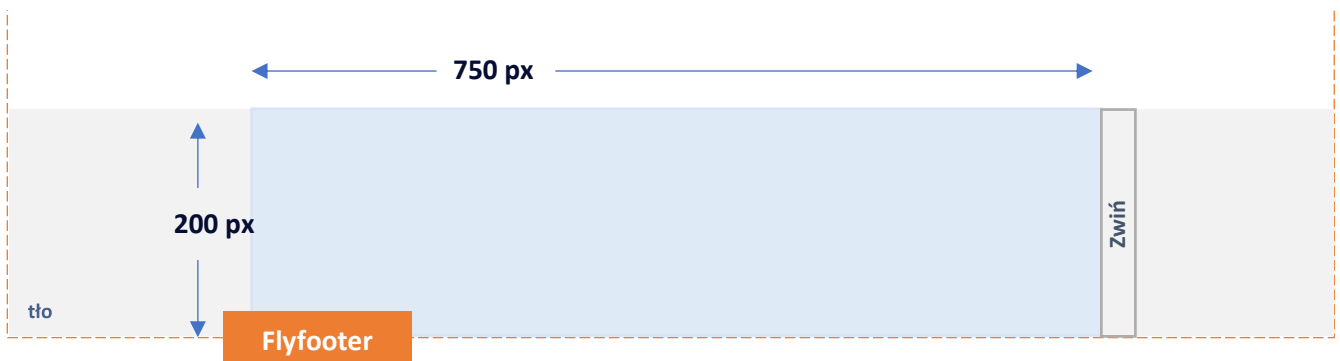
Formaty layerowe to reklamy emitowane na warstwie (przysłaniające naturalny content strony lub aplikacji).

- 14. Flyfooter** jest formą reklamową emitowaną na warstwie (ponad zawartością serwisu), która przylega do dolnej krawędzi okna przeglądarki. Jest złożona z formatu Double Billboard oraz tak zwanej "zwijarki", która umożliwi Użytkownikowi ukrycia kreacji po kliknięciu w nią.

Materiały niezbędne do emisji:

- [Double Billboard 750x200 px](#)
- Zwijarka

Zwijarka to grafika o rozmiarach 30x200 px w formacie gif/ jpg/ png z treścią informującą użytkownika o możliwości zwinięcia i rozwinięcia kreacji. Istnieje możliwość zdefiniowania 2 różnych przycisków. Jednego z treścią "Zwiń" drugiego z treścią "Rozwiń". Należy jednak pamiętać, aby frazy "Zwiń/Rozwiń" były napisane czcionką wielkości min. 12 px i znajdowały się na nieprzezroczystym tle.



Informacje dodatkowe: standardowo po obu stronach kreacji widoczny jest półprzezroczysty szary pas, zajmujących 100% szerokości okna przeglądarki (pełni on funkcje tła dla formatu).

Istnieje możliwość określenia alternatywnej (jednolitej i nieklikalnej) kolorystyki tła - informacja o kolorze powinna zostać podana w standardzie RGB.

Kreacja, za dodatkową dopłatą cennikową, może zawierać osadzony materiał video jednak ze względu na specyfikę formatu nie zalecamy emisji spotu dłuższego niż 10-15 sekund.

15. Interstitial to pełnoekranowa forma reklamowa emitowana na warstwie (ponad zawartością serwisu).

Rozmiar kreacji:

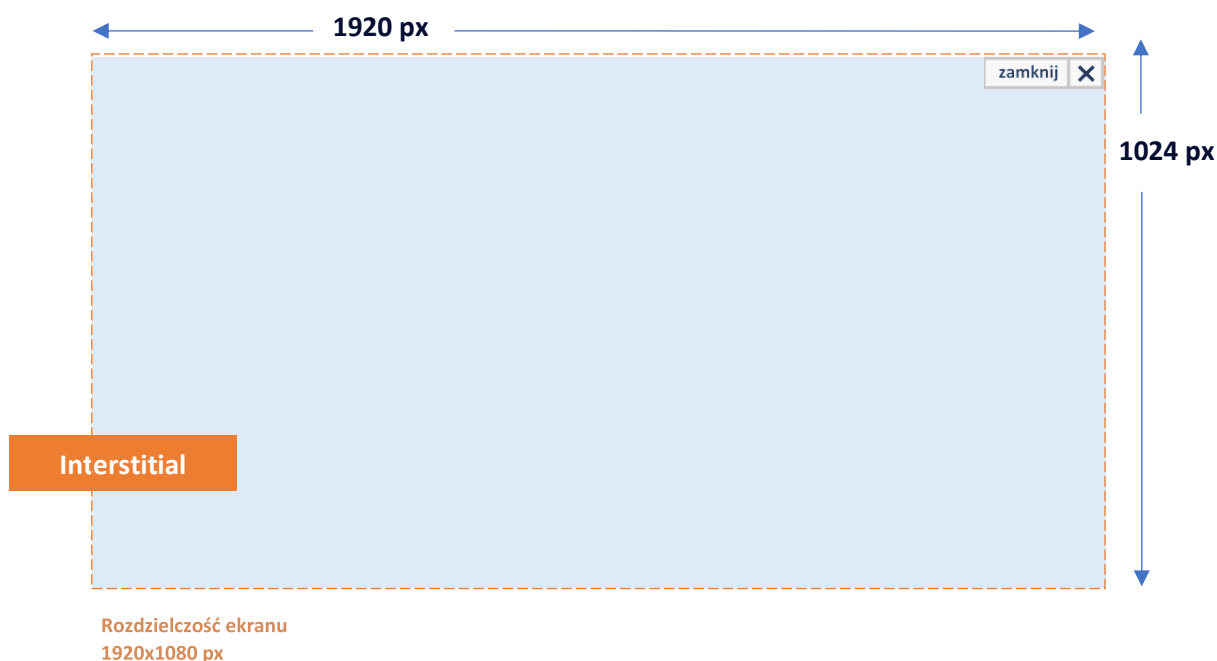
- 1920x1024 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 100 kB)
- html5 (waga do 300 kB)

Specyfika formatu:

- Podczas emisji kreacja jest **automatycznie dopasowywana do dostępnej przestrzeni okna przeglądarki** przy zachowaniu oryginalnych proporcji kreacji.
- W przypadku, gdy zachowanie proporcji kreacji nie pozwala na zajęcie przez nią 100% okna przeglądarki, kreacja przylega do centralnej części górnej krawędzi okna przeglądarki, a za kreacją pojawia się jednolite tło. Istnieje możliwość zdefiniowania dedykowanego koloru tła - jeśli zleceniodawca chce go określić samodzielnie prosimy o dostarczenie informacji o wybranym kolorze (informacja ta powinna zostać podana w standardzie RGB.)
- Kreacja musi posiadać wyraźnie widoczny **zamykacz** (przycisk "Zamknij X") w prawym górnym rogu o wymiarach minimum 50x20 px.
- Forma zamyka się automatycznie po 15 sek. lub po kliknięciu w zamykacz,
- Kreacja, za dodatkową dopłatą, może zawierać osadzony materiał video, jednak ze względu na specyfikę formatu nie powinien trwać on dłużej niż 10-15 sekund.



Artykuł sponsorowany to forma wsparcia komunikacji marketingowej zbliżona do tekstu redakcyjnego serwisu, na którym jest publikowana. Ideą artykułu sponsorowanego jest przekazanie odbiorcy informacji o danym produkcie bądź usłudze w subtelny (nienachalny sposób) – najczęściej ma formę wywiadu lub tekstu eksperckiego.

Każdy z serwisów posiada własne wytyczne, co do artykułów sponsorowanych, poniższe informacje to jedynie zbiór dobrych praktyk, o których warto pamiętać przy tworzeniu materiałów:

- a) Treść artykułu powinna być przesłana w pliku tekstowym (dopuszczalne rozszerzenia: doc, docx, odt, txt).
- b) Materiał tekstowy powinien mieć charakter unikalny (nie powinien być zamieszczany na innych serwisach w tej samej wersji), a język wypowiedzi używany w nim był zrozumiały dla standardowego odbiorcy serwisu (niektórzy wydawcy sprawdzają wartość merytoryczną i stylistyczną artykułu przed jego publikacją zalecamy więc przesłanie materiałów min. 5 dni roboczych przed planowaną datą publikacji artykułu).
- c) Jeśli serwis dopuszcza możliwość zamieszczenia zdjęć powinny być one przesłane w oddzielnych plikach graficznych (dopuszczalne rozszerzenia: jpg, jpeg, png).
- d) Każdy plik graficzny oraz zdjęcie powinny być opatrzone informacją o źródle i prawach autorskich.
- e) Zalecana rozdzielczość zdjęć i plików graficznych to 72 lub 96 dpi.
- f) Artykuły w zależności od charakteru materiału i wytycznych serwisu będzie oznaczony jako materiał sponsorowany lub materiał partnera.

Mailing to forma wsparcia komunikacji marketingowej polegająca na wysyłce wiadomości e-mail do bazy mailingowej wydawcy.

Każdy z serwisów (baz mailingowych) posiada własną specyfikację mailingową, poniższe wytyczne to jedynie zbiór ogólnych zasad dla wysyłek organizowanych za pośrednictwem Ströer Digital Media. Aby uzyskać dokładną specyfikację (szczególnie jeśli chodzi o maksymalną wagę mailingu) skontaktuj się ze swoim opiekunem klienta.

Paczka materiałów do mailingu oprócz samych kreacji musi zawierać plik tekstowy z:

- tematem mailingu;
- informacją o zleceniodawcy mailingu;
- adresem zwrotnym umożliwiającym odpowiedź na wiadomość;
- adresami mailowymi do wysyłki testowej mailingu - na te adresy przyjdzie testowa wysyłka, dzięki której będziemy w stanie sprawdzić czy kreacja wyświetla się poprawnie i jest właściwie oskryptowana.

Zgodnie z wytycznymi IAB Polska wysyłka mailingowa musi być realizowana z adresu i z podpisem WŁAŚCICIELA BAZY. Jeżeli wysyłka reklamowa jest realizowana dla innej firmy przyjęto, iż jest ona także wymieniana w podpisie Nadawcy, a odpowiedzi na wysyłkę kierowane są na jej adres e-mail.

Przykład:

Adres nadawcy: mail@serwis.pl

Nadawca: Serwis / Zleceniodawca mailingu

Adres zwrotny: mail@zleceniodawcamailingu.pl

Tytuł mailingu oraz nazwa nadawcy nie może wprowadzać odbiorcy w błąd, a w szczególności nie może imitować zwykłej korespondencji z użytkownikiem (np. RE, FW, itp.) lub sugerować, że przesyłka jest korespondencją prywatną.

Wytyczne ogólne przy tworzeniu kreacji html:

- kreacja mailingowa powinna być zbudowana na tabelach (pozwalają one ustawić stałą szerokość wyświetlanego obiektu bez użycia stylów);
- do wyśrodkowania treści wiadomości zalecamy używanie tabel z atrybutem align="center";
- kreacja przygotowywana w formacie html powinny być zgodne ze standardem W3C dla html 4.01 (<http://www.w3.org/TR/html401/>);
- w kodzie mailingu nie mogą być zamieszczane JavaScript'y, elementy dynamicznego html oraz obiekty Active X (np. animacje flash);
- całkowita szerokość mailingu nie powinna być **większa niż 600 px**;
- wszelkie dodatkowe kody mierzące zleceniodawcy powinny być wpięte w kreację i przesłane jako jeden plik html;
- wskazane jest tworzenie e-maili tak, aby ich waga była najmniejsza - zalecana waga to 100 kB.

PushBar to nieinwazyjna forma reklamowa emitowana tylko na urządzeniach typu desktop (PC, laptopy), która została "przyklejona" do górnej krawędzi okna przeglądarki. Format ten składa się z 3 kreacji reklamowych emitowanych sekwencyjnie. Sekwencje uruchamiają określone akcje użytkownika.

Materiały niezbędne do emisji:

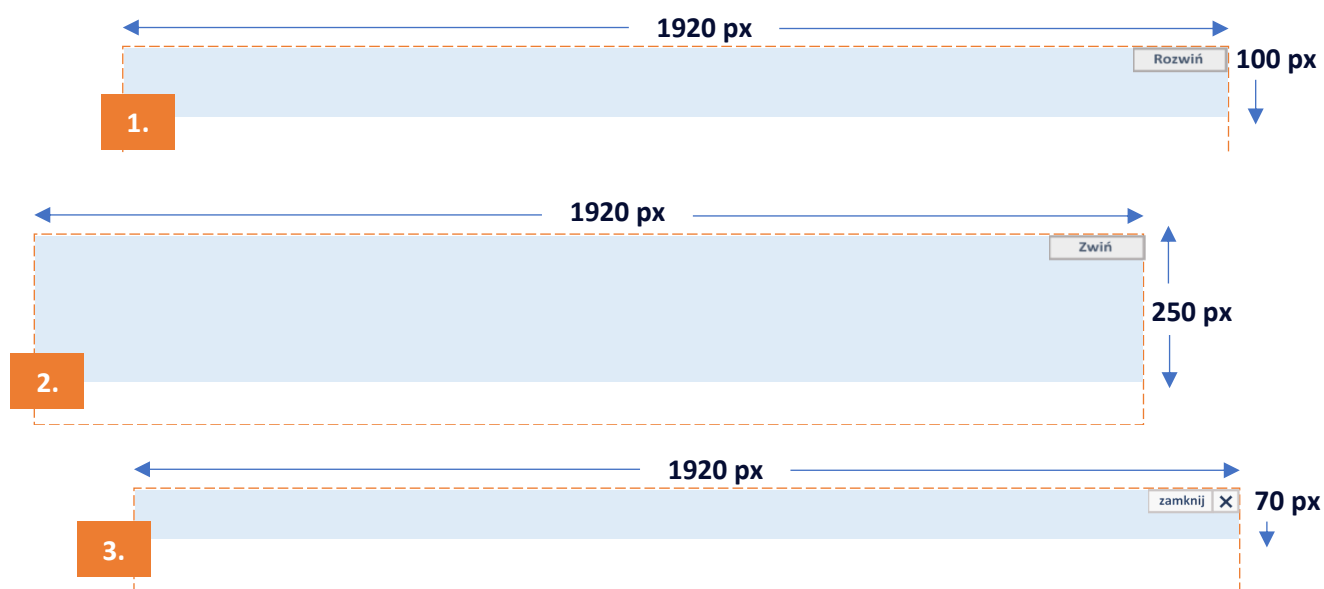
- kreacja 1920x100 px
- kreacja 1920x250 px
- kreacja 1920x70 px

Łączna waga kreacji nie powinna przekroczyć 200 kB, a pliki powinny być przygotowane w formacie jpg, png lub gif.

Uwaga:

Informacje o najpopularniejszych rozdzielczościach ekranów dla poszczególnych typów urządzeń można znaleźć m.in. w ramach rankingu Gemius, dostępnego na stronie:

<http://ranking.gemius.com/pl/ranking/resolutions/>



Specyfika formatu:

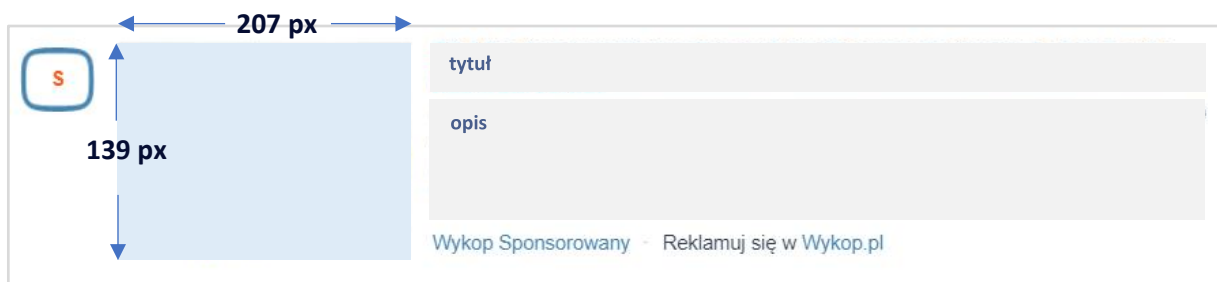
- Pierwotnie (przed rozwinięciem) widoczna jest tylko kreacja o wymiarach 1920x100 px, zawierająca w górnym prawym rogu przycisk "Rozwiń" informujący użytkownika o możliwości interakcji z formatem. Przycisk ten powinien mieć obszar klikalny o wymiarach minimalnych 50x20 px (zalecany wymiar 100x40 px).
- Po kliknięciu w przycisk "Rozwiń" treść serwisu jest przesuwana w dół o 150 px, a kreacja automatycznie zostaje podmieniona na format 1920x250 px. Format ten musi zawierać przycisk "Zwiń" w prawym górnym rogu, o wymiarach minimalnych 50x20 px (zalecany wymiar 100x40 px).
- Po kliknięciu w przycisk "Zwiń" lub przescrollowaniu serwisu w dół kreacja zostaje podmieniona na format 1920x70 px z "[Zamykaczem](#)" w górnym prawym rogu o wymiarach minimalnych 50x20 px.
- Szerokość formatu jest dostosowywana do rozdzielczości ekranu z którego korzysta użytkownik, dlatego zalecamy by główny przekaz reklamowy został rozplanowany w taki sposób aby mieścił się w centralnej części banera w ramach powierzchni o szerokości do 1 366 px.
- Kliknięcie w banery poza obszarem "Zwiń", "Rozwiń" i "Zamknij" powoduje przekierowanie użytkownika na adres docelowy zdefiniowany przez klienta (np. na stronę www klienta).

Formaty dedykowane pod konkretnych wydawców

- 16. Wykop sponsorowany** to natywna forma reklamowa, dedykowana dla serwisu wykop.pl, wyświetlana na 3 i 4 miejscu na Stronie Głównej oraz w sekcji Wykopalisko serwisu (jest to miejsce, w którym dodawane są wszystkie znaleziska, czyli materiały warte przeczytania). Jej format przypomina naturalne wpisy na serwisie, dzięki czemu użytkownicy chętniej go czytają, a adBlocki nie blokują.

Format składa się z:

- grafiki o rozmiarach 207x139 px w formacie jpg lub png;
- tytuł (maksymalnie 80 znaków razem ze spacjami);
- opisu (maksymalnie 200 znaków razem ze spacjami).



Specyfika formatu:

- Po kliknięciu w wykop sponsorowany użytkownik jest przekierowywany na adres docelowy zdefiniowany przez klienta (np. na stronę www klienta).
- Kreacja może zawierać materiał video zasasyany bezpośrednio z [YouTube](#) lub [Vimeo](#). W tym wypadku po kliknięciu w kreację użytkownik pozostaje na serwisie, a materiał jest odtwarzany bezpośrednio z playera serwisu społecznościowego na którym jest osadzony.

17. Komunikat startowy to baner emitowany zaraz po zalogowaniu do komunikatora GG, którego nie ma możliwości zamknięcia przed upływem 10 sekund.

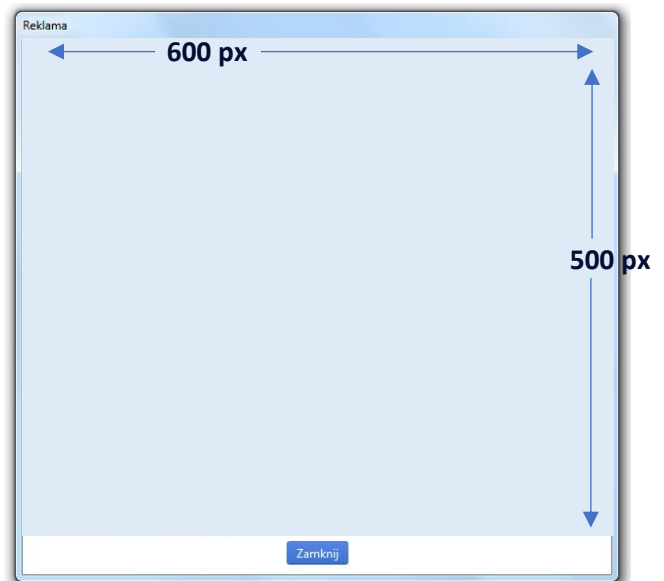
Rozmiar kreacji:

- 600x500 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 60 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Informacje dodatkowe: kliknięcie w baner powoduje przejście na adres docelowy zdefiniowany przez klienta (np. na stronę www klienta). W ramach komunikatora nie ma technicznej możliwości emisji kreacji z kodów emisyjnych.



18. Baner w oknie rozmowy emitowany jest w aktywnym oknie rozmowy komunikatora GG.

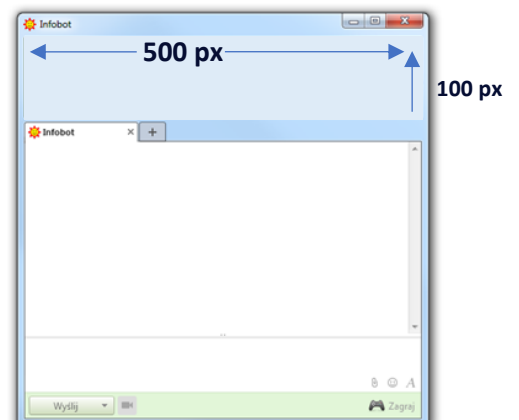
Rozmiar kreacji:

- 500x100 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 40 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Informacje dodatkowe: w ramach komunikatora nie ma technicznej możliwości emisji kreacji z kodów emisyjnych.



19. Baner w oknie kontaktów emitowany jest nad listą kontaktów komunikatora GG.

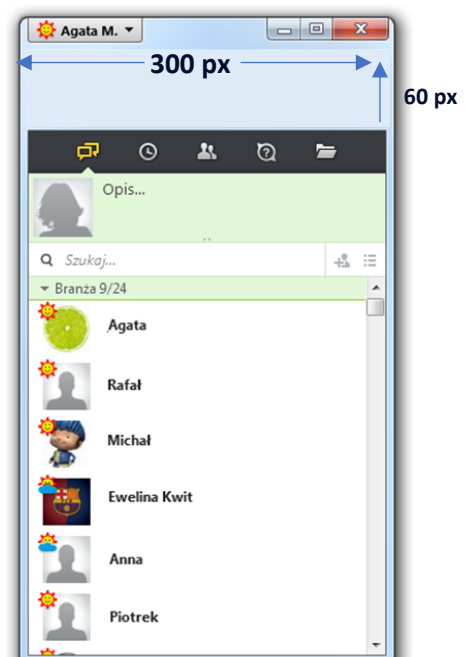
Rozmiar kreacji:

- 300x60 px

Format pliku:

- jpg, png, gif (waga do 40 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Informacje dodatkowe: w ramach komunikatora nie ma technicznej możliwości emisji kreacji z kodów emisyjnych.



- 20. Komunikat 2** to baner emitowany jest gdy użytkownik „powróci” do komputera. Emisja następuje po wykryciu ruchu kursora myszki po minimum 10 minutowym braku aktywności na komputerze. Komunikat jest wyświetlany maksymalnie 1 raz na godzinę, gdy na komputerze jest aktywny (włączony) komunikator GG.

Rozmiar kreacji:

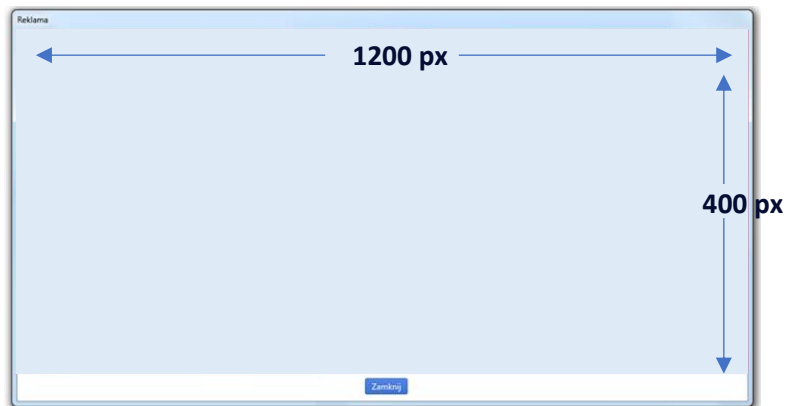
- Do 1200x400 px

Format pliku:

- jpg, png, gif
(waga do 40 kB)
- html5 (waga do 150 kB)

Specyfika formatu:

- W ramach komunikatu 2 można wyemitować dowolny baner mieszczący się w wymiarach 1200x400 px (np. baner o wymiarach 1200x200, lub 400x400 px).
- Kliknięcie w baner powoduje przejście na adres docelowy zdefiniowany przez klienta (np. stronę www klienta).
- W ramach komunikatora nie ma technicznej możliwości emisji kreacji z kodów emisyjnych.



Formaty video

- 21. Vistital** to interaktywny, pełnoekranowy i layerowy format video inicjowany po interakcji użytkownika z wybraną przez klienta (dowolną płaską) "formą inicjującą".

Materiały niezbędne do emisji formatu:

- Format inicjujący.
- Materiał video zajmujący spot w formie inicjującej (mp4, do 15 sekund, waga do 1 MB).
- Tło dla kreacji pełnoekranowej (sugerowany rozmiar 1920x1024 px, waga do 150 kB).
- Główny materiał video (mp4, do 60 sekund, waga do 2 MB).

Sugerowane formaty inicjujące to:

- [Rectangle 300x250 px](#)
- [Halfpage 300x600 px](#)
- [Double Billboard 750x200 px](#)
- [Triple Billboard 750x300 px](#)
- [Wideboard 940x300 px](#)

Specyfika formatu inicjującego:

- Każda z form inicjujących powinna mieć osadzony materiał video, który będzie zajmował video emitowane w formie pełnoekranowej.
- Materiał ten powinien być nie dłuższy niż 15 sekund, a waga video nie powinna przekroczyć 1 MB.
- Standardowo po pierwszym zainicjowaniu kreacji pełnoekranowej player z video znika z formatu inicjującego ujawniając na banerze treść znajdującą się pod nim, dodatkowo po kliknięciu w baner z ukrytym playerem użytkownik jest przekierowywany na adres docelowy (np. stronę www klienta).
- **Kreacja pełnoekranowa inicjowana** jest przez najechanie na kreację kursorem myszki i przytrzymanie go na kreacji przez 3 sekundy lub przez kliknięcie w kreację.

Specyfika formatu pełnoekranowego:

- Vistitial standardowo składa się ze skalowanego tła, która wypełnia 100% okna przeglądarki oraz playera, w ramach którego znajduje się materiał video o długości do 60 sekund i wadze do 2 MB.
- Po zakończeniu emisji spotu player znika, a na kreacji odśłania się dwa obszary klikalne (przycisk umożliwiający ponowne obejrzenie spotu i przycisk umożliwiający przekierowanie użytkownika na adres docelowy zdefiniowany przez reklamodawcę).
- Stałym elementem kreacji pełnoekranowej jest również [zamykacz](#) (przycisk "Zamknij X") w prawym górnym rogu o wymiarach minimum 50x20 px, który inicjuje całkowite zamknięcie kreacji.

Na tapecie mogą znajdować się również dodatkowe elementy interaktywne typu:

- g)** galeria zdjęć;
- h)** przyciski społecznościowe;
- i)** materiały tekstowe;
- j)** zajawki dodatkowych materiałów video;
- k)** zegar odliczający do dnia premiery produktu/ filmu;
- l)** mini aplikację typu formularz kontaktowy;
- m)** inne materiały pozwalające na lepsze zaprezentowanie promowanego produktu/wydarzenia.

Sugerowane szablony wykorzystujące dodatkowe materiały osadzone na tapecie można sprawdzić pod adresem: <http://formaty.stroerdigital.pl/szablony.html#>.

W ramach zlecenia istnieje możliwość złożenia (na podstawie materiałów graficznych i video dostarczonych przez zleceniodawcę) kreacji typu Vstital wraz z banerem inicjującym format. Wszystkie materiały składowe, oprócz spotu video, powinny być dostarczone w wersji edytowalnej (otwartej). W celu omówienia szczegółów prosimy o kontakt z opiekunem klienta.

22. Vstitial Expand Layer to szczególny rodzaj Vstitial'a inicjowany przez formę emitowaną na warstwie (ponad zawartością serwisu).

Materiały niezbędne do emisji formatu:

- Layer (rozmiar do 750x550 px, waga do 100 kB, format pliku jpg, png, gif, html5).
- Materiał video zajmujący spot w formie inicjującej (mp4, do 15 sekund, waga do 1 MB).
- Tło dla kreacji pełnoekranowej (sugerowany rozmiar 1920x1024 px, waga do 150 kB).
- Główny materiał video (mp4, do 60 sekund, waga do 2 MB).

Specyfikacja formatu inicjującego:

- Maksymalny rozmiar kreacji 750x550 px.
- Maksymalna waga dla kreacji to 100 kB + ewentualnie materiał video nie dłuższy niż 15 sekund, o wadze maksymalnej nie przekraczającej 1 MB.
- Kreacja może zawierać prześwitujące obszary, które musi być nieklikalne (rozwiązanie to pozwala nadać kreacji niestandardowy kształt, który pozwoli lepiej przyciągnąć uwagę użytkownika).
- Czas emisji kreacji wynosi 15 sekund - po tym czasie kreacja powinna wywołać identyczną jak w zamykaczu funkcję `getURL`:

```
function closead() {XD.callFunction('close');}
```

Wywoływana funkcja może nazywać się dowolnie. Treść funkcji jest stała, a cała funkcja musi zostać umieszczona tuż po inicjalizacji mechanizmu XD. Jeśli klient zechce użyć swojej funkcji, nie stanowi to problemu, o ile będzie w funkcji istniała linia:

```
XD.callFunction('close');
```

Znaczenie funkcji: wywołanie jej powoduje wysłanie informacji do okna-rodzica o potrzebie zamknięcia reklamy (efektywnie - usunięcia ramki z dokumentu okna-rodzica).

Kreacja pełnoekranowa inicjowana jest przez najechanie na kreację kursorem myszki i przytrzymanie go na kreacji przez 3 sekundy lub przez kliknięcie w kreację.

Specyfika formatu pełnoekranowego:

- Vstitial standardowo składa się ze skalowanego tła, które wypełnia 100% okna przeglądarki oraz playera, w ramach którego znajduje się materiał video o długości do 60 sekund i wadze do 2 MB.
- Po zakończeniu emisji spotu player znika, a na kreacji odświeżają się dwa obszary klikalne (przycisk umożliwiający ponowne obejrzenie spotu i przycisk umożliwiający przekierowanie użytkownika na adres docelowy zdefiniowany przez reklamodawcę).
- Stałym elementem kreacji pełnoekranowej jest również [zamykacz](#) (przycisk "Zamknij X") w prawym górnym rogu o wymiarach minimum 50x20 px, który inicjuje całkowite zamknięcie kreacji.

Na tapecie mogą znajdować się również dodatkowe elementy interaktywne typu:

- n)** galeria zdjęć;
- o)** przyciski społecznościowe;
- p)** materiały tekstowe;
- q)** zajawki dodatkowych materiałów video;
- r)** zegar odliczający do dnia premiery produktu/filmu;
- s)** mini aplikację typu formularz kontaktowy;
- t)** inne materiały pozwalające na lepsze zaprezentowanie promowanego produktu/ wydarzenia.

Sugerowane szablony wykorzystujące dodatkowe materiały osadzone na tapecie można sprawdzić pod adresem: <http://formaty.stroerdigital.pl/szablony.html#>.

W ramach zlecenia istnieje możliwość złożenia (na podstawie materiałów graficznych i video dostarczonych przez zleceniodawcę) kreacji typu Vstital wraz z banerem inicjującym format. Wszystkie materiały składowe, oprócz spotu video, powinny być dostarczone w wersji edytowalnej (otwartej). W celu omówienia szczegółów prosimy o kontakt z opiekunem klienta.

23. Welcome Vstital to szczególny rodzaj Vstital'a emitowany z pominięciem formatu inicjującego (użytkownik od razu widzi format pełnoekranowy emitowanie na warstwie).

Specyfika formatu:

- Vistital standardowo składa się ze skalowanego tła, która wypełnia 100% okna przeglądarki, oraz playera w ramach którego znajduje się materiał video o długości do 60 sekund i wadze do 2 MB.
- Po zakończeniu emisji spotu player znika, a na kreacji odśtania się dwa obszary klikalne (przycisk umożliwiający ponowne obejrzenie spotu i przycisk umożliwiający przekierowanie użytkownika na adres docelowy zdefiniowany przez reklamodawcę).
- Stałym elementem kreacji pełnoekranowej jest również [zamykacz](#) (przycisk "Zamknij X") w prawym górnym rogu o wymiarach minimum 50x20 px, który inicjuje całkowite zamknięcie kreacji.

Na tapecie mogą znajdować się również dodatkowe elementy interaktywne typu:

- a)** galeria zdjęć;
- b)** przyciski społecznościowe;
- c)** materiały tekstowe;
- d)** zajawki dodatkowych materiałów video;
- e)** zegar odliczający do dnia premiery produktu/filmu;
- f)** mini aplikację typu formularz kontaktowy;
- g)** oraz inne materiały pozwalające na lepsze zaprezentowanie promowanego produktu/wydarzenia.

Sugerowane szablony wykorzystujące dodatkowe materiały osadzone na tapecie można sprawdzić pod adresem: <http://formaty.stroerdigital.pl/szablony.html#>.

W ramach zlecenia istnieje możliwość złożenia (na podstawie materiałów graficznych i video dostarczonych przez zleceniodawcę) kreacji typu Vstitial wraz z banerem inicjującym format. Wszystkie materiały składowe, oprócz spotu video, powinny być dostarczone w wersji edytowalnej (otwartej). W celu omówienia szczegółów prosimy o kontakt z opiekunem klienta.

24. Pre-roll jest reklamą typu in-stream. Ma formę krótkiego spot video emitowanego przed materiałem docelowym (np. własnymi materiałami video wydawcy lub grammi flash).

Specyfika formatu:

- Maksymalny czas trwania spotu to w zależności od zamówienia 15 lub 30 sekund.
- Preferowane proporcje dla spotu to 16:9 (istnieje możliwość emisji filmu o proporcjach 4:3, 16:10, 18:10, jednak wówczas materiał będzie prezentowany z czarnym tłem wokół materiału tak by pokryć 100% okna playera).
- Dodatkowo obowiązkowy poziom głośności -23 LUFS, zgodny z rekomendacją European Broadcasting Union: <https://tech.ebu.ch/docs/r/r128.pdf>.
- W ramach zamówienia Ströer Digital Media dokonuje konwersji przesłanego materiału formatu video do formatu właściwego z możliwie jak najwyższą jakością tak, aby nie przekraczał on 2 MB.

25. Intext video jest formą reklamową typu out-stream emitowaną pomiędzy treściami własnymi wydawcy (np. pośrodku artykułu). Emisja polega na dynamicznym rozsunięciu treści strony i osadzeniu w to miejsce playera video dopasowanego do szerokości contentu strony.

Specyfika formatu pełnoekranowego:

- Czas trwania spotu reklamowego uzależniony jest od szczegółów zlecenia i może wynosić 15 lub 30 sekund.
- Materiał na urządzeniach typu desktop odpalany jest automatycznie natomiast na urządzeniach przenośnych dopiero po interakcji użytkownika (kliknięciu w przycisk play lub najechanie na kreację kursorem przez co najmniej 1 sekundę).
- Dźwięk w kreacji uruchamiany jest dopiero po wyraźniej interakcji użytkownika z kreacją.

Materiały video należy przygotować według specyfikacji dla formy [Pre-roll](#).