



## Specyfikacja techniczna form reklamy oferowanych przez Internetow Sie Reklamow Ad.net

12'2006

Aktualna wersja specyfikacji do pobrania pod adresem:  
[http://www.adnet.pl/download/Adnet\\_Specyfikacja.pdf](http://www.adnet.pl/download/Adnet_Specyfikacja.pdf)

## Spis treści

Specyfikacja techniczna form reklamy oferowanych przez Internetow Sie Reklamow Ad.net .....	1
ZAŁO ENIA OGÓLNE .....	3
KOMPLET MATERIAŁÓW .....	4
SCHEMAT PRZESYŁANIA KREACJI: .....	4
SCHEMAT NAZEWNICTWA KREACJI: .....	4
SCHEMAT PRZESYŁANIA URL: .....	4
FORMY REKLAMY .....	4
FORMY REKLAMY BANEROWEJ .....	4
REKLAMA POPUP – OWA .....	7
POP UP / POP UNDER .....	7
POLTERGEIST / INTERSTITIAL .....	7
REKLAMA EMITOWANA NA WARSTWIE (LAYER) .....	8
BRANDMARK .....	9
TOP LAYER .....	10
SCROLL .....	10
SCROLLER / SCROLL FOOTER .....	11
FORMY BANEROWE ROZSZERZAJ CE SI (EXPANDY) .....	11
MEGAEXPANDSKY .....	12
PUSH BILLBOARD .....	13
INTROMERCIAL .....	14
REKLAMA XHTML .....	14
FAVOURITE AD .....	15
REKLAMA W PALMTOPACH .....	15
REKLAMA SMS .....	18
MAILING REKLAMOWY .....	18
DOKLEJKI DO NEWSLETTERÓW .....	19
KANAŁY RSS .....	20
STREAMING .....	21
SPOTLIGHT .....	24
INFORMACJE WA NE I PRZYDATNE! .....	25

## ZAŁOŻENIA OGÓLNE

Przygotowanie kreacji dla adserwera Ad.net:

1. **Wymagamy przesłania jednorazowo kompletu kreacji na cały okres trwania kampanii** (pkt. Komplet kreacji, str. 6). W innym przypadku nie gwarantujemy terminowego sprawdzenia materiałów.
2. Kreacje **muszą być dokładne, założyć swój wymiar i wagi nie wskazane w tabelach** dotyczących konkretnych form reklamy.
3. Kreacje .swf przygotowywane dla systemu adserwerowego Ad.net **muszą być przygotowane za pomocą kreacji .gif lub .jpg**. Kreacje za pomocą nie są wymagane dla form: toplayer, brandmark, poltergeist, a dla formy typu expand kreacja za pomocą powinna mieć rozmiar stanu „nierozwiniętego”.
4. **Przed przygotowaniem kreacji dla danej kampanii należy sprawdzić, jakie formy reklamowe dostępne są na danej witrynie**. Jeśli witryna należy do sieci Ad.net (<http://adnet.pl/index.php?id=cennik>), należy zwrócić uwagę np. czy dana witryna używa banerów 468x60, czy billboardów 750x100 pikseli.
5. Wraz z kompletem kreacji **musi być dostarczony heksadecymalny kolor tła dla kreacji .swf**. Punkt pomijamy, jeżeli tło jest białe (#FFFFFF). Wymóg ten może być zaniewany, także w przypadku gdy kreacja jest formą layerów (czyli bez html-owego tła, np. brandmark, toplayer). Ad.net nie ponosi odpowiedzialności za zmiany wyglądu kreacji wynikające z zaniechania wymagania z tego punktu.
6. Wraz z kompletem kreacji **musi być dostarczony url lub url'e, na jakie mają odnosić się kreacje** (pkt. Komplet materiałów, str. 1).
7. **Kreacje .swf typu Poltergeist/Interstitial nie mogą być w wersji wyszej niż 5.**
8. **Kreacje inne niż wymienione w punkcie 6, nie mogą być przygotowane w wersji wyszej niż 7.**
9. Kreacje .swf typu Toplayer mogą mieć dowolny rozmiar, jednak **w przypadku form pełnoekranowych należy szczególnie pamiętać o dostarczeniu kodu serwującego tego wraz z kreacją**.
10. **Zabronione jest tworzenie kreacji zawierających dodatkowe elementy** lub odwołujących się do zewnętrznych plików (np.: streaming w kreacjach .swf). Wyjątkiem są kreacje, których założeniem jest takie właśnie działanie.
11. **Zabronione jest używanie skryptów zmieniających okno przeglądarki** (wymiar, położenie). Wyjątkiem stanowią kreacje, których założeniem są właśnie takie działania.
12. **Zabronione jest używanie skryptów ładujących interakcję użytkownika (e-tuning).**
13. Nie będą przyjmowane kreacje powodujące wystąpienie błędów lub ostrzeżeń podczas serwowania reklamy.
14. **Ad.net nie zajmuje się przygotowaniem kodów serwujących do reklam**. Podane linki do kodów są materiałami przykładowymi mającymi na celu pokazanie, w jaki sposób przygotować kod współpracujący z systemem serwowującym reklamy.
15. Komplet materiałów (pkt II.) musi być **dostarczony na 4 dni robocze** przed uruchomieniem kampanii. Wyjątkiem stanowią kampanie z użyciem technologii **streaming gdzie komplet materiałów musi być dostarczony na 10 dni roboczych** przed startem kampanii (w przypadku reklamy banerowej termin przesłania materiałów wynosi **2 dni robocze**).
16. Jeśli w kampanii wymagane jest **użycie multclickTagów** (więcej niż 1 clickTag) prosimy o zaszczytne odpowiednio: `_root.clickTag1` dla 1 adresu url, `_root.clickTag2` dla 2 adresu url, itd. Prosimy o **zwrócenie szczególnej uwagi na wielkość liter**.

## KOMPLET MATERIAŁÓW

### SCHEMAT PRZESYŁANIA KREACJI:

Wszystkie materiały muszą być dostarczone jednorazowo na cały okres trwania kampanii. Jako komplet materiałów rozumie się:

- 1.1. komplet kreacji spełniających warunki specyfikacji
- 1.2. komplet aktywnych URL-i
- 1.3. kody serwujące

### SCHEMAT NAZEWNICTWA KREACJI:

1. Materiały powinny być nazywane wg następującego schematu:
  - 1.1. jedna kreacja w całej kampanii. Schemat: formareklamy\_wymiar\_wersja np.: baner\_468x60\_v1, brandmark\_300x300\_v1, popup\_250x250\_v1.
  - 1.2. konkretna kreacja na konkretną witrynę. Schemat: formareklamy\_witryna\_wymiar\_wersja np.: baner\_infor\_468x60\_v1, baner\_money\_468x60\_v1, brandmark\_wprost\_300x300\_v1.
  - 1.3. forma banerowa serwująca inną kreację. Schemat: formabanerowa\_baza\_witryna\_formaserwowana\_wymiar\_wersja np.: billboard\_baza\_wakacje\_toplayer\_300x300\_v1
2. W nazwach plików używamy wyłącznie:
  - 2.1. Małych liter, np.: brandmark\_300x300\_v1.
  - 2.2. Podkreślników: „\_”, np.: brandmark\_300x300\_v1.
  - 2.3. Cyfr, np.: brandmark\_300x300\_v1.

**Forma reklamy:** baner, brandmark, skyscraper, toplayer, poltergeist, itd.

**Wersja:** wersja pliku. Jeśli pliki będą podmieniane w kolejnych tygodniach trwania kampanii lub przesłane jest kilka kreacji w jednym wymiarze to oznaczamy je kolejno v1, v2, v3, itd. np.: baner\_money\_468x60\_v1, baner\_money\_468x60\_v2, baner\_money\_468x60\_v3.

**Witryna:** witryna, na której będzie serwowana kreacja.

**Wymiar:** wymiar kreacji, bezwzględnie wymagany w przypadku kreacji .swf.

### SCHEMAT PRZESYŁANIA URL:

URL lub komplet URL-i, na które mają przenosić kreacje powinien być przesłany w odpowiednio przygotowanej tabeli (nie jest to wymagane, jeśli w czasie trwania kampanii jest tylko jeden URL do wszystkich kreacji).

Nazwa kreacji	Url
adnet_baner_468x60_v1_d	http://www.adnet.pl/index1.html
adnet_baner_468x60_v2_d	http://www.adnet.pl/index2.html

## FORMY REKLAMY

### FORMY REKLAMY BANEROWEJ

NAZWA	FORMAT	WYMIAR	WAGA
Billboard	GIF, JPEG, SWF	750x100 pikseli	do 20 kb

<b>Baner</b>	GIF, JPEG, SWF	468x60 pikseli	do 15 kb
<b>Baner na Gadu – Gadu<sup>1</sup></b>	GIF, JPEG, SWF	400x50 pikseli	do 15 kb
<b>Komunikat Gadu-Gadu</b>	GIF, JPEG, SWF	400x265 pikseli	do 20kb
<b>Button</b>	GIF, JPEG, SWF	120x60 / 120x90 pikseli	do 8 kb
<b>Large rectangle</b>	GIF, JPEG, SWF	336x280 pikseli	do 25 kb
<b>Medium rectangle</b>	GIF, JPEG, SWF	300x250 pikseli	do 25 kb
<b>Wide Skyscraper</b>	GIF, JPEG, SWF	160x600 pikseli	do 25 kb
<b>Skyscraper</b>	GIF, JPEG, SWF	120x600 pikseli	do 25 kb

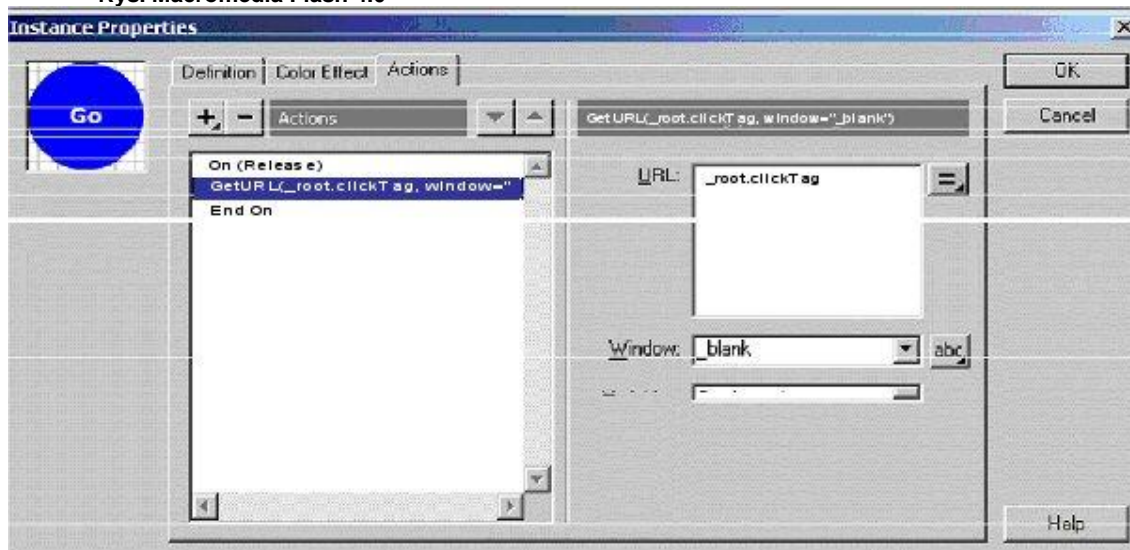
1. Przygotowanie **kreacji .GIF**;
  - 1.1. Kreacja przygotowywana musi spełniać warunki podane w tabeli powyżej.
2. Przygotowanie **kreacji .SWF**;
  - 2.1. Nad przygotowaną animacją tworzymy nową warstwę. Ustawiamy ją jako najwyższą.
  - 2.2. Rysujemy na niej prostokątny obszar, który przekształcamy na symbol – przycisk.
  - 2.3. Wchodzimy w symbol i nadajemy jego zawartości parametr przezroczystości.
  - 2.4. Do symbolu dodajemy następującą funkcję wywołania: `getURL` i ustalamy parametry:

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

**UWAGA: NA WIELKO LITER W ZMIENNEJ `_root.clickTag`**

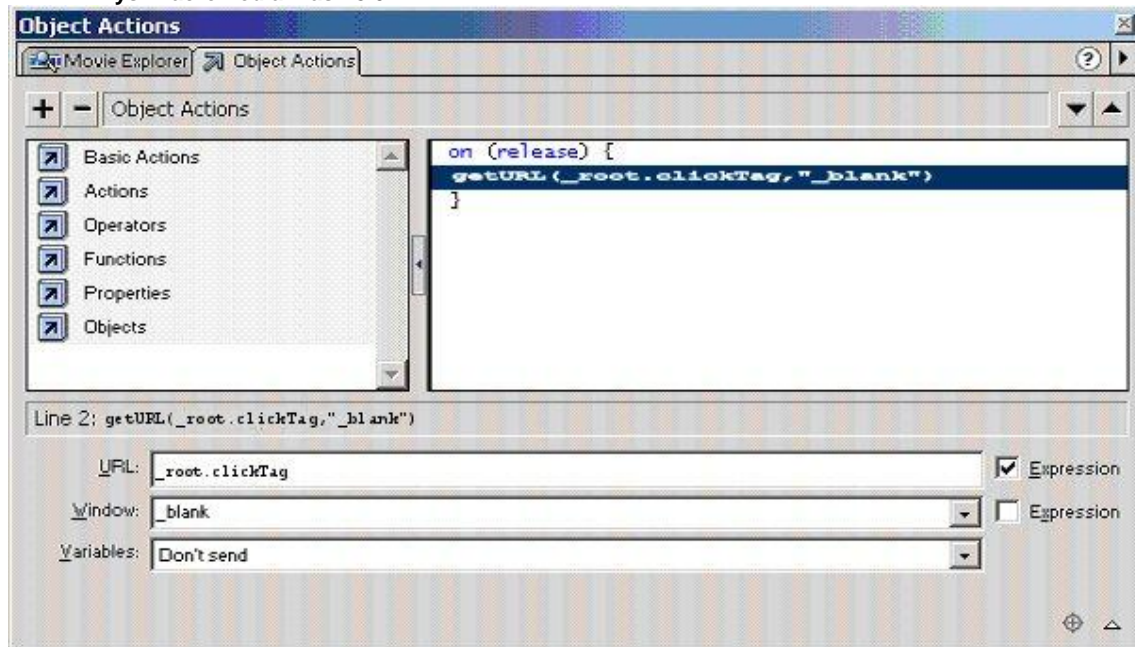
- Wraz z kreacją .swf należy dostarczyć heksadecymalny kolor tła (z wyjątkiem form layerowych)

Rys. Macromedia Flash 4.0

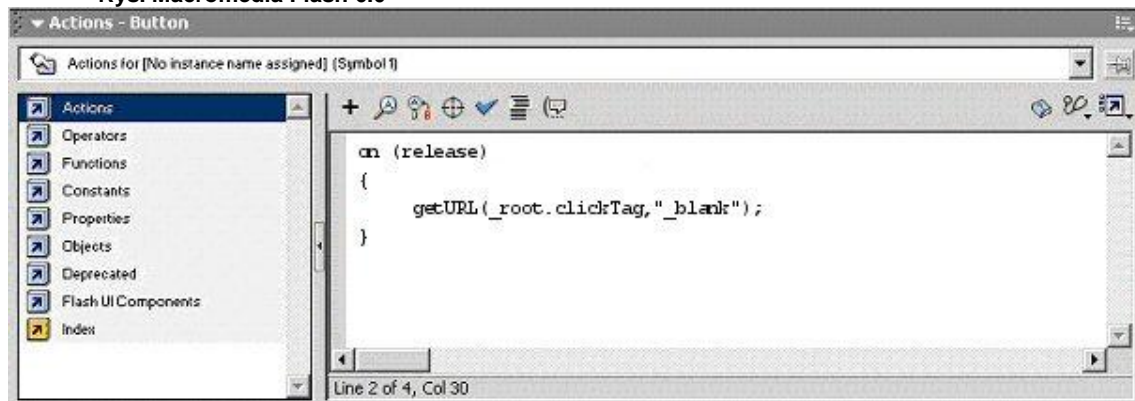


<sup>1</sup> Baner nie może zawierać dźwięków zaplonych (odtwarzanych przez cały czas wyświetlania banera lub cyklicznie). Dźwięk zawarty w banerze nie może być dłuższy niż 5 sekund.

## Rys. Macromedia Flash 5.0



## Rys. Macromedia Flash 6.0



**REKLAMA POPUP – OWA**

NAZWA	FORMAT	WYMIAR	WAGA	CZAS
Pop up	GIF, JPEG, SWF	250x250 pikseli	do 25kb	-
Pop dunder	GIF, JPEG, SWF	do 750x550 pikseli	do 30 kb	-
Poltergeist	HTML + SWF	Skala 4:3	do 30 kb	max. 10 s.

**POP UP / POP UNDER**

Komplet materiałów:

- Kod serwuj cy html do pobrania z adresów:**
  - 1.1. <http://dc.sabela.pl/files/kod/popup.html>
  - 1.2. <http://dc.sabela.pl/files/kod/popunder.html>
- Kreacja banerowa** (pop up / pop under **Powinien (ale nie musi) by** serwowany z banera).
- Kreacja okienka pop** (zgodnie z tab. powy ej) – wykonanie analogicznie w taki sam sposób jak kreacji .SWF czy .GIF.
- Materiały graficzne musz spełnia analogiczne wymogi jak kreacje banerowe opisane w odpowiednim dziale powy ej.

**POLTERGEIST / INTERSTITIAL**

Komplet materiałów:

- Przykładowy kod serwuj cy html do pobrania z adresu:**
  - 1.1. Osadzenie pliku flash: [http://dc.sabela.pl/files/kod/poltergeist\\_v2.html](http://dc.sabela.pl/files/kod/poltergeist_v2.html)
- Baner reklamowy, z którego ma by serwowana reklama pasuj cy do miejsca reklamowego na witrynie (nie jest wymagany).**
- Kreacja .swf:**
  - 3.1. Kreacja powinna by przygotowana w proporcjach 4:3,
  - 3.2. Pierwsz klatk animacji flash zostawiamy pust - umieszczamy w niej wył cznie wywołanie funkcji::

```
stop();
getURL(_root.loader, "_self");
```

(funkcja powoduje załadowanie animacji do pam ci przed jej odtworzeniem w przegl darkach: Internet Explorer 4.0, Netscape 4.0 i wy szych. Za wyj tkiem Netscape 6.0 który nie obsługuje tej funkcji i animacja pobierana jest w trakcie emisji)

- 3.3. Kreacja powinna posiada krzy yk zamykaj cy z dowi zaniem:

```
on (release)
{
    getURL(_root.adclose, "_self");
}
```

Przez poj cie „krzy yk zamykaj cy” rozumie si button prostok tny o rozmiarach nakre lonych przez ramiona krzy yka.

3.4. Warstwa button – odpowiedzialna za zliczanie reklamy powinna by przygotowana analogicznie do przygotowanie kreacja SWF

3.5. W ostatniej klatce animacji flash umieszczamy::

```
stop();
getURL(_root.adclose, "_self");
```

3.6. Kreacja powinna by rozło ona na listwie \_root co najmniej na 5 klatkach i podczas jej przygotowania uwgl dniane, i kod dokonuje preladu operuj c funkcjami play(), stopplay() z poziomu javascript.

3.7. Je li reklama jest ud wi kowiona tak e wywołanie: stopAllSounds();

## REKLAMA EMITOWANA NA WARSTWIE (LAYER)

Typ reklamy targetowanej wył cznie do przegl darek *Microsoft Internet Explorer*.

NAZWA	FORMAT	WYMIAR	WAG A	CZAS
Brandmark	GIF, SWF	300x300 pikseli	do 20 kb	-
Top layer	HTML + SWF	Skala 4:3, rekomendujemy 400x300 pikseli	do 25 kb	max 10 s. + max 20 s. element statyczny
Expand baner	GIF, SWF	468x60 pikseli + 468x240 pikseli	Do 25 kb	-
Expand billboard	GIF, SWF	750x100 pikseli + 750x400 pikseli	Do 35 kb.	-
Expand skyscraper	GIF, SWF	120x600 pikseli + 480x600 pikseli	Do 35 kb.	-
		160x600 pikseli + 640x600 pikseli		
MegaExpandSky	HTML+ SWF	100x600 pikseli + 900X600 pikesli	do 50 kb.	-
Push Billboard	GIF + SWF	750x100/750x300 pikseli	do 20 kb	
Scroll button	HTML + GIF / SWF	120x90 / 120x60 pikseli	do 8 kb	
Scroller	GIF / JPG	800 x 30 pikseli	do 10 kb	

## BRANDMARK

Forma reklamy rekomendowana do przeglądarki **Microsoft Internet Explorer 6.0** i wyśszych.

Komplet materiałów:

1. **Kod serwuj cy html do pobrania z adresu:**
  - 1.1. Osadzenie pliku flash: [http://dc.sabela.pl/files/kod/brandmark\\_v2.html](http://dc.sabela.pl/files/kod/brandmark_v2.html)
2. **Baner reklamowy, z którego ma by serwowana reklama pasuj cy do miejsca reklamowego na witrynie (nie jest koniecznie wymagany)**
3. **Kreacja .swf:**
  - 3.1. Kreacja powinna posiada krczy yk zamykaj cy z dowi zaniem:

```
on (release)
{
    getURL(_root.adclose, "_self");
}
```

Przez poj cie „krczy yk zamykaj cy” rozumie si button prostok tny o rozmiarach nakre lonych przez r amiona krczy yka.

- 3.2. Kreacja powinna posiada przycisk minimalizacji reklamy do postaci belki z dowi zaniem :

```
on (release)
{
    getURL(_root.dolittle, "_self");
}
```

W tym ksztalcie reklama odpalona z kodu serwuj cego nie mo e blokowa obszaru w przybli eniu wi kszego ni obrys belki. Rozmiar widocznego obszaru w stanie minimalizacji reguluje si parametrami liczbowymi w funkcji "bm\_min()".w kodzie serwuj cym. Niedopuszczalne, aby przezroczystry obszar wielko ci standardowej reklamy był klikalny lub uniemo liwiał klikanie na odno niki w tre ci witryny.

### UWAGA:

Dla tej kreacji **symbol button nie mo e obejmowa obszaru belki**. Kreacja przy „chwytaniu” za **belk nie mo e przenosi** na stron Klienta.

- 3.3. Kreacja powinna zawiera przycisk powrotu do standardowej wielko ci reklamy z dowi zaniem :

```
on (release)
{
    getURL(_root.doexpand, "_self");
}
```

Funkcja odpowiada za zwi kszenie obszaru widocznego do rozmiarów pocz tkowych. Rozmiar ten nale y wyregulowa warto ciami liczbowymi w funkcji "bm\_max()" w kodzie serwuj cym.

- 3.4. Obszar klikalny: Warstwa button - odpowiedzialna za zliczanie reklamy - powinna by przygotowana analogicznie do przygotowanie kreacja SWF:

## TOP LAYER

Forma reklamy rekomendowana do przeglądarki Microsoft Internet Explorer.

Komplet materiałów:

1. **Kod serwuj cy html do pobrania z adresu:**
  - 1.1. Osadzenie pliku flash: [http://dc.sabela.pl/files/kod/toplayer\\_v2.html](http://dc.sabela.pl/files/kod/toplayer_v2.html)
2. **Baner reklamowy, z którego ma by serwowana reklama pasuj cy do miejsca reklamowego na witrynie (nie jest konieczny wymagan)**
3. **Kreacja .swf:**
  - 3.1. Kreacja powinna posiada krzy yk zamykaj cy z dowi zaniem:

```
on (release)
{
    getURL(_root.adclose, "_self");
}
```

Przez poj cie „krzy yk zamykaj cy” rozumie si button prostok tny o rozmiarach nakre lonych przez ramiona krzy yka.

- 3.2. W ostatniej pustej klatce animacji flash umieszczamy:

```
stop();
getURL(_root.adclose, "_self");
```

- 3.3. Obszar klikalny: Warstwa button nie mo e zajmowa całej powierzchni obrysu reklamy, a jedynie fragment nad grafik . Warstwa - odpowiedzialna za zliczanie reklamy - powinna by przygotowana analogicznie do przygotowania banera SWF:
- 3.4. Po zako czeniu animacji, kreacja musi znikn nie pozostawiaj c aktywnego przezroczystego pola obszaru klikalnego (warstwy button).
- 3.5. Po aktywnej cz ci animacji na stronie mo e pozosta statyczny element o wymiarach nie wi kszych ni 120x60 pikseli i wadze do 5kb. Zalecamy, aby element graficzny był osobnym flashem zaczytywanym przez kod serwuj cy toplayer. Element ten musi by pozycjonowany dwoma parametrami (w poziomie i pionie) na stronie wzgl dem lewego górnego rogu ekranu, a parametry te musz znajdowa si w kodzie serwuj cym toplayer, Element graficzny musi si dezaktywowa po 20 sekundach (maksymalny czas ekspozycji – 20 sekund)

## SCROLL

Komplet materiałów:

1. **Kod serwuj cy – html:**
  - 1.1. Osadzenie pliku flash: [http://dc.sabela.pl/files/kod/scroll\\_v2.html](http://dc.sabela.pl/files/kod/scroll_v2.html)
2. **Kreacja .swf / gif:**
  - 2.1.1. Kreacja powinna posiada krzy yk wył czaj cy z dowi zaniem:

```
on (release)
{
    getURL(_root.adclose, "_self");
}
```

Przez poj cie „krzy yk zamykaj cy” rozumie si button prostok tny o rozmiarach nakre lonych przez ramiona krzy yka.

- 2.1.2. W pliku .swf warstwa button – odpowiedzialna za zliczanie reklamy powinna by przygotowana analogicznie do przygotowania kreacja SWF (Reklama banerowa; pkt. 4.1.0.)
- 2.1.3. Plik gif zgodny ze specyfikacj banerow

## SCROLLER / SCROLL FOOTER

Forma reklamy rekomendowana do przegl darek Microsoft Internet Explorer.

Komplet materiałów:

### Kreacja jpg / gif / swf:

1. Kod serwuj cy: <http://dc.sabela.pl/files/kod/scroller.html>
2. Kreacja .SWF - Efekt scrollowania zrealizowany powinien by w kreacji.
3. Kreacja gif/jpg powinna by statyczna – efekt scrollowania uzyskiwany jest przy wykorzystaniu kodu serwuj cego.
4. Baner przygotowany zgodnie z opisan wy ej specyfikacj tych reklam.

## FORMY BANEROWE ROZSZERZAJ CE SI (EXPANDY)

Forma reklamy rekomendowana do przegl darek Microsoft Internet Explorer.

Podstaw reklamy typu expand jest standardowa forma reklamowa: baner, billboard, skyscraper. Expand stanowi dodatkow powierzchni reklamow dla tych form.

Komplet materiałów:

### 1. Kod serwuj cy html do pobrania z adresu:

- 1.1. Osadzenie pliku flash: [http://dc.sabela.pl/files/kod/expand\\_v2.html](http://dc.sabela.pl/files/kod/expand_v2.html)

### 2. Kreacja .swf.

#### 2.1. Potrzebne s

- 2.1.1. Flash o wymiarach 750xZ lub 120xZ pikseli wraz z zast pcz kreacj .gif (750x100 lub 120x600, zgodnie z pkt. l.3 specyfikacji), gdzie Z jest wymiarem po rozwini ciu.
- 2.1.2. Kreacja powinna mie aktywny obszar na całej swojej powierzchni oraz przez cały czas emisji (w stanie zwini tym oraz w stanie rozwini tym) z poni szym dowi zaniem::

```

on (rollOver)
{
    getURL(_root.doexpand, "_self");
}

on (rollOut)
{
    getURL(_root.dolittle, "_self");
}

```

Rozmiar widocznego obszaru w stanie zwini tym oraz rozwini tym reguluje si parametrami liczbowymi w funkcjach "doLittle()" oraz „doexpand()” w kodzie serwuj cym. Po najechaniu mysz na reklam powinna si rozwija , natomiast po zdj ciu myszy z obszaru reklamy, warstwa powinna si zwin do stanu pocz tkowego.

2.1.3. Warstwa odpowiedzialna za zliczanie reklamy powinna by przygotowana analogicznie do przygotowania banera SWF:

2.1.4. Po zdj ciu myszy z obszaru reklamy, warstwa powinna si zwin do stanu pocz tkowego (750x100 lub 120x600).

**UWAGA:** w przypadku expand skyscraperów nale y zwróci uwag , czy na danej witrynie, na któr jest przygotowywana kreacja (expand skyscraper) ma si rozwija w prawo, czy w lewo i zgodnie z tym przygotowa materiał.

## MEGAEXPANDSKY

Kreacje przygotowujemy analogicznie jak opisano wy ej (EXPANDY).  
Kreacja ta od standardowego expanda ró ni si wył cznie rozmiarem.

## PUSH BILLBOARD

### Opis

Emisja kreacji rozpoczyna się od wywołania postaci zminimalizowanej o wymiarach 750x100 pikseli. Kreacja .swf w momencie załadowania w 100% wywołuje funkcję `dopushlock()`. Rozpoczyna samoczynne rozpychanie serwisu i odsłanianie warstwy, na której osadzona jest kreacja .swf do rozmiarów 750x300 pikseli. Procesowi temu może towarzyszyć równoległy efekt animacyjny w kreacji swf. Po 5 sekundach wywołana zostaje funkcja `dopushunlock()`, która rozpoczyna stopniowe ciągnięcie serwisu i zasłanianie kreacji .swf do rozmiarów wyjściowych. Po zakończeniu tego procesu odblokowywane są funkcje `dopushon()` i `dopushoff()`, o analogicznym działaniu jak opisane wyżej, z tym że ich wywołanie nie jest determinowane czasowo, lecz akcjami użytkownika (najeżdżanie klawiszem myszki na kreację). Do tej chwili zablokowane powinny być również efekty animacyjne w kreacji flash wywoływane po najeżdżeniu klawiszem myszki na kreację (chyba że koncepcja kreacji stanowi inaczej).

1. Forma reklamy rekomendowana do przeglądarek Microsoft Internet Explorer.
2. Kreacja powinna mieć aktywny obszar na całej swojej powierzchni oraz przez cały czas emisji (w stanie zwiniętym oraz w stanie rozwiniętym) z poniższymi zadaniami:

on (rollOver)

```
{
  getURL("javascript:dopushon();","_self");
}
```

on (rollOut)

```
{
  getURL("javascript:dopushoff();","_self");
}
```

3. Po załadowaniu kreacja powinna wywoływać :

```
getURL("javascript:dopushlock();","_self");
```

4. Po 5 sec. od załadowania kreacja powinna wywoływać :

```
getURL("javascript:dopushunlock();","_self");
```

5. Poprawno działanie mechanizmu sprawdzania załadowania kreacji, nie jest przedmiotem weryfikacji kreacji przez obsługę techniczną kampanii, w związku z trudnościami weryfikacji tego mechanizmu wobec plików binarnych swf.
6. Obsługa kodu serwującego tego rodzaju kreację prowadzi do rozpychania i ciągnięcia reklamy w kontencie strony HTML oraz stopniowego odsłaniania i zasłaniania kreacji swf za pomocą mechanizmów JavaScript, dostępnych dla przeglądarek z rodziny MSIE z tempem domyślnie ustawianym na 30 ms. Przy czym rozpychanie reklamy rozpoczyna się w momencie wywołania funkcji `dopushlock()` lub `dopushon()`, a ciągnięcie w momencie wywołania funkcji `dopushunlock()` lub `dopushoff()`.
7. Dla wolnych komputerów lub/i kreacji, stron internetowych obciążonych znacznie zasoby sprzętowe tempo to może być wolniejsze, a działanie niewolne od nieregularności.
8. Należy pamiętać o wywołaniu którejkolwiek z wyżej wymienionych funkcji JavaScript stanowi jedynie punkt rozpoczęcia procesu rozpychania lub ciągnięcia serwisu i prócz stopniowego odsłaniania lub zasłaniania kreacji swf, nie niesie ze sobą innego oddziaływania na kreację – wszelkie efekty animacyjne muszą być inicjowane wewnątrz kreacji. Należy również pamiętać, że do czasu wywołania funkcji `dopushunlock()`

działanie funkcji dopushon() lub dopushoff() jest zablokowane, co stanowi uzasadnienie na analogiczne blokowanie efektów animacyjnych wewn trz kreacji swf.

## INTROMERCIAL

Nowa forma reklamy – Intromercial jest poł czeniem reklamy typu „intro” ze sponsoringiem internetowym.

1. Emisja reklamy u ytkownikowi dokonywana jest według poni szego schematu:
  - 1.1. U ytkownik wchodzi na stron główn witrny X
  - 1.2. Zamiast strony głównej serwisu otrzymuje stron z reklam w tym samym oknie przegl darki w którym wpisał URL, z cienk belk identyfikuj c serwis na górze tej strony oraz z mo liwo ci pomini cia reklamy.
  - 1.3. Po zako czeniu emisji reklamy (około 8 sekund) u ytkownik automatycznie przekierowywany jest na stron główn serwisu gdzie umieszczony jest billboard lub baner oraz Skyscraper.
2. Specyfikacja techniczna Intromercial:
  - 2.1. Kod HTML w którym osadzona jest:
    - 2.1.1. górna belka z opcj „pomi ” oraz
    - 2.1.2. reklama 600\*400 pikseli.
    - 2.1.3. Kod musi wykorzystywa „Cooki” w celu targetowania reklamy do jednego u ytkownika. I przekierowywa na odpowiednie URLe – je eli u ytkownik nie widział reklamy to serwujemy reklam i przekierowujemy na URL\_1; je eli u ytkownik widział reklam to serwujemy URL\_2
    - 2.1.4. Adresy URL ustawiamy samodzielnie definiuj c kampani
  - 2.2. Rozmiar głównego elementu reklamy:
    - 2.2.1. 600x400 pikseli
    - 2.2.2. Waga: do 20 kB
    - 2.2.3. Format: HTML, Gif, JPEG, Flash
  - 2.3. Czas trwania: maksymalnie 8 sekund
  - 2.4. Reklama typu: Billboard (750\*100), baner (468\*60) i skyscraper (120\*600) zgodnych ze specyfikacj Adnet.

## REKLAMA XHTML

1. Warunki ogólne:
  - 1.1. Wielko reklamy wraz z kodem skryptowym nie mo e przekroczy 75KB.
  - 1.2. Skrypty reklamy powinny korzysta tylko i wył cznie z oznacze obiektów (ID) znajduj cych si na stronie.
  - 1.3. Mo liwe jest ł czenie form reklamowych wpływaj cych na stron (toplayer, banner, billboard, skyscraper, popup).
  - 1.4. Elementy reklamowe (kreacje składowe kampanii, powinny zosta zbudowane wg specyfikacji tych e form reklamy).
2. Komplet materiałów:
  - 2.1. Opis kreacji - scenariusz działania i interakcji reklamy ze strona
  - 2.2. Formy składowe kampanii (banner, toplayer, skyscraper, popup tre itp).
    - 2.2.1. (opcja) skrypt JS/inny uruchamiaj cy reklam .
  - 2.3. Je eli nie ma dostarczonego skryptu i reklama ma zosta uruchomiona wg ustalonego scenariusza przez witrn / Adnet nale y dostarczy ródła (w przypadku flasha wraz z czcionkami) składowych form reklamy.

POPRAWNA KREACJA powinna by dostarczona do Adnet na 14 dni robocze przed emisj .

**FAVOURITE AD**

NAZWA	FORMAT	WYMIAR	WAGA
Favourite Ad + Baner/Billboard	GIF / JPG / SWF	120 x 600 pikseli	do 20 kb

Komplet materiałów:

**Kreacja jpg / gif / swf:**

1. Element graficzny do Favourite Ad w formacie JPG, GIF lub SWF. W przypadku reklamy SWF konieczne jest przygotowanie flesha zgodnie ze specyfikacją elementów fleshowych.
2. Baner przygotowany zgodnie z opisaniem w jej specyfikacji tych reklam

**REKLAMA W PALMTOPIACH**

W przypadku reklamy w palmtopach należy przygotować baner, ewentualnie linię lub dwie teksty (może być mała grafika) dla użytkownika do kliknięcia oraz stron reklamodawcy, na których użytkownik zostanie przeniesiony. Na takiej stronie mógłby się znajdować tekst reklamowy, parę elementów graficznych oraz formularz do wypełnienia.

**Wymagania reklamy**

Dla reklamy hostowanej przez system AvantGo (a więc wszystkie polskie kanały) konieczne są do spełnienia następujące warunki:

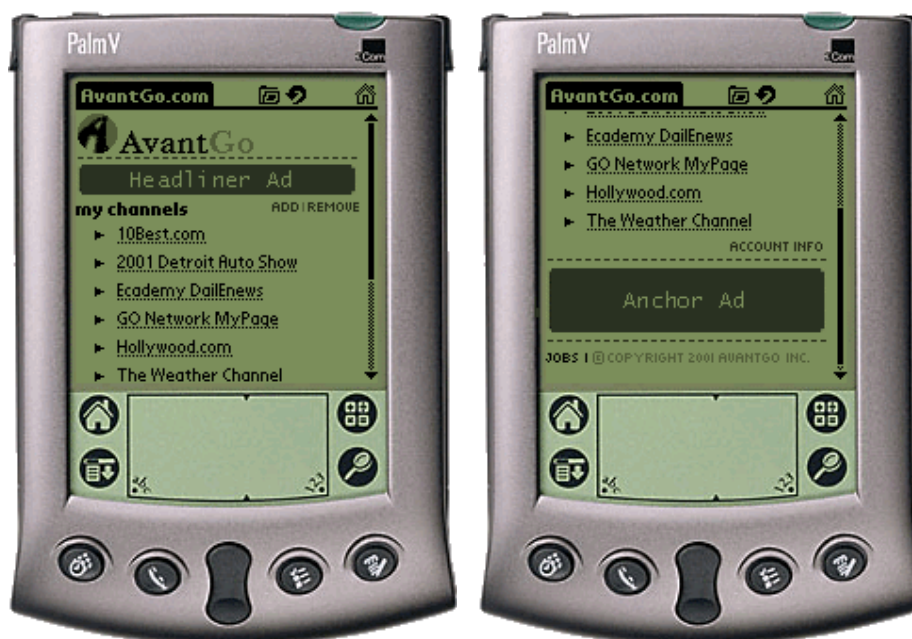
**Wymagania banera**

Można przygotować baner wg jednej lub dwóch specyfikacji, ale zalecane jest przygotowanie ich dla: Pocket PC/CE i kolorowych Palm'ów. Takie działanie zapewni najlepszą jakość emitowanych reklam.

Gif nie może być animowany.

**Uwaga!** Rozmiary zalecane poniżej nie są standardami.

	Headliner (top) ad	Anchor (bottom) ad
Pocket Windows CE: PC/	215 X 26 pixeli 1.1k 8-bit gł bia koloru	215 X 34 pixeli 1.3k 8-bit gł bia koloru
Palm (kolor):	150 X 18 pixeli 1.1k 8-bit gł bia koloru	150 X 24 pixeli 1.3k 8-bit gł bia koloru



## Wymagania strony reklamodawcy

1. Pojedynczy plik HTML,
2. 15kb lub mniej reklamy HTML,
3. 20kb lub mniej elementów graficznych, których wielkość była by przystosowana do zmieszczenia się na ekranie palma,
4. Strona nie może mieć więcej ani więcej ekranów Palma.
5. Strona musi być w całości zapisana w folderze o tej samej nazwie co linku nie więcej niż 1.

## Przygotowanie strony reklamowej

Z wyjątkiem kilku wyjątków jak ramki zalecane jest używanie standardu HTML 3.2. Można zatem przygotować stronę reklamową do Palma jak każdą inną do umieszczenia w Internecie. Jest jednak kilka zasad, które muszą być przestrzegane:

1. należy umieścić `<meta name="handheldfriendly" content="true">` znacznik w sekcji `<head>`,
2. nie można używać czcionek o rozmiarze równym lub mniejszym niż 2 (tak małe czcionki są nieczytelne),
3. nie można wstawiać linków do stron nie przystosowanych do wyświetlania na Palmach,
4. nie można tworzyć tabel szerszych ani więcej niż 150 pikseli. Nie należy również używać rozmiarów w pikselach. Najlepszym rozwiązaniem jest wykorzystanie wartości procentowych bądź w ogóle usunięcie atrybutu WIDTH,
5. nie można stosować reklam większych ani więcej niż 150 pikseli w obydwu kierunkach,
6. sprawdź wcześniej swoją stronę w AvantGo przed jej emisją. Można to uczynić tworząc wcześniej własny kanał na AvantGo z linkiem do Twojej strony testowej. Zobacz sekcję „Stwórz swój własny kanał” z dokładnymi instrukcjami jak to zrobić.

W celu uzyskania większej ilości informacji dotyczących stosowania języka HTML należy odwiedzić sekcję dotyczącą [wspomagania HTML](#) na AvantGo oraz tego, co nie jest wspomagane. W celu uzyskania dodatkowych informacji na temat tworzenia elementów graficznych należy wejść również na stronę [AvantGo](#).

## Tworzenie formularzy

AvantGo wspiera formularze, które mogą być niezmiernie przydatnym narzędziem marketingu. Poniżej znajduje się kilka uwag dotyczących tworzenia formularzy.

**Uwaga!** Jeżeli nie planujesz używania formularzy w swojej reklamie, możesz pominąć sekcję.

1. używaj HTML 3.2, możesz stworzyć formularz jak każdy inny. Będzie on poprawnie wyświetlany, a wysłanie formularza nastąpi po zsynchronizowaniu komputera z komputerem osobistym,
2. oczywiście jak każdy inny formularz konieczne będzie wykorzystanie skryptów CGI lub strony ASP. Mogą one znajdować się na AvantGo lub być przygotowane przez agencję,
3. jest duże prawdopodobieństwo, że strona, do której podany jest link, znajduje się gdzieś indziej aniżeli formularz. Wtedy być może nie wszystko będzie działało poprawnie, należy zamiast...
  - 3.1.1. `<form action="/cgi-bin/getemail.pl" method="GET">`
  - 3.1.2. ...użyj ...
  - 3.1.3. `<form action="http://www.mywebiste.com/cgi-bin/getemail.pl" method="GET">`
4. można użyć akcji GET i POST w formularzu. AvantGo wspiera obydwa,
5. pole tekstowe o szerokości 18 znaków dokładnie wypełni szerokość monitora, natomiast
6. w celu stworzenia okna dialogowego z elementem do wysyłania w kształcie POP UP należy zamienić przycisk wysyłający następującym kodem:
  - 6.1.1. `<input type="button" name="Submit" value="Submit" onClick="document.forms[0].submitNoResponse('Thanks! Be sure to look for some exciting offers from X-Company soon!',true,false); back();">`
  - 6.1.2. Uwaga! Jeżeli chcesz wiedzieć, co dokładnie znaczy powyższy kod, zobacz [Adjusting The Submit Button](#)
7. Pamiętaj, że użytkownicy zobaczą stronę potwierdzającą wysłanie formularza, która musi być przystosowana do oglądania na Palmach,
8. Istnieje możliwość wysyłania auto-odpowiedzi, która zostanie dostarczona do użytkownika w momencie synchronizacji danych.

## Przykładowa reklama

Poniżej na rysunku przykład reklamy umieszczonej w typowym palmie:



## REKLAMA SMS

Reklama typu SMS oferowana jest w postaci:

1. SMS formie tekstu – reklama SMS w formie wiadomości tekstowej
2. SMS w formie obrazka – reklama SMS w formie czarno-białego obrazka
3. SMS w formie melodyjki
4. SMS follow-up – SMS reklamowy wysłany na numer odbiorcy bezpośrednio po wysłaniu na ten numer SMSa przez użytkownika serwisu.
5. SMS sponsorowany – SMS w formie tekstu dołączony do serwisu informacyjnego przesyłanego SMSem do użytkowników

## Warunki techniczne dla reklamy SMS

1. Tekst: 152 znaki bez polskich liter; dopuszczalne wielkie i małe litery, cyfry, spacje.
2. Obrazek: wielkość 72 x 14, 24 x 14 lub 72 x 28 pikseli, dwa kolory, format .bmp lub .nol
3. Melodyjka: format MIDI (nie polifoniczny)
4. **Uwaga:** możliwe jest łączenie tekstu z obrazkami.
- 5.

## MAILING REKLAMOWY

### Mailing tekstowy i HTML

Do wysłanego mailingu (oprócz treści) konieczne jest dostarczenie następujących informacji:

1. dane reklamodawcy: pełna nazwa, adres,
2. e-mail zwrotny reklamodawcy, na który będą trafiały odpowiedzi na mailing,
3. temat e-maila,
4. nazwa nadawcy e-maila.

### Kreacja HTML powinna być przygotowana w następujący sposób:

- kodowanie – ISO-8859-2,
- grafika powinna być umieszczona w katalogu img/
- jeżeli kod HTML pobiera obrazki zewnętrzne, muszą one zostać dostarczone jako załączniki do umieszczenia na serwerze Ad.net,

- waga e-maila + waga obrazków nie może przekroczyć maksymalnej wagi określonej przez witryn realizując wysyłkę.

**UWAGA:** mailing HTML z obrazkami zewnętrznymi otwarty off-line nie dojdzie do odbiorców - zostaną puste miejsca. Radzimy jak najrzadziej wykorzystywać dołączanie elementów zewnętrznych.

- style nie mogą być z zewnętrznego źródła, muszą być umieszczone w pliku html,

- w kodzie HTML nie mogą być zamieszczone: JavaScript, ramki oraz elementy dynamicznego HTML,

- w stylach nie można umieszczać grafik, np. tło (niektóre programy wysyłkowe mają problemy z pobieraniem tych grafik),

- wszelkie wartości width, height, class, itp. powinny być umieszczone w znacznikach " " np. width="100", <p class="style1">treść </p>.

- jeżeli białe kody adserwera to proszę o ich poprawne zaimplementowanie.

Po wysłaniu testów mailingu prosimy o akceptację pod względem:

- technicznym (poprawność własnych kodów mierzących o ile takie występują),

- graficznym (czy test jest taki sam jak kreacja oryginalna).

### **Problemy z wyświetlaniem mailingów w środowisku Lotus Notes.**

Ad.net nie gwarantuje poprawnego wyświetlenia kreacji HTML we wszystkich klientach oraz systemach pocztowych, szczególnie systemach Lotus.

Ad.net zapewnia realizację oraz monitoring wysyłki. Zgodnie z kreacją z popularnymi systemami pocztowymi dostępnymi na rynku, szczególnie systemami Lotus zapewnia producent kreacji.

### **Zliczanie ilości kliknięć w link zamieszczony w e-mailu txt - na wyrażenie zdania zleceniobiorcy.**

W przypadku mailingu tekstowego zliczanie kliknięć w link odbywa się poprzez zdefiniowanie redirecta (adresu przekierowującego na właściwy link) w adserwerze - UWAGA - białe długie i pełne "krzaczków", co może zniechęcić odbiorców do kliknięcia w niego.

W przypadku mailingu HTML redirect jest ukryty.

### **Zestawienie witryn należących do sieci Ad.net oferujących mailing:**

[http://www.adnet.pl/download/Mailing\\_Adnet.xls](http://www.adnet.pl/download/Mailing_Adnet.xls)

## ***DOKLEJKI DO NEWSLETTERÓW***

Materiały potrzebne do newslettera:

- grafika w formacie \*.jpg, \*.gif (468x60, 750x100, ew. inny ustalony z daną witryną),

- adres docelowy

- adresy do testów

- kody mierzące klienta o ile takowe występują

Reklama wysyłana razem z newsletterem tematycznym, wysyłanym przez określoną witrynę, a odbieranym przez zarejestrowanych subskrybentów. Lista witryn, na których oferta jest dostępna wraz ze szczegółowymi informacjami, znajduje się pod adresem:

[http://www.adnet.pl/download/Newsletter\\_Adnet.xls](http://www.adnet.pl/download/Newsletter_Adnet.xls)

## KANAŁY RSS

### 1. ZAŁOŻENIA OGÓLNE.

1.1. Wszystkie materiały muszą być dostarczone na co najmniej 3 dni przed kampanią.

### 2. KOMPLET MATERIAŁÓW

2.1. Kreacja

2.2. Lista kanałów RSS, na których powinna pojawić się reklama.

### 3. KREACJA

3.1. Forma tekstowa.

3.1.1. 45 znaków w tytule wiadomości (<title></title>),

3.1.2. 600 znaków w opisie wiadomości (<description></description>),

3.1.3. url.

3.2. Forma graficzna.

3.2.1. 45 znaków w tytule wiadomości (<title></title>),

3.2.2. url,

3.2.3. kreacja html:

3.2.4. Poprawnie napisana, sprawdzona i działająca strona HTML (dalej nazywana „kodem HTML”) wraz z wszystkimi plikami potrzebnymi do wyświetlenia strony.

3.2.5. W kodzie HTML nie mogą być zamieszczone: JavaScript, arkusze CSS,

3.2.6. Polskie czcionki należy kodować w standardzie ISO-Latin-2 (ISO 8859-2).

3.2.7. Kod HTML wraz z wszystkimi potrzebnymi plikami nie może przekraczać 20 KB. W innym przypadku konieczne są indywidualne ustalenia.

**STREAMING****WARUNKI BRZEGOWE**

Dopuszczalne rozmiary i ci ar kreacji oraz czas:

**VIDEO STREAMING BANNERS:**

NAZWA	FORMAT	WYMIAR	WAGA	CZAS	Uwagi
<i>Video Streaming Baner</i>	GIF/JPG	468x60 pikseli	do 15 kb	-	za lepka
	SWF (12 fps)	468x60 pikseli	do 15 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 80x60 pikseli
	FLA (12 fps)	468x60 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb -	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
<i>Video Streaming Billboard</i>	GIF/JPG	750x100 pikseli	do 20 kb	-	za lepka
	SWF (12 fps)	750x100 pikseli	do 20 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 133x100 pikseli
	FLA (12 fps)	750x100 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
<b>Video Streaming Skyscraper</b>	GIF/JPEG	120x600 pikseli	do 20 kb	-	Za lepka
	SWF (12 fps)	120x600 pikseli	do 20 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 120x90 pikseli
	FLA (12 fps)	120x600 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie

## VIDEO STREAMING EXPANDS:

NAZWA	FORMAT	WYMIAR	WAGA	CZAS	Uwagi
<i>Video Streaming Expand Baner</i>	GIF/JPG	468x60 pikseli	do 15 kb	-	za lepka
	SWF (12 fps)	468x240 pikseli	do 15 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 160x120 pikseli
	FLA (12 fps)	468x240 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
<i>Video Streaming Expand Billboard</i>	GIF/JPG	750x100 pikseli	do 20 kb	-	za lepka
	SWF (12 fps)	750x300 pikseli	do 20 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 160x120 pikseli
	FLA (12 fps)	750x300 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
<b>Video Streaming Expand Skyscraper</b>	GIF/JPEG	120x600 pikseli	do 20 kb	-	za lepka
	SWF (12 fps)	360x600 pikseli	do 20 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 160x120 pikseli
	FLA (12 fps)	360x600 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie

## VIDEO STREAMING POPUPS:

NAZWA	FORMAT	WYMIAR	WAGA	CZAS	Uwagi
<b>Video Streaming Popup</b>	GIF/JPEG	250x250 pikseli	do 25 kb	-	za lepka
	SWF (12 fps)	250x250 pikseli	do 25 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 160x120 pikseli
	FLA (12 fps)	250x250 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie

## VIDEO STREAMING LAYERS:

NAZWA	FORMAT	WYMIAR	WAGA	CZAS	Uwagi
Video Streaming Brandmark	SWF (12 fps)	300x300 pikseli	do 20 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 160x120 pikseli
	FLA (12 fps)	300x300 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
Video Streaming Box	SWF (12 fps)	300x250 pikseli	do 20 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 160x120 pikseli
	FLA (12 fps)	300x250 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
Video Streaming Expand Mega Sky	GIF/JPEG	120x600 pikseli	do 30 kb	-	za lepka
	SWF (12 fps)	900x600 pikseli	do 30 kb	-	zawiera okienko na film o rozmiarze do 320x240 pikseli
	FLA (12 fps)	900x600 pikseli	do 500 kb	-	fonty zrasteryzowane lub doł czone pliki .ttf
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	30 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie
	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni rozmiar okienka w swf-ie

## VIDEO FULL PAGE INTERSTITIALS:

NAZWA	FORMAT	WYMIAR	WAGA	CZAS	Uwagi
Video Full Page Interstitial	MPEG/AVI	4:3	do 500 kb	10 sec.	rozmiar nie mniejszy ni 640x480 pikseli

## WYMAGANIA OGÓLNE FORM REKLAMY

1. Kreacje \*.swf maj by wykonane wg powy szej specyfikacji technicznej.
2. Plik główny \*.swf powinien komunikowa si z plikiem zawieraj cym streaming.
3. Kod serwuj cy niestandardowe akcje i formy reklamy dostarcza klient.

Je li poni sza specyfikacja nie stanowi inaczej obowi zuj postanowienia punktu IV ze specyfikacja technicznej form reklamy.

**:: KREACJE .GIF/JPG ::**

1. kreacja .gif/jpg jest kreacją zastępczą w przypadku gdy nie może zostać zaszerwowana kreacja .swf; w przypadku emisji kreacji gif/jpg nie jest emitowany film video.
2. kreacja musi mieć wagę oraz rozmiary zgodne z jej opisem
3. kreacja musi mieć taką samą nazwę jak kreacja .swf (różni się tylko rozszerzeniem).

**:: KREACJE .SWF ::**

1. kreacja musi mieć wagę oraz rozmiary zgodne z jej opisem
2. kreacja **nie może mieć więcej niż 12 klatek na sec ( 12 fps )**.
3. wszystkie **fonty niestandardowe** należy przekonwertować **na grafiki wektorowe – shape**.
4. kreacja musi zawierać wyznaczony obszar na film video o rozmiarach określonych w p. III – warunki brzegowe.
5. jeżeli film ma posiadać buttony (play, stop, rewind) powinny one także znajdować się w kompozycji reklamy jako obiekty movie clip typu: button (ulożone poza okienkiem na film video)
6. kreacja musi mieć taką samą nazwę jak kreacja gif/jpg (różni się tylko rozszerzeniem).
7. wszystkie kreacje .swf, niezależnie od ich formy muszą posiadać zaszyty zmienną **\_root.clickTag** umożliwiającą zliczanie kliknięć przez adserver:
  - 7.1. Nad przygotowaną animacją tworzymy nową warstwę. Ustawiamy ją jako najwyżej.
  - 7.2. Rysujemy na niej prostokątny obszar, który przekształcamy na symbol – button.
  - 7.3. Wchodzimy w symbol i nadajemy jego zawartości parametr przezroczystości.
  - 7.4. Do symbolu dodujemy następującą wywołanie wywołanie funkcji: getURL i
  - 7.5. ustalamy parametry:**

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

**UWAGA:** NA WIELKO LITER W ZMIENNEJ **\_root.clickTag**

- Wraz z kreacją .swf należy dostarczyć heksadecymalny kolor tła (z wyjątkiem form layerowych)

**SPOTLIGHT**

Jeżeli w kampanii mają być użyte kody Spotlight, wymagamy:

1. Przesłania **dokładnych adresów url**, stron, które mają być monitorowane wraz z **nazwami własnymi tych stron** w celu ich późniejszej identyfikacji podczas raportowania (w statystykach).
2. Przesłania **informacji o technologii**, w jakiej zbudowana jest badana strona: PHP, JSP, ASP, JAVA, COLD FUSION.
3. Materiały do kodów spotlight muszą być nadesłane **5 dni przed** startem kampanii.

## INFORMACJE WAŻNE I PRZYDATNE!

### Jak sprawdzić czy plik .swf posiada poprawnie „zaszyty” \_root.clickTag?

W oknie przeglądarki (np.: IE 6) wpisujemy adres url do pliku .swf (nie lokalnie, tylko przez http://), dopisujemy bez pozostawiania odstępów: **?clickTAG=** i tak samo bez odstępów adres url, na który ma odnosić się kreacja, inny niż docelowy dla danej kampanii, np.:

<http://www.adnet.pl>. Następnie klikamy na kreację. Jeżeli w nowym oknie otworzy się strona, której url wpisaliśmy, to kreacja jest poprawnie wykonana, np.:

[http://dc.sabela.com.pl/files/vwbankkonto/billboard\\_750x100\\_25kb.swf?clickTAG=http://www.adnet.pl](http://dc.sabela.com.pl/files/vwbankkonto/billboard_750x100_25kb.swf?clickTAG=http://www.adnet.pl)