NAVODILA ZA PRIPRAVO SPLETNIH MATERIALOV



PREMIUM ZALOŽNIK

Vodilna medijska hiša

PROPLUS

KAZALO

Oglasne pasice **3**

Desktop oglaševanje 3

Mobilno oglaševanje 4

Video oglasi **5**

Video oglaševanje 5

Oglasne pasice v kodi **6**

Nativno oglaševanje **7**

Članki in tekstovne kreativne rešitve 7

Integrirana objava 7

Oglasno sporočilo 8

E-knjiga v imenu naročnika 9

E-Mailing 10

Brandirane rešitve **11**

Vstopni box 11

Anketa 11

Contextual – zakup ključnih besed 11

Premium oglasi **12**

Oglasni prevzem 12

Oglasno ozadje - slider 13

Cross-promocijski oglasni prevzem 13

Oglasno ozadje 14

Primer oglasnega ozadja **16**

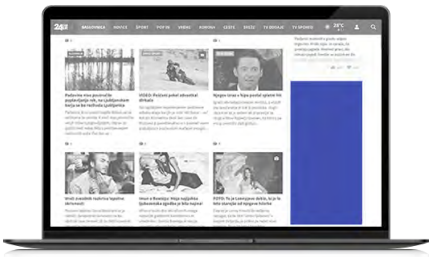
Oglasne pasice

DESKTOP OGLAŠEVANJE:



Pasica 300x250px

Klasičen format na naslovnicah in med članki.



Pasica 300x600px

Večji format z dobro vidnostjo.



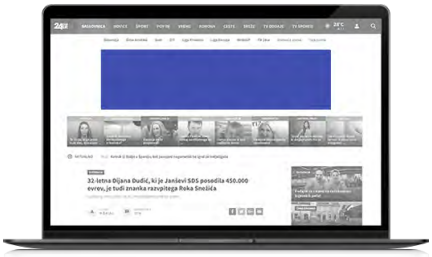
Pasica 728x90px

Klasičen format na naslovnicah in med članki.



Pasica 1440x40px

Format na dnu strani s 100 % vidljivostjo



Billboard 970x250px

Večji oglasni format z dobro vidljivostjo.

Navodila za pripravo animiranih oz. Html5 oglasnih pasic za desktop oglaševanje:

- Format: .ZIP,
- Velikost datoteke: max 200 Kb,
- povezava v oglasni pasici mora voditi na »http://www.example.com« in NE na povezavo do vaše spletne strani (kopirajte točno to povezavo: http://www.example.com in jo umestite v oglasno pasico),
- povezava mora odpreti stran v novem zavihku (target=”_blank”),
- ZIP-datoteka ima lahko samo eno (in ne več) .html datoteko (index.html),
- ostale datoteke (.js, .jpg ...) morajo biti v taki obliki dodane ZIP-datoteki in ne kot datoteke s spletnimi povezavami,
- HTML5 oglasna pasica mora biti brez PHP-dokumentov,
- oglasne pasice prikazujemo v iframe-u,
- dodatne smernice za izdelavo HTML5 oglasnih pasic najdete na povezavi https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/04/HTML5forDigitalAdvertising2.0.pdf

24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si

MOBILNO OGLAŠEVANJE



Pasica 468x468px

Celostranski oglas, ki prekrije večji del mobilnega zaslona.



Pasica 300x50px

Klasičen format na mobilnih napravah.



Pasica 300x250px

Klasičen format na mobilnih napravah.

Navodila za pripravo animiranih oz. HTML5 oglasnih pasic za mobilno oglaševanje:

- Za mobilne pasice v formatu html5 veljajo enaka navodila kot za izdelavo klasičnih oglasnih pasic, treba je pa upoštevati še spodnja dodatna navodila.
- V kolikor pasice za mobilno stran m.24ur.com ustvarjate s programom Adobe Edge, je:
  - treba označiti »Center stage«,
  - treba označiti »Responsive scaling: Both«,
  - treba določiti »Max Width« na širino oglasne pasice.

Navodila za pripravo HTML5 oglasnih pasic za mobilno oglaševanje:

❶ **Ustvarite nov dokument:**
-> Create new file
-> Dimensions: 468 x 468
-> Obkljukati “Responsive layout”
-> Kliknete “OK”

❷ **V levem kotu se nahaja okence “Events”:**
-> Klik na “+” (add event)
-> Klik na “document.body”
-> v dropdownu izberete “Mouse”, nato “Click”
-> v dropdownu izberete “Google ad”, nato “exit ad (overrides URL)”
-> Klik na “gdw-ad”
-> vnesete “Metrics ID (poljubno)”
-> URL: http://www.example.com

❸ **Pri izdelavi in shranjevanju HTML5 pasice 468x468, se je potrebno držati še spodnjih nastavitev:**
-> Properties (vsakemu elementu)
-> Position and size: 100% 100%
-> Scaling: resize img to fit
-> Alignment: top left

❹ **V orodni vrstici je potrebno obkljukati:**
-> Align to container
-> Fluid layout

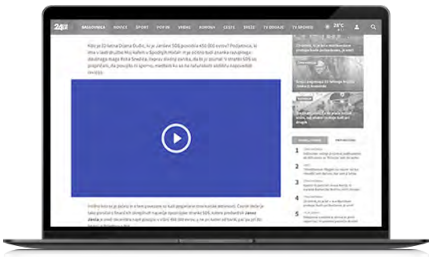
❺ **V “Code view” je v večini primerov potrebno še prilagoditi CSS:**

```
.gwd-page-size {
  width: 100%;
  height: 100%;
  max-width: 468px;
  max-height: 468px;
  overflow: hidden;
}
```


24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si

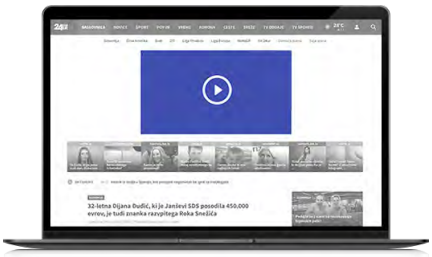
Video oglasi:

VIDEO OGLAŠEVANJE:



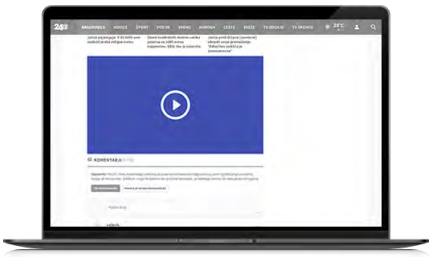
Preroll ali Postroll

Video oglas pred začetkom ali na koncu video vsebine.



Pred objavo članka

Video oglas, ki se zavrti preden se odpre članek.



Po objavi članka

Video oglas na koncu članka.



Preroll ali Postroll

Celostranski oglas, ki prekrije večji del mobilnega zaslona.

Navodila za pripravo video oglasov:

- Video oglasi naj bodo v enakih/podobnih dimenzijah, saj se lahko v primeru dinamičnega prikazovanja (krčenje/večanje) poslabša njihova kakovost.
- Priporočamo:
  - dostavo video oglasa v formatu 16:9,
  - dostavo video oglasa v formatu .mpeg, .mp4, .mxf (dovoljeni tudi drugi),
  - maksimalna dolžina Pre-roll/post-roll videa do 15 sekund in velikost videa do 10 Mb,
  - Oglasi (bannerji v kodi, VAST, VPAID), ki so servirani s strežnikov naročnika, se morajo naložiti v manj kot 50 milisekundah.
  - Oglasi, ki so servirani preko VAST ali VPAID kode, morajo imeti na zadnjem framu obvezno sliko (thumbnail/poster), s čimer se izognete črnini na koncu oglasa.

Oglasne pasice v kodi

Vse oglasne pasice, ki jih prejemamo preko kode ter vse append kode je treba pripraviti preko varnih (https) povezav:

Primer primerne kode, poslane preko https povezave:

```
<script language="javascript"
    src="https://track.adform.net/adfscript/?bn=21060927"></script>
<noscript>
    <a href="https://track.adform.net/C/?bn=21060927;C=0" target="_blank">
        <img src="https://track.adform.net/adfserve/?bn=21060927;srctype=4;ord=[timestamp]" border="0"
        width="300" height="250" alt=""/>
    </a>
</noscript
```

Primer neprimerne kode, poslane preko http povezave:

```
<script language="javascript" src="http://track.adform.net/adfscript/?bn=21085961"></script>
<noscript>
 <a href="http://track.adform.net/C/?bn=21085961;C=0" target="_blank">
 <img src="http://track.adform.net/adfserve/?bn=21085961;srctype=4;ord=[timestamp]" border="0"
    width="300" height="250" alt=""/>
 </a>
</noscript>
```

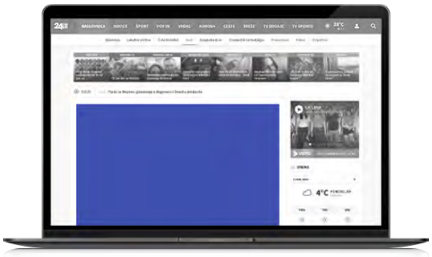

24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si

Nativno oglaševanje

Članki in tekstovne kreativne rešitve:

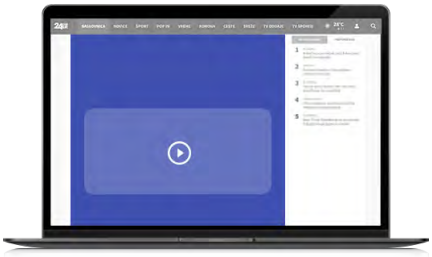
INTEGRIRANA OBJAVA

Besedilo, ki je videti in deluje kot del naravne vsebine. Pripravi ga oglasno uredništvo v sodelovanju z naročnikom.



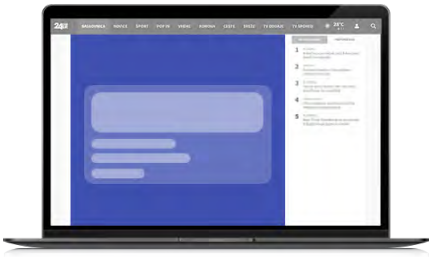
Integrirana objava + prijavnica

Članek, ki vsebuje prijavnico



Integrirana objava + video

Članek, ki vsebuje video.



Integrirana objava + nagradni kviz

Nagradna igra z vsebino naročnika

Navodila za pripravo integriranih objav:

- Integrirana objava se začne pripravljati po prejetju briefa in vseh materialov (slike, videi, povezave).
- Predogled integrirane objave je poslan dva delovna dneva po prejetju briefa in vseh materialov v word obliki.
- Integrirana objava ima lahko največ tri dodatne grafične elemente (vsaj ena nujno fotografijo, ki ne vsebuje produkta in bo uporabljena za naslovno sliko članka). Na primer: dve fotografiji in en video/tri fotografije/ena fotografija in dva videa. Pošlje se kot priponka ali prek We Transferja.
  - Dovoljeni formati fotografij: dimenzija 1920x1080, .jpg, .jpgx ali .png., embedi niso mogoči.
  - Dovoljeni formati videa: dimenzija 16:9, .mpeg, .mp4 ali .mfx.
- Integrirana objava ima lahko največ tri povezave.
  - Dovoljeni formati povezav: klasičen ali UTM-link, kode v obliki .txt, javascript in drugih podobnih tracking kod niso mogoče.
- Naročnik potrdi oziroma sporoči morebitne popravke.
- Integrirano objavo se s fotografijami objavi na izbrani spletni strani in pošlje povezavo.
- Vsebinski popravki integrirane objave, ki so posledica nepopolno izpolnjenega briefa ali sprememb v prvotnih izhodiščih za pripravo integrirane objave, bodo zaračunani po veljavnem ceniku.
- V primeru nagradne igre ali potrebe po zbiranju kontaktov je naročnikova naloga, da sporoči:
  - informacije o nagradah,
  - informacije o plačilu DDV, če vrednost nagrade presega 42 €,
  - informacije o naročnikovemu DPO-pooblaščencu, če naročnik želi podatke,
  - informacije o varstvu in prenosu osebnih podatkov.

24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si



Oglasno sporočilo

Oglasno besedilo, ki ga pripravi naročnik.

- Objavljeno identično, kot je poslano od naročnika.
- Vsebina oglasnega sporočila ni lektorirana s strani uredništva 24ur.com ali ostalih uredništev.
- Material za oglasno sporočilo je pred oddajo treba skrbno pregledati in lektorirati. Naknadni popravki članka po objavi se zaračunajo po rednem ceniku.
- Uredništvo si pridržuje pravico, da plačano objavo zavrne ali jo prilagodi v skladu z uredniško politiko.

Navodila za pripravo oglasnega / PR sporočila:

- NASLOV: do 50 znakov, črna barva, krepko.
- POVZETEK: do 150 znakov. Citat: do 350 znakov.
- PODPIS: Na dnu članka mora biti navedeno: „Naročnik oglasa je XYZ d.o.o.“.
- POVEZAVE:
- v tekstu morajo biti z rdečo obarvane besede, ki označujejo povezavo, celoten URL-naslov pa mora biti zapisan poleg označene besede v oklepaju,
- PRIMER: Izdelek lahko kupite v naši spletni trgovini (www.spletna-trgovina.si).
- maksimalno število povezav: 10.
- SLIKE:
  - format: .jpg
  - Slike morajo biti priložene kot priponka (attachment) v mailu in ne kot slike, vnesene v dokument.
  - Število slik je odvisno od dolžine besedila (brez naslova in povzetka):

> 1900 znakov	1900 - 3800 znakov	< 3800 znakov
1 do 2 sliki	3 do 4 slike	5 slik

  - Če naročnik pošlje večje število slik, kot je predpisano in ne definira ožega izbora, bo slike izbralo uredništvo.
  - Dimenzije/resolucije slik: potrebujemo čim boljšo resolucijo fotografij, minimalno 800 x 600 px
  - Opis slike (tekst pod sliko): do 150 znakov.
  - Možne postavitve slik: na levi strani, s tekstom na desni strani ali čez celotno širino članka.
  - Po objavi članka slik ne menjamo.

POZICIJA IN TRAJANJE OGLASNIH/PR SPOROČIL:

- Pozicija PR članka na 24ur.com: Članek je objavljen na naslovnici na poziciji za PR sporočila in v vseh člankih v stranski vrstici. Na voljo je 6 pozicij za 6 sporočil. V kolikor je PR sporočil več kot 6, potem se predvajajo po sistemu rotacije.
- Pozicija PR članka na tematskih portalih: Članek je umeščen na naslovno stran, kjer ostane objavljen za dogovorjeno časovno obdobje.
- Čas in trajanje objave se dogovori z naročnikom. Po preteku časa objave se PR sporočilo NE arhivira (ni več dostopno), razen v primeru doplačila po veljavnem ceniku.

24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si



E-knjiga

E-knjiga z vsebino naročnika

- E -knjiga se začne pripravljati po prejetju briefa in vseh materialov (slike, videi, povezave, teksti).
- E-knjiga mora biti kobrandirana → portal + naročnik vam predstavljata.
- Predogled e-knjige je poslan od pet do sedem (odvisno od obsega) delovnih dni po prejetju briefa in vseh materialov.
- Naročnik potrdi oziroma sporoči morebitne popravke.
- E-knjigo objavimo, uredimo prijavnico, objavimo članek in pošljemo povezavo.
- Vsebinski popravki e-knjige integrirane objave, ki so posledica nepopolno izpolnjenega briefa ali sprememb v prvotnih izhodiščih za pripravo integrirane objave, bodo zaračunani po veljavnem ceniku.

Potrebni materiali od naročnika:

- **logotip naročnika**
  - Dovoljen format vektorski.
- **naslovna fotografija in končna fotografija**
  - Dovoljeni formati fotografij: dimenzija 1920x1080, .jpg, .jpgx ali .png., embedi niso mogoči.
- **grafični elementi fotografije, infografike (toliko fotografij, kot je strani e-knjige)**
  - Dovoljeni formati fotografij: dimenzija 1920x1080, .jpg, .jpgx ali .png., embedi niso mogoči.
- **povezave**
  - Dovoljeni formati povezav: klasičen ali UTM-link, kode v obliki .txt, javascript in drugih podobnih tracking kod niso mogoče.
- **GDPR**
  - V kolikor ima e-knjiga obrazec za oddajo elektronskega naslova, mora naročnik poslati in uskladiti informacije glede varstva in prenosa osebnih podatkov.
- **Za pripravo spremljevalnega članka za e-knjigo veljajo navodila za pripravo integrirane objave.**

24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si

E- MAILING



E-mailing posebne priložnosti

E-mailing, ki je v celoti namenjen naročniku.

Naročnik posreduje:

- Tekt za subject line
- Tekst za vsebino
- Grafične elemente v .jpg ali .png obliki
- Vsa CTA besedila

PRO PLUS potrebuje za pripravo e-mailinga 5 delovnih dni.

MAILING V IMENU NAROČNIKA



Novička v mailu

Izpostavitev integrirane objave v mailingu tematskega portala.

Naročnik posreduje:

Informacije in materiali, ki so potrebni za pripravo integrirane objave.

Brandirane rešitve:

VSTOPNI BOX



Vstopni box

Možnost zakupa vstopnega boxa, ki vodi do naročnikove integrirane objave. Zgornja pasica je v primeru statičnega boxa, lahko v CGP naročnika.

Navodila za oddajo materialov:

- naročnik pošlje CGP.

ANKETA



Anketa

Umestitev vprašanja v anketo.

Navodila za oddajo materialov:

- CGP oziroma druge vizualne materiale za brandiranje ankete,
- anketno vprašanje in možne odgovore (1 vprašanje, več odgovorov).

CONTEXTUAL – ZAKUP KLJUČNIH BESED



Contextual

Zakup ključnih besed

Navodila za oddajo materialov:

- sliko (.jpg, .png, .psd) v priporočljivi velikosti 300 x 250px,
- seznam ključnih besed, ki morajo vsebovati najmanj 4 črke (koreni besed, ki vsebujejo 3 črke ali manj niso primerni za oglaševanje).
- Maksimalno število zakupljenih besed: 25

Premium oglasi:

OGLASNI PREVZEM



Oglasni prevzem

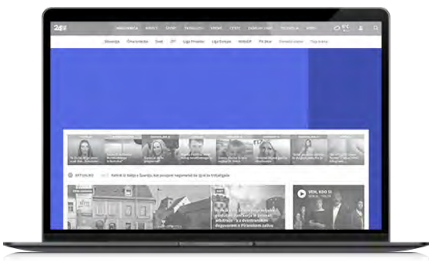
Vsi oglasni formati na mediju v določenem času:

- OGLASNO OZADJE,
- PASICA 300 x 250 px,
- PASICA 1440 x 40 px ali PASICA 728 x 90 px.

Navodila za izdelavo oglasnega prevzema:

- Poravnava spletne strani je sredinska.
- Priporočamo, da kreativne rešitve pripravite v širini 1600 px (optimalno).
- Uporabniki z večjo resolucijo bodo imeli večje vidno območje, tako da so elementi lahko tudi zunaj »povprečnega« vid nega polja.
- Priporočamo, da je ob robovih prevzem enotne barve, da se »prelije« v enotno barvo ozadja, ki jo nastavimo pri nas (css - background-color:)
- Maksimalna teža oglasa je 450 kB.
- Če kreativa presega priporočljive dimenzije, ne zagotavljamo optimalne vidnosti na manjših resolucijah ekrana.
- Možnost vključitve različnih kreativ: vključitev videa.
- Celotna površina oglasa je klikabilna.
- Ozadje oglasnega prevzema je statično. Ostale kreative po dogovoru (videoslider, razširjeni video, fixed prevzem...).
- Materiali za ozadje se pošiljajo izvorni (.ai, .png ali .psd format).
- Oddaja materialov: najmanj 5 delovnih dni pred pričetkom oglaševanja.
- V primeru, da do omenjenega roka ne prejmemo vseh materialov, se zaračunajo penali, kar pomeni, da se vsi rezervirani in potrjeni termini oglaševanja v času zamude štejejo kot dostavljeni in se zato zaračunajo po polni ceni. Rezerviran in potrjen termin mora biti podan v pisni obliki.
- Izbira termina mora biti usklajena s PRO PLUS, d. o. o.
- Oglas mora biti potrjen s strani PRO PLUS spletne strani.

CROSS-PROMOCIJSKI OGLASNI PREVZEM



Cross-promocijski oglasni prevzem

Vsi oglasni formati na mediju v določenem času v povezavi z eno od blagovnih znamk PRO PLUS-a

- OGLASNO OZADJE,
- PASICA 300 x 250 px,
- PASICA 1440 x 40 px PASICA 728 x 90 px,
- Oglasno ozadje (leva stran ozadja pripada naročniku).

24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si

OGLASNO OZADJE - SLIDER



Oglasno ozadje - slider

Oglas, ki začasno celo stran pomakne navzdol.

Navodila za izdelavo OGLASNO OZADJE - SLIDER:

- Poravnava spletne strani je sredinska.
- Priporočamo, da kreativne rešitve pripravite v širini 1600 px (optimalno).
- Uporabniki z večjo resolucijo bodo imeli večje vidno območje, tako da so elementi lahko tudi zunaj »povprečnega« vid nega polja.
- Priporočamo, da je ob robovih prevzem enotne barve, da se »prelije« v enotno barvo ozadja, ki jo nastavimo pri nas (css - background-color:)
- Maksimalna teža oglasa je 450 kB.
- Če kreativa presega priporočljive dimenzije, ne zagotavljamo optimalne vidnosti na manjših resolucijah ekrana.
- Možnost vključitve različnih kreativ: vključitev videa.
- Celotna površina oglasa je klikabilna.
- Ozadje oglasnega prevzema je statično. Ostale kreative po dogovoru (videoslider, razširjeni video, fixed prevzem...).
- Materiali za ozadje se pošiljajo izvorni (.ai, .png ali .psd format).
- Oddaja materialov: najmanj 5 delovnih dni pred pričetkom oglaševanja.
- V primeru, da do omenjenega roka ne prejmemo vseh materialov, se zaračunajo penali, kar pomeni, da se vsi rezervirani in potrjeni termini oglaševanja v času zamude štejejo kot dostavljeni in se zato zaračunajo po polni ceni. Rezerviran in potrjen termin mora biti podan v pisni obliki.
- Izbira termina mora biti usklajena s PRO PLUS, d. o. o.
- Oglas mora biti potrjen s strani PRO PLUS spletne strani.

Naročnik pošlje tudi video:

Priporočamo:

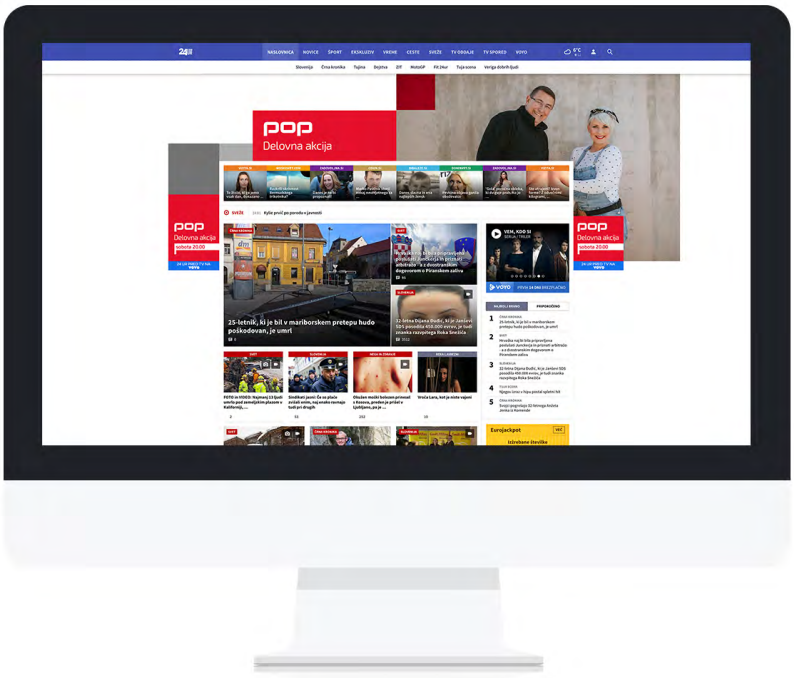
- dostavo video oglasa v formatu 16:9,
- dostavo video oglasa v formatu .mpeg, .mp4, .mxf (dovoljeni tudi drugi),
- trajanje oglasa do 15 sekund in velikost videa do 10 Mb.

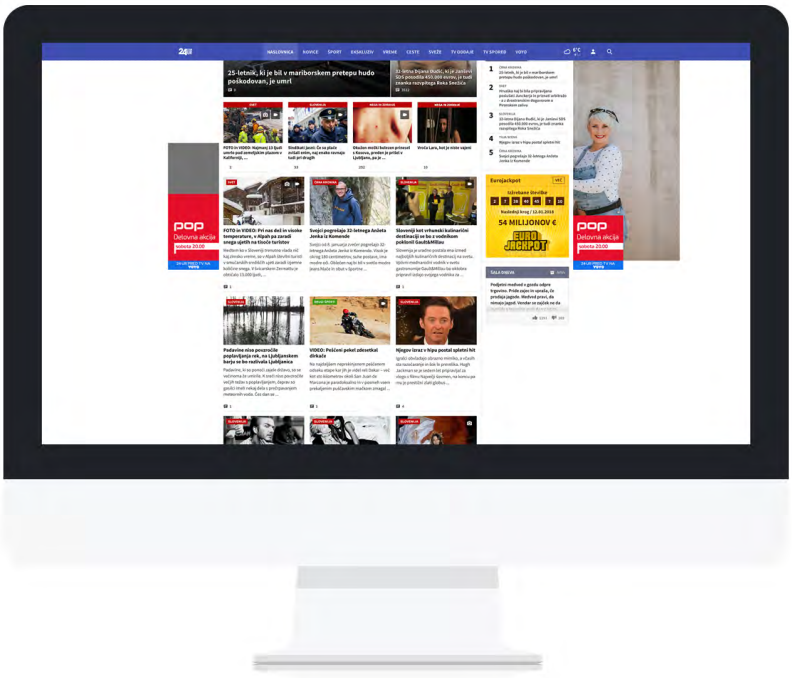
DVE OBLIKI OGLASNIH OZADIJ



Fiksno ozadje

- ozadje ostaja vedno fiksno, tudi ko se uporabnik pomika navzdol po spletni strani.
- Pri tej vrsti ozadja je treba upoštevati, da imajo uporabniki različne ločljivosti zaslonov, zato se pomembni grafični elementi dodajo na vrh ali na zgornji del leve in desne strani ozadja.



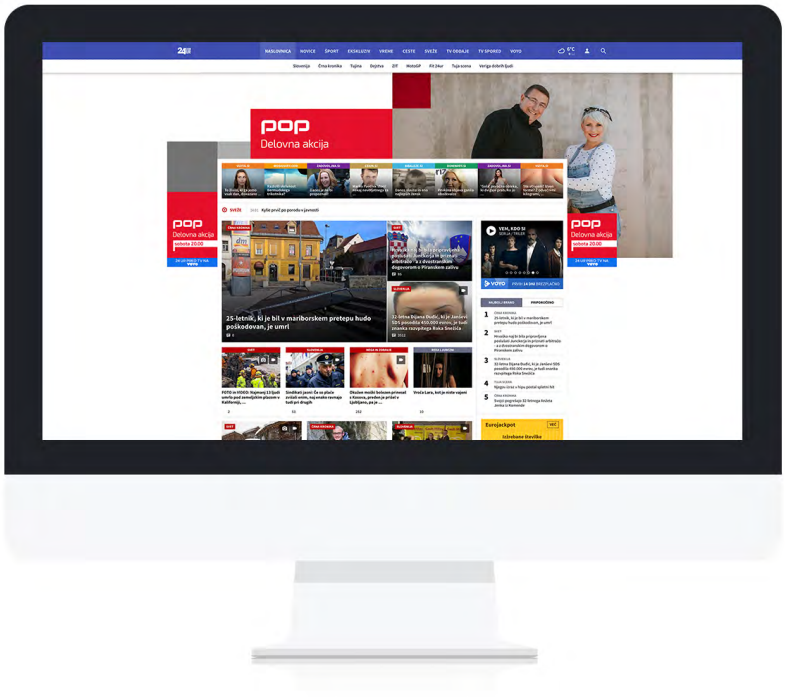


24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si



Premikajoče ozadje

- ob pomikanju strani navzdol se zraven premika tudi ozadje (background-attachment:scroll).



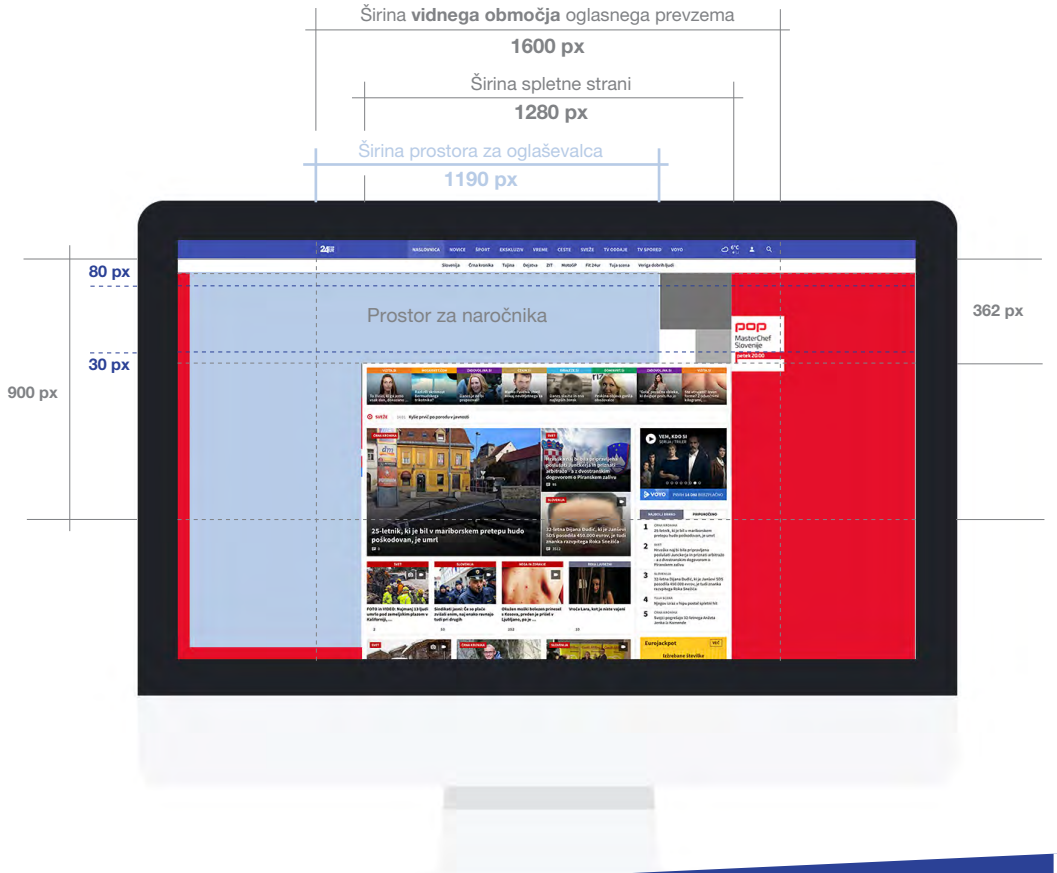


24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si

PRIMER OGLASNEGA OZADJA



PRIMER CROSS-PROMOCIJSKEGA OGLASNEGA OZADJA



24UR.COM BIBALEZE.si Cekin.si Dom in Vrt.si MOŠKI SVET.COM OKUSNO.JE VIZITA.SI ZADOVOLJNA.si

Vodilna medijska hiša

PROPLUS



PRISEGAMO NA UČINKOVITOST

KONTAKT
01 58 93 200 | info@pop-tv.si