

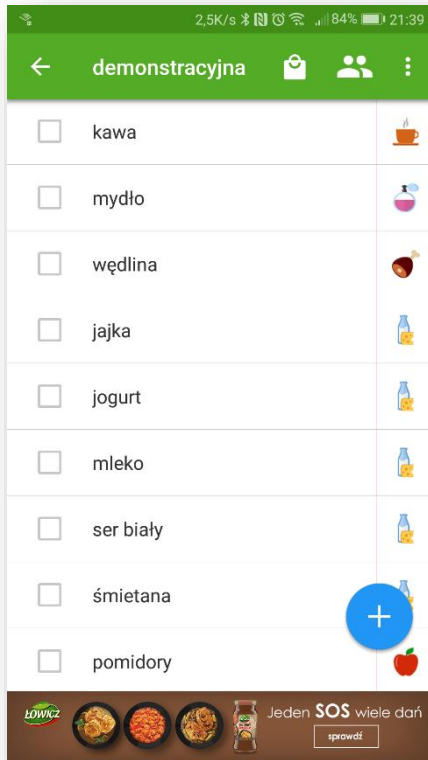


SPECYFIKACJA TECHNICZNA REKLAMY W APLIKACJACH

Listonic

 **MOJA
GAZETKA**

BANNER NA LIŚCIE ZAKUPÓW LUB EKRANIE GŁÓWNYM APLIKACJI



BANNER 1080x180px w LISTONIC I MOJA GAZETKA.

Rozmiar: obrazek 1080x180px.

Format: jpg, gif, png (bez animacji)

Waga: rozsądna, do 70kB (reklamy wyświetlają się na telefonach, mniejsza waga to szybsze ładowanie, lepszy CTR i czas oglądania banera)

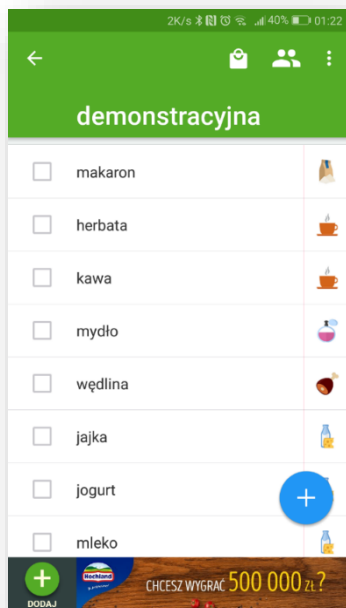
Click URL: dowolny.

Kody śledzące: odstłony i kliki. [nie wymagane]

Uwaga Podczas tworzenia kreacji proszę pamiętać o tym, aby banner był czytelny również po przeskalowaniu do szerokości telefonu. Telefony mają różną szerokość 6-8cm. Jeśli po trzykrotnym zmniejszeniu obrazka z 1080x180 na 360x60 komunikat wciąż jest czytelny, to banner sprawdzi się na telefonach.

PRZYCISK ATL NA BANNERZE

Na bannerze można stosować przycisk ATL – Add To List, Dodaj Do Listy. Przycisk zajmuje 20% szerokości kreacji, dlatego obrazki bannerów powinny być węższe. Zamiast 1080x180px proszę dostarczyć **864x180px**.



BANNER 1080X180PX Z PRZYCISKIEM ATL W LISTONIC.

Należy także dostarczyć informacje o produkcie jaki ma być dodawany do list zakupów:

- **Nazwa produktu:** do 45 znaków unicode. Ta nazwa będzie wyświetlana na liście zakupów po dodaniu produktu do listy. W podpowiedziach, zamiast nazwy produktu może wyświetlać się CTA.
- **Podpis pod nazwą produktu:** 50 znaków unicode. [nie wymagane]
- **Packshot:** co najmniej 512x512px, png lub jpg. Zdjęcie powinno przedstawiać produkt na białym tle. Waga, do 1MB.
- **Click URL:** dowolny.
- **Kody śledzące:** odsłony i kliki, brak możliwości śledzenie zewnętrznym kodem dodań do listy, ani kliknięć w przycisk. [nie wymagane]

Uwaga: Przycisk może dodawać kilka produktów, np. może dodawać do listy całą listę składników potrzebnych do przygotowania potrawy. Przyciski można też umieszczać na Landing Pageach.

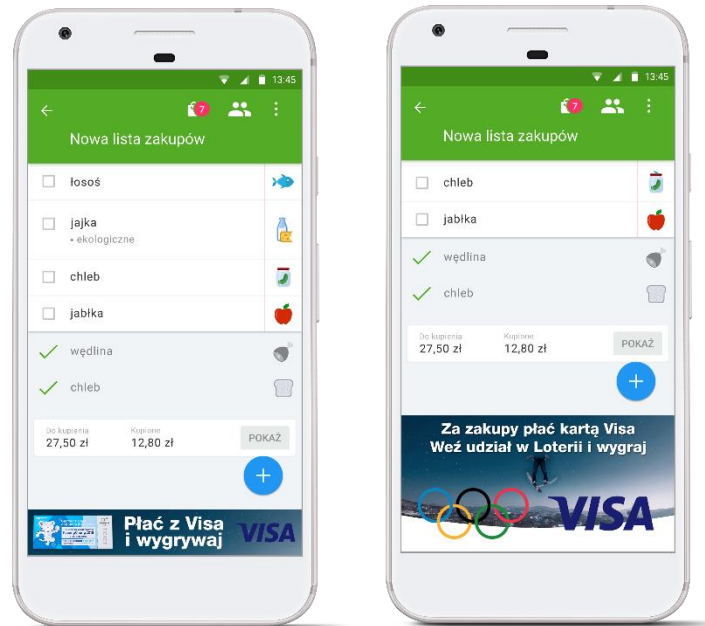
Przykład:

- **Nazwa produktu:** Coca Cola
- **Podpis pod nazwą produktu:** Kup i wygraj podwójny bilet na mecz Polaków!
- **Packshot:** co najmniej 512x512px, png lub jpg. Zdjęcie powinno przedstawiać produkt na białym tle. Waga, do 1MB.



PACKSHOT 512X512PX, ZDJĘCIE PRODUKTU NA BIAŁYM TLE.

EXPAND BANNER NA LIŚCIE ZAKUPÓW



EXPAND BANNER 1080x180px -> 1080x540px NA LIŚCIE ZAKUPÓW.

Banner możliwy do zastosowania tylko na ekranie listy zakupów. Banner rozwija się do swojej potrójnej wysokości kiedy konsument przewinie listę do końca.

Rozmiar i waga:

- Obrazek przed rozwinięciem: **1080x180px, do 70kB.**
- Obrazek po rozwinięciu **1080x540px, do 120 kB.**

Format: jpg, gif, png (bez animacji)

Click URL: dowolny.

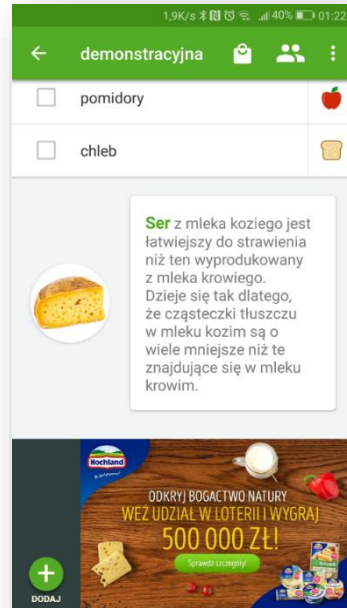
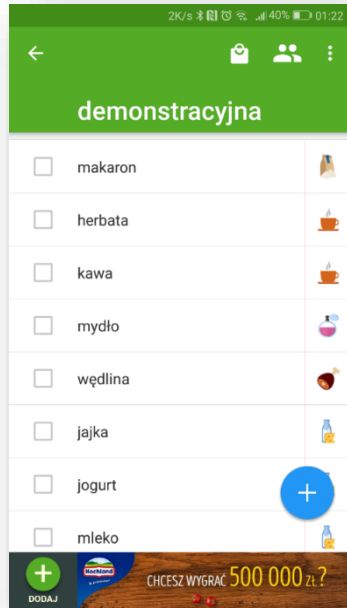
Kody śledzące: odstony i kliki. Można też śledzić oddzielnym kodem zdarzenia rozwijania i składania baniera. **[nie wymagane]**

Uwaga: Podczas tworzenia kreacji proszę pamiętać o tym, aby banner był czytelny również po przeskalowaniu do szerokości telefonu. Telefony mają różną szerokość 6-8cm. Jeśli po trzykrotnym zmniejszeniu obrazka z 1080x180 na 360x60 komunikat wciąż jest czytelny, to banner sprawdzi się na telefonach.

PRZYCISK ATL NA BANNERZE

Na expand bannerze można stosować przycisk ATL – Add To List, Dodaj Do Listy. Przycisk zajmuje 20% szerokości kreacji, dlatego obrazki banierów powinny być odpowiednio węższe:

- 1080x180px zamienia się na **864x180px do 70 kB.**
- 1080x540px zamienia się na **864x540px do 120 kB.**



EXPAND BANNER Z PRZYCISKIEM ATL 864x180px -> 864x540px NA LIŚCIE ZAKUPÓW.

Należy także dostarczyć informacje o produkcie jaki ma być dodawany do list zakupów:

- **Nazwa produktu:** do 45 znaków unicode. Ta nazwa będzie wyświetlana na liście zakupów po dodaniu produktu do listy. W podpowiedziach, zamiast nazwy produktu może wyświetlać się CTA.
- **Podpis pod nazwą produktu:** 50 znaków unicode. [nie wymagane]
- **Packshot:** co najmniej 512x512px, png lub jpg. Zdjęcie powinno przedstawiać produkt na białym tle. Waga, do 1MB.

Uwaga: Przycisk może dodawać kilka produktów, np. może dodawać do listy całą listę składników potrzebnych do przygotowania potrawy. Przyciski można też umieszczać na Landing Pageach.

Przykład:

- **Nazwa produktu:** Coca Cola
- **Podpis pod nazwą produktu:** Kup i wygraj podwójny bilet na mecz Polaków!
- **Packshot:** co najmniej 512x512px, png lub jpg. Zdjęcie powinno przedstawiać produkt na białym tle. Waga, do 1MB.



PACKSHOT 512x512px, ZDJĘCIE PRODUKTU NA BIAŁYM TLE.

INSERT W GAZETCE



REKLAMOWA STRONA WKLEJONA POMIĘDZY STRONY GAZETEK SIECI REKLAMOWYCH. DOWOLNY POZIOMY FORMAT.

REKOMENDOWANY TO: 1080x1440px.

Kreacja jest prezentowana konsumentowi podczas przeglądania gazetki reklamowych, jako strona wklejona między strony gazetki.

Rozmiar i waga:

- Rekomendacja: **1080x1440px, do 200kB.**
- 320x488, 768x1024
- Pionowy HTML5 rozszerzający się do pełnej dostępnej szerokości ekranu.

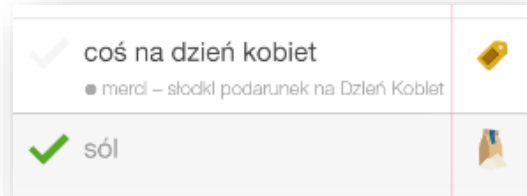
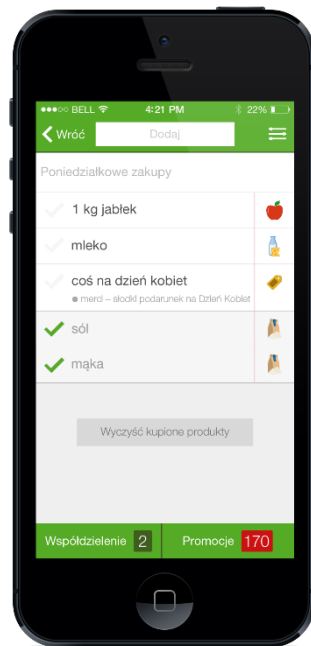
Format: jpg, gif, png (bez animacji), HTML5

Click URL: dowolny.

Kody śledzące: odstony i kliki. **[nie wymagane]**

Uwaga: Podczas tworzenia kreacji proszę pamiętać o tym, aby kreacja była czytelna również po przeskalowaniu do szerokości telefonu. Telefony mają różną szerokość 6-8cm. Jeśli po trzykrotnym zmniejszeniu obrazka z 1080px szerokości na 360px komunikat wciąż jest czytelny, to kreacja sprawdzi się na telefonach.

LINK TEKSTOWY



LINK TEKSTOWY POD POZYCJĄ „COŚ NA DZIEŃ KOBIET” NA LIŚCIE ZAKUPÓW.

Rozmiar: 35 znaków.

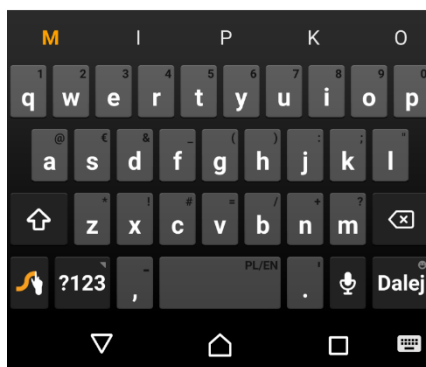
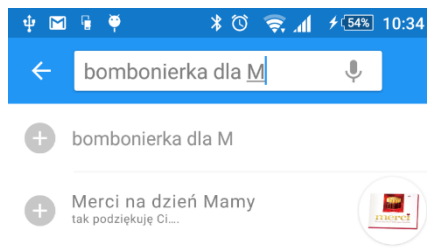
Format: Unicode.

Click URL: dowolny.

Kody śledzące: odstony i kliki. [nie wymagane]

Uwaga: Jeśli hasło reklamowe nie mieści się w 35 znakach i absolutnie nie da się go zmienić, wtedy wyjątkowo można rozszerzyć limit 35 znaków o jeszcze kilka. Kliknięty link prowadzi do Landing Page.

PODPowiedzi Produktu



SUGESTIA ZAKUPU „MERCİ” KIEROWANA DO OSÓB, KTÓRE WPISUJĄ NA LISTĘ, ŻE CHCĄ KUPIĆ BOMBONIERKĘ.

Rozmiar i format:

- **Nazwa produktu:** do 45 znaków unicode. Ta nazwa będzie wyświetlana na liście zakupów po dodaniu produktu do listy. W podpowiedziach, zamiast nazwy produktu może wyświetlać się CTA.
- **Podpis pod nazwą produktu:** 50 znaków unicode. **[nie wymagane]**
- **CTA:** do 45 znaków unicode. To jest nazwa produktu wyświetlanego w podpowiedziach. Jeśli ta wartość nie będzie podana, to wyświetli się nazwa produktu. **[nie wymagane]**
- **Podpis pod CTA:** do 45 znaków unicode. Opis przedmiotu wyświetlanego w podpowiedziach. Jeśli wartość nie będzie podana, to wyświetli się „podpis pod nazwą produktu” **[nie wymagane]**
- **Packshot:** co najmniej 512x512px, png lub jpg. Zdjęcie powinno przedstawiać produkt na białym tle. Waga, do 1MB.
- **Kody śledzące:** tylko odsłony. **[nie wymagane]**

Uwaga: Kliknięcie w napisy i ikonę „+” powoduje zapisanie produktu na liście zakupów użytkownika. Obok produktu będzie widać opakowanie produktu. Reklama nie może prowadzić do LP, tak jak większość reklam w Internecie.

Produkty dodane na listy zakupów w ten sposób zostają w historii zakupowej użytkowników na podstawie której sugerowane są produkty do następnych listy zakupów konsumentów.

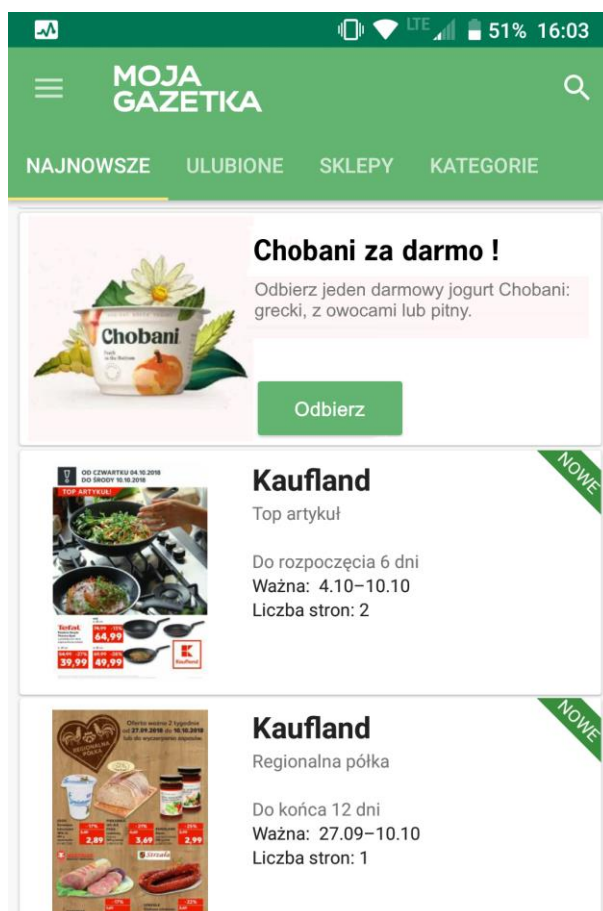
Przykład:

- **Nazwa produktu:** Coca Cola
- **Podpis pod nazwą produktu:** Kup i wygraj podwójny bilet na mecz Polaków!
- **CTA:** Coca Cola do obiadu
- **Podpis pod CTA:** Wygraj bilety na mecz, piłki i miliony puszek
- **Packshot:** co najmniej 512x512px, png lub jpg. Zdjęcie powinno przedstawiać produkt na białym tle. Waga, do 1MB.



PACKSHOT 512x512px, ZDJĘCIE PRODUKTU NA BIAŁYM TLE.

KAFELEK REKLAMOWY W GAZETKACH – NATYWNY



NATYWNY KAFELEK REKLAMOWY MÓWIĄCY O PROMOCJI JOGURTÓW, WPLECIONY W LISTĘ GAZETEK PROMOCYJNYCH.

Rozmiar i format:

- **Tytuł:** do 30 znaków unicode. Zalecane do 15 znaków Ta nazwa będzie wyświetlana jako tytuł promocji po dodaniu produktu do listy. W podpowiedziach, zamiast nazwy produktu może wyświetlać się CTA.
- **Podpis pod tytułem:** do 75 znaków unicode. Zalecane do 35 znaków **[nie wymagane]**
- **CTA:** do 10 znaków unicode. Ten tekst pokaże się na przycisku zachęcającym do kliknięcia. **[nie wymagane, ale zalecane]**
- **Grafika:** co najmniej 300x300px, png lub jpg na białym tle. Zazwyczaj lepiej sprawdzają się obrazki bez tekstu. Waga, do 70kB.
- **Click URL:** dowolny, lepiej żeby strona wyświetlała się poprawnie na telefonach
- **Kody śledzące:** odstony i kliknięcia. **[nie wymagane]**

Uwaga: Reklamy tego typu pokazują się na liście gazetek, w sposób zbliżony to tego jak prezentowane są gazetki. Format jest natywne, właściciele aplikacji sami dobierają w jaki sposób reklama będzie zaprezentowana, gwarantowane jest wykorzystać dostarczonej grafiki i tytułu.

Przykład:

- **Tytuł:** Chobani za darmo!
- **Podpis pod tytułem:** Odbierz jeden darmowy jogurt Chobani: grecki, z owocami lub pitny.
- **CTA:** Odbierz
- **Click URL:** <https://www.chobani.com>

Tytuł: powinien zaciekawić konsumentów, którzy mogą skorzystać z oferty.

Opis: Odpowiedź na pierwszą ciekawość wywołaną treścią tytułu, warto zawrzeć informacje, które mogą pomóc grupom konsumentów ocenić, czy oferta jest dobra dla nich: Tylko Mazowieckie, Wyślij paragon, a my zwrócimy pieniądze, ...



Chobani za darmo !

Odbierz jeden darmowy jogurt Chobani: grecki, z owocami lub pitny.

Odbierz



CTA: jego celem jest skłonienie konsumenta do kliknięcia.

LANDING PAGE



Rozmiar: 640x[ile dusza zapragnie]px, above the fold mieści się dokładnie 640x850px. Strona może mieć kilka podstron

Format: html, który odpowiednio wyświetli się na telefonach z systemem Android i iPhone oraz zaserwuje odpowiednie obrazki w zależności od gęstości ekranu (np. dla ekranów retina® obrazki powinny być dwa razy większe).

Przykłady zakodowanych LP: <http://tylkofmccg.pl/wp-content/uploads/2016/01/Przykłady-LP.zip>

Uwaga: Żeby zaprezentować informacje, które nie mieszczą się na jednej stronie, lepiej stworzyć stronę „o kilku slajdach” niż stronę z podstronami. Slajdy można zmieniać gestem „swipe”. Jeśli strona ma kilka podstron, to trzeba przygotować oddzielną wersję dla iPhonea, z nawigacją na górze i dole strony z przyciskiem „ <- wróć”

Przykłady reklam w Listonic można znaleźć na: <http://tylkofmccg.pl/>