

Technická špecifikácia obrazových formátov (štandardných aj neštandardných)

Všeobecné pravidlá, príprava formátov

1. **Všetky formáty pre celú kampaň je nutné odoslať naraz minimálne 2 pracovné dni pred zahájením kampane.** V ostatných prípadoch nemôžeme garantovať kontrolu materiálov v termíne.
2. Formáty **musia mať presné rozmery** – nie väčšie ako definície uvedené pri jednotlivých typoch obrazových formátov. Tieto hodnoty môžu byť prekročené iba za predpokladu, že tomu zodpovedá cieľ kampane, a iba po súhlase vydavateľa.
3. Maximálny objem súboru, ktorý reklamný systém AdOcean emituje, je 30 kB.
4. Súčasne s formátmi **musí byť dodaná hexadecimálna farba pozadia pre formát .swf.** Tento bod vynecháme, pokiaľ je pozadie biele (#FFFFFF), alebo pokiaľ sa jedná o typ layer (čiže bez html pozadia). Nie sme zodpovední za zmeny vzhľadu formátu, ktoré súvisia so zanedbaním pokynov uvedených v tomto bode.
5. Zároveň s formátmi **musí byť dodaná aktívna URL adresa/y, na ktoré majú formáty odkazovať** a kódy, pomocou ktorých je reklama presmerovaná. Cieľová adresa nesmie byť dlhšia než 200 znakov.
6. Preklik je vo formátoch .swf realizovaný **otvorením v novom okne**, prípadne je na určenie umiestnenia prekliku vo flashi urobená parametrická premenná „target“, kde sa otváranie prekliku dá špecifikovať
7. **Pri reklamných formátoch, ktoré prekrývajú alebo zasahujú do obsahu stránky, musí byť umožnené reklamu preskočiť alebo vypnúť**
8. V prípade formátov, ktoré obsahujú priehľadné prvky, sa nepovoľuje ich prekrývanie neviditeľným tlačidlom, ktoré „chytá“ kliknutia – na stránku inzerenta môžu po kliknutí presmerovať iba prvky viditeľné pre užívateľa
9. **Zvuk sa nespúšťa automaticky po natiahnutí kreatívy, iba po interakcii používateľa (kreatíva musí obsahovať funkčné ovládacie prvky)**
10. Zakázaná je tvorba formátov, ktoré sťahujú ďalšie prvky alebo vonkajšie súbory (napr. streaming vo formátoch .swf). Výnimkou sú formáty, ktoré sú určené na tento účel.
11. Zakázané je tiež používanie skriptov, ktoré menia okno prehliadača (rozmery, polohu). Výnimkou sú formáty, ktoré sú určené na tento účel.
12. Formáty alebo kódy, ktoré spôsobujú chybové hlášky alebo varovania, nebudú prijaté
13. **Nezaoberáme sa prípravou skriptov.** Zároveň s vyššie uvedenými materiálmi prosíme o dodanie sprievodných skriptov, ktoré ovládajú správanie formátov.
14. Pokiaľ je v kampani vyžadované použitie **multiclickthru** (viac než jeden clickthru), pošlite prosím zodpovedajúce vzory: `_root.clickthru1` pre prvú adresu URL, `_root.clickthru2` pre druhú adresu URL, atď. Dajte si pozor na **veľkosť písmen**.
15. Podklady nespĺňajúce technické požiadavky má eTREND právo odmietnuť a kampaň nepublikovať.

A. Jednoduchá kampaň – animovaný GIF

- (povinné) Súbor typu **GIF**
- (povinné) URL prekliku
- (povinné) Rozmery GIFU v pixeloch – šírka x výška

B. Jednoduchá kampaň – flash kreatíva

- (povinné) Súbor(y) typu **SWF**
- (povinné) Šírka a výška flashu v pixeloch – flash bude osadený do obdĺžnika presne týchto rozmerov (t.j. špeciálne väčšie flashe, pri ktorých je určitá časť zobrazená polotransparentne v layoute mimo obdĺžnika vyhradeného pre kreatívu patria do kategórie C)
- (povinné) Názov premennej zabezpečujúcej preklik (clickthru, click, clicktag, link, ...)
- (voliteľné) Farba pozadia – ak nie je uvedená, v HTML kóde sa jednoducho atribút `bgcolor` vynechá
- (povinné) URL prekliku
- *Poznámka:* akákoľvek zložitejšia kampaň (dva flashe, sledovací skript na štatistiky, atď.) patrí do kategórie C

C. Komplexnejšia kampaň

- (povinné) Práve jeden textový HTML fragment s príponou **.html**, ktorý predstavuje **kompletné osadenie kampane a nič iné (žiadne demo texty, resp. príklady osadenia – takéto súbory samozrejme môžu byť súčasťou objednávky, ale ich určenie musí byť jasne špecifikované ako ukážka kampane)**.
Tento fragment musí byť v takom tvare, aby ho bolo možné osadiť do HTML alebo XHTML dokumentu medzi tagy <body> a </body> a bol v tom prípade funkčný.
HTML fragment musí byť len jeden, musí obsahovať všetko potrebné na zobrazenie kampane. Všetky odkazy čo obsahuje musia byť absolútne URL adresy, alebo relatívne odkazy na SWF, GIF súbory v tom istom adresári. Tieto lokálne SWF a GIF súbory musia byť dodané spolu s kampaňou.
Príklady rôznych fragmentov:
 - samotný javascript: fragment musí začínať iba tagom <script> a končiť tagom </script>
 - javascript plus nejaký zobrazovaný element: ...<div...>...</div><script...>...</script>....
 - atď...
- (voliteľné) **Jeden alebo viac** lokálnych súborov typu **SWF**, resp. **GIF**, na ktorý(é) sa odkazuje HTML fragment
- (povinné) URL prekliku
- (voliteľné) Preklikový reťazec – t.j. presná špecifikácia reťazca v html fragmente, ktorá má nahradiť URL prekliku pri zobrazení kampane. Je nutné, aby sa tento reťazec vyskytoval vo fragmente iba na mieste, kde má byť preklik definovaný a nikde inde, aby sa kampaň zobrazila korektne.
Príklad:
 - HTML fragment: ... <script...> ... var clickthru='*preklik*'
takže v tomto prípade je reťazec, ktorý sa nahradí za preklik tento: *preklik*
- **Doplňujúca podmienka:** Ak sú v kampani zahrnuté minimálne dva kooperujúce flashe (napr. active pilot, bent – prvá kreatíva je väčšia, druhá menšia – tá sa spustí po „dobeňnutí“ animácie tej prvej) – **treba otestovať**, či kampaň funguje v prostredí, keď sú **flashe umiestnené na inej doméne ako samotný reklamný skript kampane**, pretože to je prípad eTRENDu (volanie skriptu) a AdOcean Systemu (umiestnené flashe). V prípade, ak sa situácia nedá vyriešiť inak ako presunutím všetkých médií priamo na doménu eTrend.sk, treba na to upozorniť.

Komplet a názvoslovie materiálov

Za komplet materiálov sa považuje:

- komplet formátov, ktoré spĺňajú požiadavky špecifikácie,
- aktívne url adresy cieľových stránok,
- kódy (pokiaľ sú vyžadované).

Názvoslovie materiálov:

- odporúčame používanie názvov typu: typ_formatu_rozmer_verzia_server;
- v názvoch sa používajú malé písmená, podčiarkovníky a čísla; neodporúča sa používanie medzier.

Aktívne url:

- musia byť uvedené v tabuľke, v ktorej je v jednom stĺpci názov formátu a v druhom zodpovedajúca url (nie je to nutné v prípade, kedy je pre celú kampaň iba jedna cieľová adresa).

Ako skontrolovať, či súbor .swf má správne root.clickthru?

Do okna prehliadača zadáme url adresu súboru .swf (nie lokálne, ale cez http://), dopíšeme bez medzery: ?clickthru= a tiež bez medzery adresu url, na ktorú má formát odkazovať. Potvrdíme, a pokiaľ sa v novom okne objaví stránka, ktorej url sme zadali, je formát vytvorený správne.