

Retningslinjer for annonsemateriell



Vi har krav og spesifikasjoner til annonser som kjøres på våre nettsider, som er opprettet i samarbeid med redaktørene til de forskjellige nettsidene. Dette for å skape en god balanse mellom annonser og det redaksjonelle innholdet. Det kan være at noen krav og spesifikasjoner til annonser varierer noe mellom forskjellige nettstedene når det gjelder spesialformater og kompliserte annonser. Vær vennlig å lese gjennom våre instruksjoner, og spør oss gjerne dersom det er noe du lurer på:

Annonsestyringssystem

Edda Digital benytter Helios IQ Adtech til annonsestyring for alle våre nettsteder.

Felles annonsestyringssystem for alle nettstedene betyr at vi har kontroll over dobbeltdekningen mellom nettstedene på visningsbaserte kampanjer. Vi kan planlegge din kampanje med det antall annonseeksposeringer per unike bruker som du vil ha.

Gjennom Helios IQ har vi kontroll på kampanjeplanlegging, utsolgtgrad, leveransesikring, dokumentasjon og rapportering. Standard rapportering viser antall visninger, klikk, klikkrate, unike brukere på kampanjenivå og daglig annonseleveranse.

Vi tillater ikke annonser

- som strider mot markedsføringsloven.
- som kan virke støtende på målgruppen, inkludert, men ikke begrenset til pornografi, politikk og religion.
- for aktiviteter eller nettsteder som er ulovlige i Norge.
- som inneholder lyd eller "pop-ups", uten at dette er brukeraktivert med klikk (se spesifikasjoner lengre ned).
- som er "skrikende" med svært spesiell fargebruk, animasjon eller andre effekter som kan virke irriterende på leseren.
- med spesielt stor ressursbruk, som enten krever mye båndbredde eller CPU-kraft, i den grad at det går utover leseropplevelsen (se spesifikasjoner lengre ned).

Materiellfrist

Materiellfrist, ordinære annonser (jpg/gif/flash): tre arbeidsdager (72 timer) før innrykk.

Materiellfrist, kompliserte annonser: Etter avtale.

Alt materiell sendes: traffic@eddamedia.no

Annonsetyper

Vi godtar statiske bilder (jpg, gif), animerte bilder (gif), animasjoner (flash) og HTML-annonser.

Tyngdebegrensninger

Format	Max kb
996x150	50kb
768x150	50kb
768x400	50kb
468x400	50kb
468x100	35kb
300x60	20kb
180x500	50kb
180x150	35kb
160x350	35kb
180x120	20kb

FLASH

Retningslinjer ved bruk av flash og shockwave i annonser

Fallback gif eller jpg

Noen brukere har ikke flash-pluginn installert og kan ikke se flash-annonser. Derfor trenger vi det vi kaller fallback-annonser. Fallback-annonser er en kopi/enklere utgave av flashannonsen i gif- eller jpg-format.

clickTAG for klikktelling

Flash-annonsen må inneholde clickTAG for at annonsesystemet skal kunne telle klikk. Når en bruker klikker på en annonse, sendes klikket videre til annonsesystemet som registrerer det og sender brukeren til sluttmålet. Hvis linken til annonsøren bakes inn i flashfilen blir altså ingen klikk registrert i annonsesystemet. Erstatt derfor urlen med "clickTAG. NB! Det må alltid legges inn "_blank" i "window"-feltet for at linken skal åpnes i et nytt vindu.

Action-kommandoen getURL skal se slik ut:

```
on (release) {  
getURL (clickTAG, "_blank");  
}
```

Flere clickTAG'er:

Inneholder annonsen flere clickTAG'er, skiller man enkelt ved å nummerere clickTAG'ene:

```
on (release) {  
getURL (clickTAG, "_blank");  
}  
on (release) {  
getURL (clickTAG1, "_blank");  
}  
on (release) {  
getURL (clickTAG2, "_blank");  
}
```

Osv.

Her finner du flere opplysninger om bruk av flash i annonser:

<http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking/>

Streaming/Sub Movie Clips

Dersom clickTAG- release er lagt på et sub- movieclip og ikke i layeren som ligger over hele annonsen, må denne kommando brukes: "_root.clickTAG".

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

Vi anbefaler at det uansett benyttes "_root." prefix, ettersom dette alltid vil fungere uansett hvor klikket er lagt.

Lyd i flash-annonser

Lydeffekter kan benyttes i flash- annonser, men kun med start/stopp- knapp. Dvs. lyd må aktiveres av brukeren.

Video i flash-annonser

Vi tillater bruk av video i annonser. Ettersom video vil overskride tyngdebegrensningene må filmfilen feedes fra ekstern server og hentes inn i annonsen ved hjelp av klikk.

CPU reduksjon

Det er viktig at våre sider oppleves som raske, derfor er vi nødt til å sette grenser for CPU-ressursene til annonser.

Slik sjekker du annonsenes CPU bruk:

Lukk alle nettlesere og programmer.

Trykk Ctrl+Alt+Del. Dette åpner Windows Task Manager(Windows Oppgavebehandling).

Velg fanen Performance(Ytelse). Her vises et diagram over CPU-bruken.

Åpne flash filen i Internet Explorer eller den nettleseren du bruker og følg med på diagrammet som vil vise CPU-bruk. Du kan godt kontrollere både Internet Explorer og Firefox, da dette kan variere noe. CPU % bør ikke være mer enn 10 %. Det kan være at denne er noe høyere akkurat i det du åpner flash filen, men den bør flate ut veldig raskt. Hvis ikke krever vi at du gjør endringer.

Tips for å redusere CPU bruk:

- Unngå unødige *timer*-funksjoner og looper. Dette er de største problemene når det kommer til CPU-bruk.
- Senk frameraten, dvs. antall bilder per sekund
- Bruk færre animasjoner som baserer seg på matematiske beregninger i ActionScript
- Fjern unødige keyframes fra animasjonen og bruk Tween-funksjonen fremfor "framefor-frame" animasjon
- Minimer bruk av overtoninger, gjennomsiktighet, masker og animasjoner
- Bildeobjekter som brukes mer enn én gang i filmen bør konverteres til symboler
- Symboler spares i filen en gang, og brukes igjen senere. Dette kan redusere både filstørrelse og CPU-bruk
- Begrens forandringene mellom hver keyframe
- Solide linjer krever mindre minne enn prikkete/stiplede linjer eller penselverktøyet
- Grupper objekt og gjør felles anrop til hele gruppen
- Minimer antallet fonter og konverter ikke tekst til banner unødig
- Bruk vektorgrafikk fremfor pikselgrafikk
- Optimer vektorgrafikken. Velg *Modify – Smooth, Straighten* eller *Optimize* for å dra ned antallet vektorpunkter.

Spesialformater krever spesialtilpassing

Ønsker du å kjøre spesielle funksjoner i flashannonser, krever dette godkjenning av redaksjonen, samt testing og tilpassing i annonsesystemet. Beregn derfor god tid.

Har du spørsmål, vennligst ta kontakt med traffic@eddamedia.no.