



medforum

Edukacja i Media Medyczne

Niniejsza specyfikacja dotyczy form reklamowych wykorzystywanych w serwisach Grupy Medforum (sieci Medforum). Specyfikacja techniczna określa wymogi kreacji reklamowych, jej typy, rozmiary oraz wagę w sieci Medforum oraz reklam dostarczanych z zewnętrznych AdSerwerów.

Niniejsza specyfikacja zawiera obecnie obsługiwane formy reklam. Ze względu na ciągłe wprowadzanie nowych form reklamowych, prosimy o okresowe aktualizowanie specyfikacji do najnowszej wersji dostępnej na stronie <http://reklama.medforum.com.pl>

1. Formy reklamy – rozmiary, formaty, waga.

Forma reklamy - display	Rozmiar [px]	Format	Waga / czas
Billboard	750 x 100	html5, jpg, gif, png	40 kb
Long banner	728 x 90	html5, jpg, gif, png	40 kb
Double Billboard	750 x 200	html5, jpg, gif, png	40 kb
Triple Billboard	750 x 300	html5, jpg, gif, png	40 kb
Wideboard	900 x 300, 970 x 250	html5, jpg, gif, png	40 kb
Rectangle Box	300 x 250, 336 x 280*	html5, jpg, gif, png	40 kb
Half Page	300 x 600	html5, jpg, gif, png	40 kb
Pop-up 300x250	300 x 250	html5, jpg, gif, png	40 kb
Toplayer	750 x 600	html5, jpg, gif, png	40 kb
E-Mailing	Szerokość od 600 do 800, wysokość do 1500	HTML4	90 kb
Interstitial	Indywidualne wymagania	html5, jpg, gif, png	60 kb
Scroller	30 x 1024	html5, jpg, gif, png	20 kb
Reklama video	Indywidualne wymagania	mp4	max 15 sekund
Tekst sponsorowany	-	(media) txt, pps, pdf, jpg	2500 znaków
Portale dla pacjentów			
Tapeta / Watermark	- maksymalna szerokość serwisów: 1150px + 20px margines - wysokość górnego paska menu: 60px	jpg, png	75 kb
SlideShow	740 x 400	jpg, png	50 kb

Portale dla lekarzy / farmaceutów			
Tapeta / Watermark	- maksymalna szerokość serwisów: 1150px + 20px margines - wysokość górnego paska menu: 40px	jpg, png	75 kb

* tylko w serwisach dla pacjentów

2. Wymagania dla reklam

2.1 Reklamy w formacie GIF, JPG

Kreacja reklamowa musi być zgodna z wymaganiami zawartymi w punkcie nr 1.

2.2 Scroller

Pasek reklamowy zawierający elementy graficzne. Forma na stałe umieszczona w przy dolnej krawędzi przeglądarki.

Format: gif, jpg, png

Wysokość: do 30px

2.3 Toplayer

Forma kreacji wyświetlana nad stroną, może zawierać elementy dźwiękowe. Kreacja musi posiadać w warstwie przycisk "x" z akcją zamykającą.

Warstwa klikTAG

Według poniższych zaleceń:

https://support.google.com/dfp_premium/answer/7046799?hl=pl

4. RichMedia

Rich Media to nowa, bogata forma reklamy internetowej. Tworzona w nowoczesnych formatach umożliwia zamieszczenie w jednym banerze wideo, zdjęć, map, formularzy, wtyczek mediów społecznościowych i wielu innych funkcjonalności. Jednym słowem, to samodzielna "mini strona" wyświetlana na innych witrynach internetowych. Dzięki technologii HTML5 reklamy mogą zawierać wiele poziomów treści w jednym miejscu docelowym.

5. HTML5

- 5.1. Kod serwujący HTML5 po przekazaniu przez Klienta każdorazowo musi być przetestowany i zaakceptowany przez Wydawcę.
- 5.2. Przewodnik stworzony przez IAB, zawierający wytyczne dotyczące tworzenia reklam w HTML5 dostępny pod adresem: <http://www.iab.com/wp-content/uploads/2015/06/HTML5DAv101.pdf>
- 5.3. Podstawowe akcje i działanie kreacji musi być zgodne z wymaganiami dla wybranego formatu. Składowe kreacji nie mogą ingerować w działanie stron wydawcy oraz innych reklam.
- 5.4. Elementy kodu:
 - 5.4.1. Kreacje muszą być przygotowane do emisji responsywnej (RWD).
 - 5.4.2. Kreacje nie mogą korzystać z dostępnych bibliotek jQuery.
 - 5.4.3. Kod kreacji musi być zgodny z Friendly iFrame.
 - 5.4.4. Podstawowymi elementami kodu kreacji HTML5 są: plik HTML, biblioteki skryptów (JavaScript), pliki z arkuszami stylów o unikalnych nazwach (CSS3), grafiki oraz opcjonalnie elementy jak wideo i rich media.
 - 5.4.5. Elementy składowe kodu muszą być umieszczone w całości na serwerach u Partnera np. Doubleclick lub w całości na serwerach Wydawcy.
 - 5.4.6. W celu optymalizacji działania kodów, Wydawca zastrzega sobie prawo do zapisania na swoich serwerach bibliotek JavaScript przechowywanych u Partnerów 3rd party. Stałe biblioteki JavaScript niezbędne do działania kreacji HTML5 mogą zostać pobrane raz (przy kolejnych odsłonach kreacji, muszą być pobierane z pamięci podręcznej przeglądarki).
 - 5.4.7. Dopuszczalna waga kreacji nie może przekroczyć 150% wagi kreacji FLASH dla danego formatu (wraz z pobieranym kodem).
 - 5.4.8. Kod musi mieć możliwość obsługi zmiennych zliczających akcje kliknięć po stronie systemów emisyjnych Wydawcy. Odbywać się to może na różne sposoby np. metodą clickTAG bądź funkcją JavaScript wystawioną w systemie kompilującym kod.
6. Kreacje wykonane w technologii HTML5 nie są kompatybilne z przeglądarkami Internet Explorer w wersji 8 oraz starszymi i nie będą dla tych przeglądarek wyświetlane.
7. Wydawca nie dostarcza żadnych danych związanych z interakcją użytkownika w obrębie kreacji. Powyższa funkcjonalność musi zostać zapewniona po stronie kodu kreacji.
8. Uniwersalnym miejscem pomiaru emisji reklamy jest moment załadowania się pierwszego elementu reklamy.
9. Wydawca zastrzega sobie prawo sformułowania dodatkowych wymagań, które muszą spełnić przed emisją.

10. Do kreacji HTML5 stosują się standardowe wymagania w zakresie obciążenia procesora.
11. Kreacja musi zostać przesłana w postaci skompresowanego pliku .zip.
12. Wszelkie materiały reklamowe, konieczne do rozpoczęcia kampanii, muszą być dostarczone nie później niż na 5 dni roboczych przed emisją.

13. Reklama tekstowa

13.1. Tekst sponsorowany - news, artykuł itp.

Umieszczony jako wiadomość lub artykuł na pierwszym miejscu w sekcji „Artykuły” i/lub „Wiadomości” na stronie głównej portalu w sekcji „Specjalista” i/lub „Pacjent” (linkujący do treści reklamowej na podstronie serwisu).

13.2. Link sponsorowany

Krótki tekst linkujący do wybranej strony, który może zawierać hasło lub frazę reklamową o długości do 35 znaków.

5. Streaming

Reklama zawierająca film reklamowy powinna zawierać przyciski sterujące. W przypadku reklamy, która posiada dźwięk, powinna być możliwość jego wyłączenia (przycisk).

6. Inne formy reklamy

- 6.1. Sponsoring działu tematycznego
- 6.2. Sponsor działu uzyskuje wyłączność na promocję w jego ramach: obrandowanie działu, możliwość zamieszczania tekstów sponsorowanych).
- 6.3. Wyodrębniona część portalu, poświęcona jednemu problemowi diagnostycznemu lub terapeutycznemu.

7. Informacje uzupełniające

- 7.1. Warunkiem przyjęcia do realizacji kampanii jest wysłanie zlecenia na przeprowadzenie kampanii oraz zwrotne potwierdzenie przez Medforum o przyjęciu kampanii do realizacji.
- 7.2. Każda forma reklamowa musi być zgodna z niniejszą specyfikacją, chyba że emisja ma być realizowana na podstawie specjalnego zamówienia.
- 7.3. Kreacja powinna zostać dostarczona na minimum 3 dni robocze przed planowanym rozpoczęciem emisji.
- 7.4. Kreacja nie może mieć wpisane jakichkolwiek linki poza określonymi w punkcie 2.2, nie może także w inny sposób odwoływać się do zewnętrznych serwerów.
- 7.5. Niedopuszczalne jest implementowanie skryptów zmieniających rozmiar kreacji, położenie okna, a także utrudniających zamykanie kreacji.
- 7.6. Kreacja musi spełniać zasady następujące zasady nazewnictwa:
[kampania_portal_forma_wymiar_wersja.rozszerzenie](#),
przykład: [pneumokoki_pediatria_billboard_750x100_v1.jpg](#)