



# Reklama w o2

## Specyfikacja techniczna

Obowiązuje od dnia:

15.03.2012



## Spis treści

1	Założenia ogólne .....	4
2	Nazewnictwo i komplet materiałów .....	5
3	Dopuszczalne rozmiary, ciężar i format materiałów .....	6
3.1	Formaty standardowe .....	6
3.2	Formaty standardowe z efektami Expand, Push, Scroll .....	6
3.3	Formaty na warstwie „layer” .....	6
3.4	Formaty na Stronie Głównej O2 .....	6
3.5	Formaty w Poczta O2 .....	7
3.6	Formaty w Komunikatorze Tlen .....	7
3.7	Formaty dedykowane na Serwisach Wideo (Smog, Wrzuta) .....	7
3.8	Mailing .....	7
4	Wymagania ogólne materiałów .....	8
5	Kreacje standardowe z efektami Expand, Push, Scroll .....	8
5.1	Kreacja typu Expand .....	8
5.2	Kreacja typu Push .....	9
5.3	Kreacja typu Scroll .....	10
6	Kreacje emitowane na warstwie (layer) .....	10
6.1	Toplayer .....	10
6.2	Brandmark .....	10
6.3	Floor Ad .....	11
6.4	Fly Footer .....	12
6.5	Interstitial .....	13
6.6	Intromercial .....	14
7	Reklamy video .....	15
7.1	Video ad .....	15
7.2	Videostitial .....	15
7.3	Videostitial - kreacja double billboard .....	16
8	Pozostałe kreacje .....	17
8.1	Kreacja typu Rich Media .....	17
8.2	Kreacja typu Rich Content .....	17
8.3	Kreacja typu xHTML .....	20
8.4	Kreacja na wylogowaniu (poczta logout) z personalizacją .....	20
8.5	VideoSkin .....	21
8.6	Branding Player’a Audio .....	21
8.7	Branding Avatarów .....	21
8.8	Ikonki Audio .....	21
8.9	Pozycjonowany materiał wideo (film) .....	21
8.10	Dynamic Wallpaper / Screening .....	21
8.11	Comet Cursor .....	22

8.12	Linki tekstowe .....	22
8.13	Zakładka na poczcie .....	23
8.14	Branding logo serwisu .....	24
8.15	Slider.....	24
9	MAILING.....	27
9.1	Wstępne informacje dotyczące mailingu HTML .....	27
9.2	Zasady prawidłowego tworzenia mailingu .....	27
9.3	Waga kreacji (wielkość w kB wszystkich plików).....	30
9.4	Kompresja kodu HTML (cały kod w jednej linii).....	30
9.5	Tło mailingu .....	30
9.6	Źródła błędów .....	31
9.7	Walidacja kodu mailingu .....	31

## 1 Założenia ogólne

Kreacje należy przysłać **jednorazowo** w postaci pełnego kompletu materiałów wykorzystywanych w kampanii (kreacja, URL, kody liczące).

Kreacje nie mogą przekraczać wartości brzegowych dotyczących konkretnych form reklamowych (waga, wysokość, szerokość) podanych w tabelce w pkt. III.

Kreacje należy zostać przygotowane w wersji Adobe Flash 8.0 lub wyższej.

Kreacja nie może zajmować więcej niż :

**20 %** zasobów procesora średniej klasy (2GHz Intel Core 2 Duo) dla form wyświetlanych w inboxie poczty o2.pl,

**25%** dla form wyświetlanych w komunikatorze Tlen,

**30%** na pozostałych stronach Portalu.

Testy obciążenia należy przeprowadzić w przeglądarkach: Internet Explorer 8, Firefox 8 ,Opera 11.

Animacja nie może przekraczać 25 fps.

Zabronione jest tworzenie kreacji zaciągających dodatkowe elementy z zewnętrznych serwerów (dotyczy kreacji .swf).

Zabronione jest używanie skryptów zmieniających okno przeglądarki (wymiar, położenie). Wyjątek stanowią kreacje, których założeniem są właśnie takie działania.

Warunkowo dopuszczamy możliwości hostowania kreacji na zewnętrznych (nie należących do o2) serwerach, po każdorazowym uzyskaniu zgody ze strony Działu Traffic.

Zabronione jest przysyłanie kreacji i kodów, które mogą przyczynić się do występowania ostrzeżeń lub błędów w czasie serwowania reklamy (lub innych zakłóceń dostrzeganych przez użytkowników).

Kreacje nie mogą zawierać elementów operacyjnych, których funkcja wynikająca z formy, napisu czy konwencji jest niezgodna z ich komunikatem, lub działa w sposób nietypowy.

o2 zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia kreacji z uwagi na to, jak są one postrzegane przez użytkowników, względy techniczne lub bezpieczeństwo.

Dane zebrane podczas kampanii nie mogą być używane do dalszego rozpoznawania użytkowników u innych wydawców (w tym retargetowania).

**Wszystkie materiały reklamowe muszą zostać przesłane co najmniej na 3 dni robocze przed ich emisją (w niektórych przypadkach okres ten ulega wydłużeniu, co pokazuje poniższa tabelka; przy projektach specjalnych okres jest ustalany indywidualnie).**

Forma	Ilość dni roboczych
xhtml, art. sponsorowany, zakładka na poczcie, screening, inne formy niestandardowe	7 dni
Pozostałe formy	3 dni

## 2 Nazewnictwo i komplet materiałów

Komplet materiałów powinien zostać przesłany **jednorazowo** na okres trwania całej kampanii.

Za komplet materiałów uważa się:

Komplet materiałów spełniających kryteria niniejszej specyfikacji

Komplet aktualnych adresów URL

Komplet kodów serwujących/monitorujących

Komplet informacji dotyczących emisji (media plan)

Materiały powinny być nazwane według następującego schematu:

*Formareklamy\_wymiar\_wersja\_miejsce/serwis*

**np.:** billboard\_750x100\_v1\_o2.swf

**Uwaga:** W nazwach pliku używamy tylko liter, podkreślników i cyfr.

### 3 Dopuszczalne rozmiary, ciężar i format materiałów

#### 3.1 Formaty standardowe

Nazwa	max. Rozmiar	max. Waga	Format pliku
Banner	468x60px	20kB	jpg, gif, swf
Billboard	750x100px	50kB	
Double Billboard	750x200px	50kB	
Wideboard	900x200px, 950x200px, 980x200px	60kB	
Triple Billboard	750x300px	60kB	
Mega Billboard	900x300px, 950x300px, 980x300px	60kB	
Box'y niestandardowe*	160x130px, 160x200px, 175x235px, 190x196px, 200x50px, 240x240px, 250x200px, 250x250px	25kB	
	350x200px, 390x100px, 400x100px 460x100px, 490x200px	50kB	
Rectangle, Navibox, Box Śródtekstowy,	300x250px	50kB	
Halfpage	300x600px	60kB	
Skyscraper	120x600px	50kB	
Mega Skyscraper	240x600px	60kB	

\***Box'y niestandardowe** - to boksy (stałe formy - Model Flat Fee) emitowane w serwisach takich jak: pudelek.pl, wrzuta.pl, kafeteria.pl, randki.pl, film.pl etc.

#### 3.2 Formaty standardowe z efektami Expand, Push, Scroll

Nazwa	max. Rozmiar	max. Waga	Format pliku
Expand Banner	468x60px => 468x150px	30kB	swf
Expand Billboard	750x100px => 750x300px	50kB	
Expand Skyscraper	120x600px => 300x600px	50kB	
Push Billboard	750x100px => 750x300px	50kB	
Scroll Footer	Wys. 30px	30kB	

#### 3.3 Formaty na warstwie „layer”

Nazwa	max. Rozmiar	max. Waga	Format pliku
Brandmark	300x300px	60kB	swf
Toplayer	500x400px	60kB (max.15")	
Toplayer full-page	1000x500px	60kB (max.15")	
Floor Ad	900x300px	60kB	swf
Fly Footer	900x200px	60kB	jpg, gif, png
	30x200px	5kB	
Interstitial	szer. 1000px	60kB (max.10")	swf
Intromercial	900x500px	60kB	
Videostitial	patrz punkt 4.24		
Pop-up / Pop-under	400x400px	50kB	jpg, gif, swf
Expand Corner	120x120px => 500x500px	35kB	swf

#### 3.4 Dodatkowe formaty na Stronie Głównej O2

Typ kreacji	Miejsce	Nazwa	max. Rozmiar	max. Waga	Format pliku
Standard	Strona główna	Box	320x100px	20 kB	jpg, gif, swf
			200x400px	25 kB	

### 3.5 Formaty w Poczta O2

Typ kreacji	Miejsce	Nazwa formatu	max. rozmiar	max. waga	Format pliku
Standard	Logowanie	Double billboard	750x200px	50kB	jpg, gif, swf
	Wylogowanie	Wideboard	900x400px	60kB	
	Skrzynka odbiorcza	Box	170x200px	15kB	
			200x50px		
	Message	Box	500x200px	25kB	
Double billboard		750x200px	50kB		

### 3.6 Formaty w Komunikatorze Tlen

Typ kreacji	Miejsce	Nazwa	max. Rozmiar	max. Waga	Format pliku
Standard	Okno rozmowy	Banner	400x50px	15 kB	jpg, gif, swf
		Box	100x20px	10 kB	
	Lista kontaktów	Box	170x30px	10 kB	
		Komunikat	400x265px	50 kB	

### 3.7 Formaty dedykowane na Serwisach Video (Smog, Wrzuta)

Typ kreacji	Miejsce	Nazwa formatu	max. rozmiar	max. waga	Format pliku
Standard	Wrzuta	Videoskin**	670x600px	100kB	swf
Video	Smog, Wrzuta	Pre-roll (spot reklamowy)***	1280x720px	100 MB	flv, mov, avi, mpg
	Smog	Trailer (film)	Czas :15/30 sek		
Audio	Wrzuta	Branding Playera Audio	670x200	50kB	jpg, gif, swf

\*\* **VideoSkin** – forma reklamowa emitowana wyłącznie w serwisie Wrzuta.pl, szczegółowa specyfikacja znajduje się pod adresem: <http://reklama.o2.pl/videoskin>

\*\*\* **Pre-roll (spot reklamowy)** – forma emitowana na wszystkich serwisach o2 które wykorzystują do odtwarzania filmów player'a serwisu Wrzuta.pl

### 3.8 Mailing

Typ kreacji	Miejsce	Nazwa	max. Rozmiar	max. Waga	Format pliku
Mailing	Konta e-mail	Mailing HTML	szer. 600px	50 kB 75 kB	html
		Mailing TXT		2xA4 (50kB)	html lub txt
		Mailing Video		75kB + 1MB	html
		Mailing Mobilny	szer. 310px	50 kB 75 kB	html

## 4 Wymagania ogólne materiałów

### 4.1 Kreacje .jpg / .gif

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.

### 4.2 Kreacje .swf

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Wszystkie materiały reklamowe muszą zawierać zmienną `_root.clickTag`, która jest odpowiedzialna za zliczanie kliknięć przez Adserver.
  - Nad przygotowaną animacją tworzymy nową warstwę. Ustawiamy ją jako najwyższą.
  - Ustalamy warstwę jako `object - button` i nadajemy jej parametr przezroczystości.
  - Do symbolu przypisujemy następującą funkcję: `getURL` i ustalamy jej parametry:

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

- Istnieje możliwość przygotowanie kreacji, która kieruje na różne strony docelowe, zależnie od obszaru kreacji, w który kliknięto. W takiej sytuacji należy z każdy klikalnym obszarem powiązać zmienną `_root.clickTagX`, gdzie X to numer kolejnego obszaru klikalnego (czyli pod jedną część kreacji będzie podpięty `_root.clickTag1`, pod inną część `_root.clickTag2`, itd).
- Wraz z kreacją należy dostarczyć **heksadecymalny kolor tła** (wyjątkiem są formy layerowe). Portal o2.pl nie ponosi odpowiedzialności za zmiany wyglądu kreacji wynikające z zaniedbania tego punktu.
- Wszelkie warstwy przezroczyste o ile jest to możliwe powinny pozwalać na kliknięcie w linki znajdujące się pod warstwą w innym wypadku przezroczyste elementy kreacji powinny być nieklikalne.
- Dźwięk nie może być zapętłony, w kreacji powinien znajdować się przycisk umożliwiający wyłącznie dźwięku.

### 4.3 Kreacje emitujące dźwięk

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Dźwięk może być odtwarzany tylko po akcji użytkownika (kreacje mogą być uruchamiane automatycznie, ale z wyciszonym dźwiękiem).
- Dźwięk nie może być zapętłony.
- Użytkownik musi mieć możliwość wyłączenia odtwarzania dźwięku (przycisk stop).
- Zatrzymanie filmu musi zatrzymać dźwięk.

## 5 Kreacje standardowe z efektami Expand, Push, Scroll

### 5.1 Kreacja typu Expand

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.

- Kreacja powinna posiadać aktywny obszar przez cały czas jej trwania zarówno, gdy jest rozwinięta jak i zwinięta z następującym dowiązaniem:

```
on (rollOver) {  
    getURL(„javascript:doexpand();”, „_self”);  
}  
on (rollOut) {  
    getURL(„javascript:dolittle();”, „_self”);  
}
```

Rozmiar reklamy w formie zwiniętej i rozwiniętej reguluje się parametrami liczbowymi w funkcjach dolittle() oraz doexpand() w kodzie serwującym. Po najechaniu kursorem na reklamie powinna się rozwijać, natomiast po zjechaniu kursorem z obszaru reklamy, warstwa powinna zwiąć się do postaci początkowej.

## 5.2 Kreacja typu Push

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Kreacja musi posiadać aktywny obszar przez cały czas jej trwania zarówno, gdy jest rozwinięta jak i zwinięta z następującym dowiązaniem:

```
on (rollOver) {  
    getURL(„javascript:dopushon();”, „_self”);  
}  
on (rollOut) {  
    getURL(„javascript:dolpushoff();”, „_self”);  
}
```

- Po załadowaniu kreacja powinna wywołać :

```
getURL(„javascript:dopushlock();”, „_self”);
```

- Po 3 sekundach od pełnego załadowania, kreacja powinna wywołać:

```
getURL(„javascript:dopushunlock();”, „_self”);
```

### 5.3 Kreacja typu Scroll

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- W kreacji swf efekt scrollowania powinien zawierać się w materiale, zaś kreacja gif/jpg powinna być statyczna, a efekt scrollowania uzyskiwany jest poprzez wykorzystanie kodu serwującego.
- Kreacja powinna posiadać krzyżyk wyłączający poprzedzony słowem „zamknij” z dowiązaniem:

```
on (release) {  
    getURL(„javascript:onFinishedPlaying();”, ”_self”);
```

- Przycisk ZAMKNIJ musi być widoczny przez cały czas wyświetlania się kreacji w prawym górnym rogu na nieprzezroczystym tle. Przycisk powinien być dobrze widoczny i działający na całej powierzchni napisu ZAMKNIJ X

## 6 Kreacje emitowane na warstwie (layer)

### 6.1 Toplayer

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Całkowita szerokość kreacji nie może przekraczać 1000px.
- Kreacja musi zawierać słowo ZAMKNIJ X (o wysokości co najmniej 25px) z dowiązaniem:

```
on (release) {  
    getURL(„javascript:onFinishedPlaying();”, ”_self”);  
}
```

- W ostatniej pustej klatce materiału zamieszczamy następującą funkcję:

```
stop();  
getURL(„javascript:onFinishedPlaying();”, ”_self”);
```

- Przycisk ZAMKNIJ musi być widoczny przez cały czas wyświetlania się kreacji w prawym górnym rogu na nieprzezroczystym tle. Przycisk powinien być dobrze widoczny i działający na całej powierzchni napisu ZAMKNIJ X

Maksymalny czas emisji kreacji na stronie **nie może być dłuższy** niż 15 sekund.

### 6.2 Brandmark

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Całkowita szerokość kreacji nie może przekraczać 500px.
- Kreacja musi zawierać słowo ZAMKNIJ X (o wysokości co najmniej 25px) z dowiązaniem:

```

on (release) {
    getURL(„javascript:onFinishedPlaying();”, „_self”);
}

```

- Przycisk ZAMKNIJ musi być widoczny przez cały czas wyświetlania się kreacji w prawym górnym rogu na nieprzezroczystym tle. Przycisk powinien być dobrze widoczny i działający na całej powierzchni napisu ZAMKNIJ X
- Kreacja powinna posiadać przycisk minimalizacji reklamy do postaci belki z dowiązaniem:

```

on (release) {
    getURL(„javascript:dolittle();”, „_self”);
}

```

- Kreacja powinna posiadać przycisk powrotu do standardowej wielkości z dowiązaniem:

```

on (release) {
    getURL(„javascript:doexpand();”, „_self”);
}

```

- Wszystkie przyciski sterujące brandmarkiem powinny znajdować się na nieklikalnej belce znajdującej się nad właściwą treścią reklamową kreacji.

### 6.3 Floor Ad

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Kreacja zostanie rozciągnięta do szerokości bieżącego okna. Należy zatem tak ją przygotować, by była odporna na zmiany szerokości.
- Kreacja nie może przekraczać wartości brzegowych podanych w tabelce poniżej

Nazwa	max. Rozmiar	max. Waga	Format pliku
Floor Ad	900x300px	60kB	swf

- Kreacja powinna posiadać krzyżyk zamknięcia (minimalny wymiar 25x25px). Obok krzyżyka powinien znajdować się napis ZAMKNIJ (wysokość tekstu min. 25px). Pod krzyżyk oraz napis ZAMKNIJ powinno być podpięte następujące dowiązanie:

```

on (release) {
    getURL(„javascript:onFinishedPlaying();”, „_self”);
}

```

- Przycisk ZAMKNIJ musi być widoczny przez cały czas wyświetlania się kreacji w prawym górnym rogu na nieprzezroczystym tle. Przycisk powinien być dobrze widoczny i działający na całej powierzchni napisu ZAMKNIJ X
- Po maksymalnie 15 sekundach kreacja powinna automatycznie wywołać poniższy fragment kodu:

```
stop();
getURL(„javascript:onFinishedPlaying();”, ”_self”);
```

- Przykład: <http://reklama.o2.pl/floorad/>

## 6.4 Fly Footer

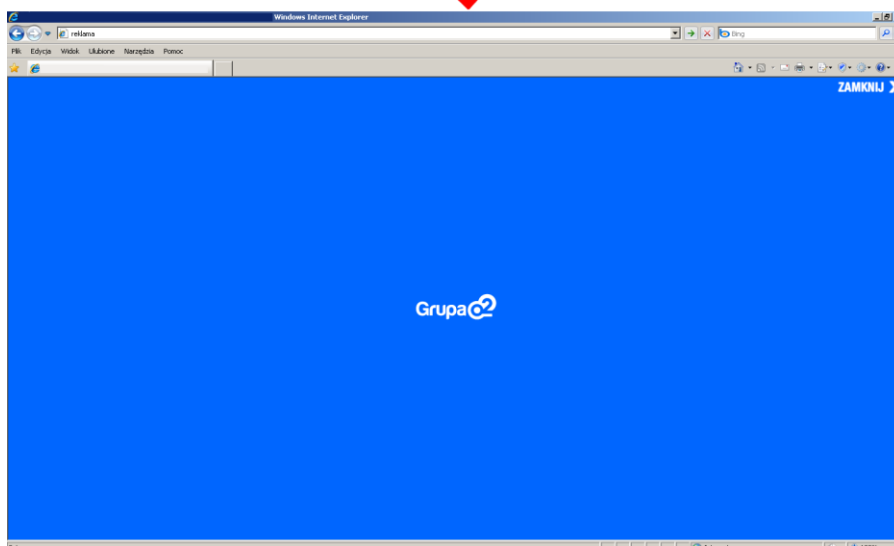
- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Kreacja składa się z formy double billboard oraz grafiki służącej do zwiwania / rozwijania formy reklamowej
- Kreacje nie mogą przekraczać wartości brzegowych dotyczących konkretnych form reklamowych (waga, wysokość, szerokość) podanych w tabelce poniżej:

Nazwa	max. Rozmiar	max. Waga	Format pliku
Fly Footer – Główna kreacja	900x200px	60kB	swf
Fly Footer – Button zwiń / rozwiń	30x200px	5kB	jpg, gif, png

- Kolor półprzezroczystego tła umieszczonego po obu stornach kreacji double billboard można określić w formacie szesnastkowym (domyślny kolor to: #000000)
- Przykład : <http://reklama.o2.pl/flyfooter/>

## 6.5 Interstitial

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- W trakcie emisji kreacja zostanie rozciągnięta na cały obszar okna przeglądarki. Oznacza to, iż główna część kreacji musi być wycentrowana i nie powinna podlegać skalowaniu, podczas rozciągania tej formy reklamowej. Natomiast tło kreacji powinno się skalować, tak by wypełniło całą dostępną powierzchnię.



- Kreacja musi zawierać słowo ZAMKNIJ X (o wysokości co najmniej 30px) z dwojgiem:

```
on (release) {  
    getURL(„javascript:onFinishedPlaying();”, ”_self”);  
}
```

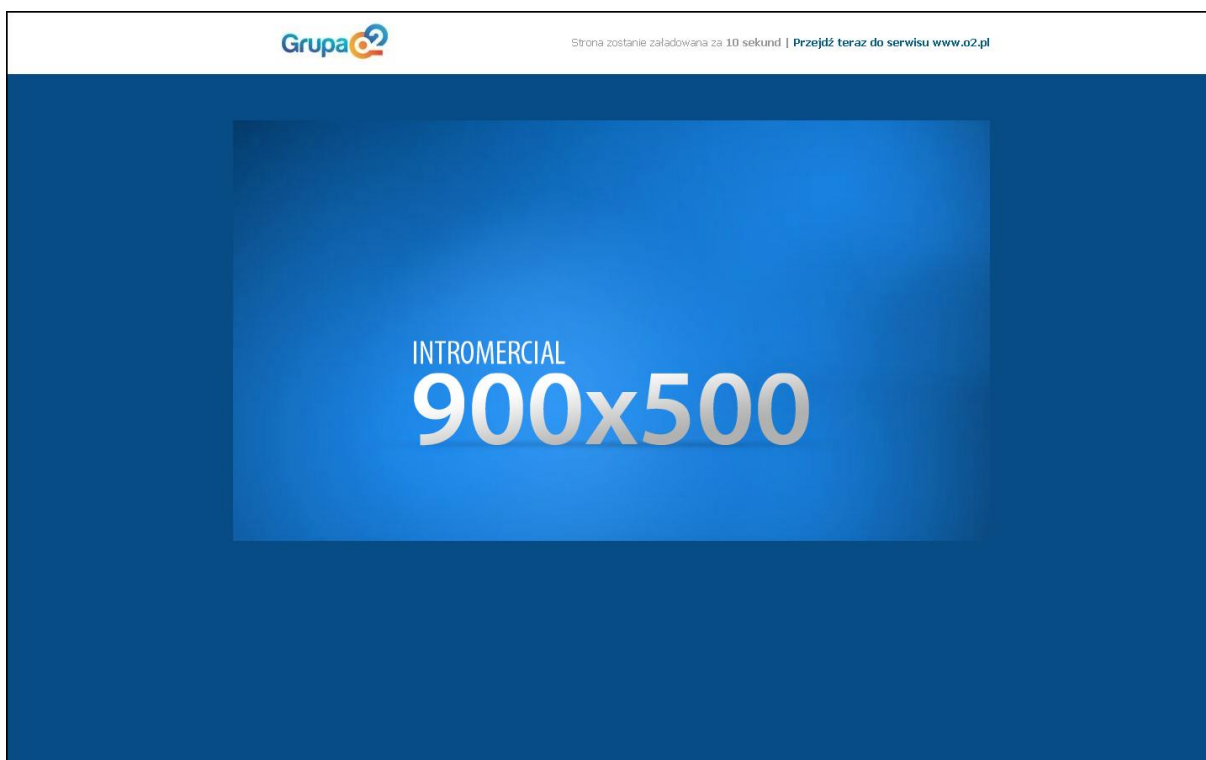
- Przycisk ZAMKNIJ musi być widoczny przez cały czas wyświetlania się kreacji w prawym górnym rogu na nieprzezroczystym tle. Przycisk powinien być dobrze widoczny i działający na całej powierzchni napisu ZAMKNIJ X
- W ostatniej pustej klatce materiału zamieszczamy następującą funkcję:

```
stop();  
getURL(„javascript:onFinishedPlaying();”, ”_self”);
```

- Maksymalny czas emisji kreacji na stronie **nie może być dłuższy** niż 10 sekund.
- Pod adresem <http://reklama.o2.pl/docs/interstitial fla> dostępny jest przykładowy plik FLA tej formy reklamowej.

## 6.6 Intromercial

- Składowe reklamy:
  - Aktywny obszar reklamy – właściwa część kreacji, kliknięcie przenosi do strony klienta
  - Belka nawigacyjna – pozwala pominąć dalszą część animacji i przejść do właściwej strony
  - Tło – półprzezroczyste, domyślnie szare tło, przykrywające całą stronę, ale znajdujące się pod aktywnym obszarem reklamy i belką nawigacyjną



- Aktywny obszar reklamy
  - Format: SWF
  - Waga: 60 kB
  - Rozmiar: 900x500px
  - Obszar kreacji powinien być klikalny (po kliknięciu powinien otwierać stronę docelową w nowym oknie):
 

```
on (release) {
  getURL(_root.clickTag, "_blank");
}
```
  - Animacja na kreacji powinna trwać maksymalnie 15 sekund. Po zakończeniu animacji, kreacja powinna wywołać następujący kod::

```
getURL(„javascript:intromercialFinish();”, "_self");
```

## 7 Reklamy video

### 7.1 Video ad

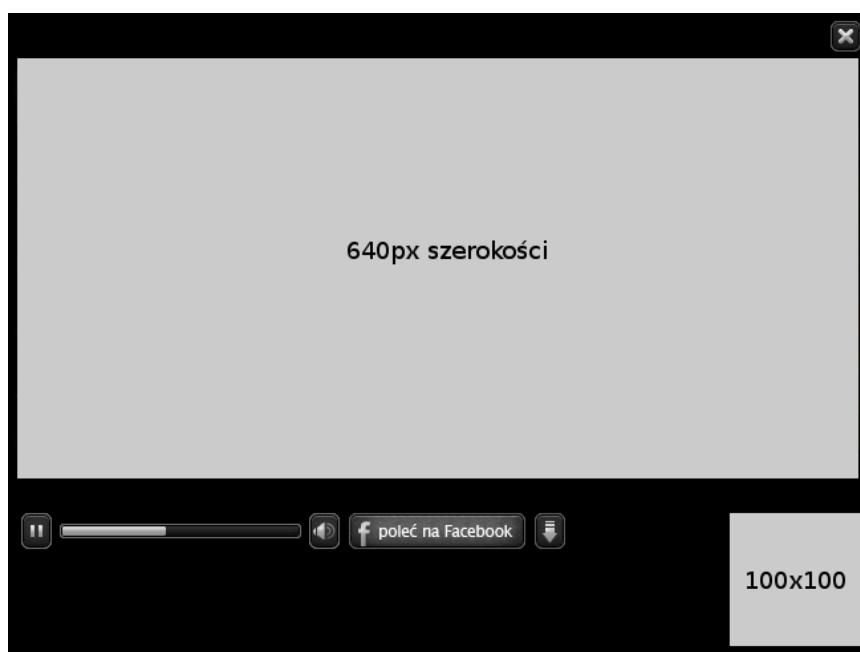
Video ad – materiał filmowy zawarty w dowolnej formie reklamowej (billboard, double billboard, rectangle, skyscraper, halfpage itp.), trwający do 30 sekund.

Materiał video rozdzielamy na dwie części: kreację SWF (player) i materiał FLV.

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Przygotowany materiał FLV musi zostać przesłany do Działu Traffic o2 przed dostarczeniem kreacji SWF, na co najmniej 5 dni roboczych przed planowaną emisją, w celu umieszczenia materiału na serwerach o2.pl.
- Wygenerowany przez Dział Traffic link do materiału FLV, należy następnie umieścić na stałe w pliku SWF.
- Materiał FLV powinien zostać przygotowany w rozmiarze (wysokość, szerokość) **niewiększym** od rozmiaru kreacji SWF.
- Maksymalny czas trwania materiału video nie może przekroczyć 30 sekund (rekomendowany czas to 15 sekund).
- Waga samego materiału FLV nie powinna przekraczać **2 MB**.
- **Dźwięk może być odtwarzany tylko po akcji użytkownika (kreacje mogą być uruchamiane automatycznie, ale z wyciszonym dźwiękiem).**
- Kreacja SWF powinna być wyposażona w standardowe przyciski nawigacji: przycisk stop, zatrzymujący odtwarzanie materiału FLV w dowolnym momencie oraz przycisk wyciszający dźwięk.
- Dźwięk i video nie mogą być zapętlone. Zatrzymanie streamingu (zamknięcie krzyżykiem lub przyciskiem stop) **musi** także zatrzymać emisję dźwięku.
- Należy przygotować kreację zastępczą (flash), która będzie emitowana użytkownikom w kolejnych odsłonach (przy zakupie w modelu FF).
- Szczegóły techniczne kreacji zostały opisane w oddzielnej specyfikacji znajdującej się pod adresem: <http://reklama.o2.pl/streaming>

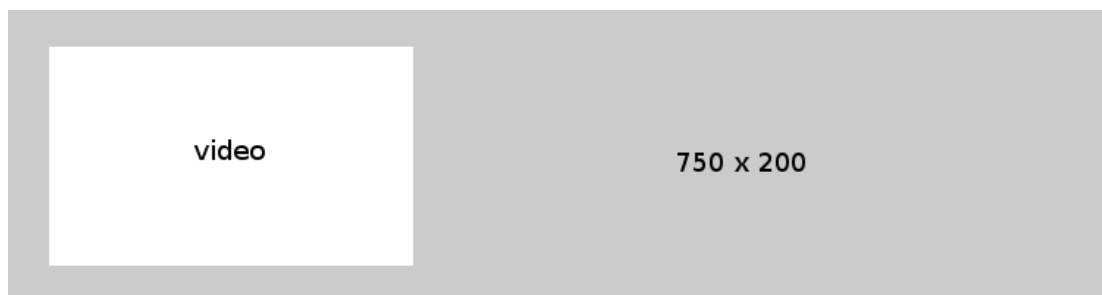
### 7.2 Videostitial

- Reklama typu „Videostitial” składa się z dwóch elementów:



- pełnoekranowego odtwarzacza video
- formy typu „double billboard”
- Videostitial - pełnoekranowy odtwarzacz
- Materiały, które należy dostarczyć:
  - Logo o wymiarach 100x100 pixeli. Jeżeli dostarczone logo będzie większe, zostanie ono automatycznie zmniejszone tak, aby zmieściło się w kwadracie 100x100.
  - Film o szerokości 640px, wysokość wg. proporcji 4:3 lub 16:9. Plik flv, lub mp4. Kodek vp6 lub h264. Kodek audio mp3 lub aac. Bitrate max 500kbps. Maksymalna waga pliku to 2MB. Jeżeli film będzie mniejszy lub większy niż 640px zostanie on automatycznie rozciągnięty.
  - Opcjonalnie - url strony, który ma być wykorzystany w przycisku „Poleć na Facebook”.
  - Opcjonalnie - url pliku z reklamą do pobrania.
- Dostępne akcje, pod które można podpiąć standardowe kody liczące:
  - clickTag – kliknięcie w obszarze filmu lub loga
  - adCodeStart – rozpoczęcie odtwarzania filmu
  - adCodeEnd – zakończenie odtwarzania filmu
  - adCodeProgress10..90 – odtworzenie 10, 20...90% procenta filmu
  - facebook clickTag – mierzenie klikalności przycisku „Poleć na Facebook”
    - download clickTag – mierzenie klikalności przycisku pobierania pliku z reklamą
- Facebook clickTag
  - ClickTag mierzący kliknięcie przycisku „Poleć na Facebook” powinien zostać przygotowany wg następującego schematu:  
[http://www.facebook.com/share.php?u=URL\\_STRONY\\_DOCELOWEJ](http://www.facebook.com/share.php?u=URL_STRONY_DOCELOWEJ)
  - Pod powyższym adresem znajduje się formularz Facebook umożliwiający umieszczenie informacji o podanej stronie na „ścianie” użytkownika.
- Download clickTag
  - Aby mierzyć liczbę pobrań pliku z reklamą należy przygotować url, który przekieruje użytkownika do pliku z reklamą. Nie powinien być to ten sam plik, który został przygotowany dla kreacji, ponieważ jego odtworzenie wymaga zainstalowanie oprogramowania, lub kodeków na komputerze użytkownika.
  - Plik powinien zostać przygotowany w jednym z popularnych formatów, np. Windows Media, Quicktime.

### 7.3 Videostitial - kreacja double billboard



- Materiały, które należy dostarczyć:
  - Plik jpg lub png o wymiarach 750x200 z tłem kreacji

- Film o dowolnych wymiarach nie przekraczających wymiarów całej kreacji. Plik flv lub mp4. Kodek video vp6 lub h264. Kodek audio mp3 lub aac. Bitrate max 150kbps. Maksymalna waga pliku to 2MB.
- Należy podać wymiary oraz położenie okna video na kreacji. Jeżeli wymiary okna będą większe od wymiarów filmu zostaną automatycznie dodane kaszety – czarne paski na dole i górze filmu.
- Dostępne akcje, pod które można podpiąć standardowe kody liczące:
  - clickTag – kliknięcie w obszarze filmu, lub loga
  - adCodeStart – rozpoczęcie odtwarzania filmu
  - adCodeEnd – zakończenie odtwarzania filmu
  - adCodeProgress10..90 – odtworzenie 10, 20...90% procenta filmu

## 8 Pozostałe kreacje

### 8.1 Kreacja typu Rich Media

- Formy typu Rich Media definiuje się jako reklamy, które angażują uwagę użytkownika i zachęcają do interakcji z daną kreacją. Formy tego rodzaju mogą się składać z:
  - gier,
  - minisite'ów,
  - materiałów audio,
  - materiałów video,
  - map,
  - materiałów do pobrania,
- Kreacja typu Rich Media może przybrać rozmiar dowolnej kreacji wymienionej w tabelce w specyfikacji ogólnej. Można także emitować się w rozmiarze niestandardowym – jednakże każdorazowo taką potrzebę należy skonsultować z Działem Traffic ([traffic@firma.o2.pl](mailto:traffic@firma.o2.pl)).
- Całkowity rozmiar materiałów emitujących się na stronach o2 (komplet materiałów dla każdej kreacji) **nie może przekroczyć 5MB**, jednakże początkowa forma reklamowa nie może ważyć więcej jak **300kB**. Dopiero po reakcji użytkownika (np.: najechanie myszką na kreację, kliknięcie w przycisk, itp.) może ładować się dalsza, cięższa część kreacji (np.: galeria, gra, itp.).
- Materiały należy przesłać **najpóźniej na 7 dni** przed emisją.

### 8.2 Kreacja typu Rich Content

- Rozmiar: max 300x900px
- Maksymalna liczba komponentów w kreacji: 3
- Komponenty: logo, tekst, galeria zdjęć, video, flash, social (FB), formularz, przycisk
- Zastrzegamy sobie prawo wpływu na ostateczny wygląd kreacji
- Logo
  - Format: PNG, JPG, GIF
  - rozmiar: 150x40px, orientacja pozioma
- Tekst
  - Headline: do 80 znaków

- Tekst:
  - do 250 znaków
  - możliwość używania tagów: <em>, <strong>, <b>, <i>, <u>, <ul>, <ol>, <dl>, <li>, <dt>, <dd>, <blockquote>, <br>
  - inne elementy wymagają wcześniejszego ustalenia
- Zdjęcia:
  - Format: PNG, JPG
  - Typy zdjęć:
    - zdjęcie małe (ikonki) - szerokość 88px
    - zdjęcie średnie - szerokość 270px
    - zdjęcie duże - rozdzielczość 600px x 400px lub większa, wyświetlane w trybie pełnoekranowym jako slajdy
  - Wysokość zdjęć nie jest narzucona, ale wszystkie zdjęcia średnie muszą mieć jednakową wysokość. Jeśli zdjęcia nie będą spełniały któregoś z wymogów zostaną automatycznie przycięte do odpowiedniego rozmiaru. Wystarczy dostarczyć zdjęcia w największym oczekiwanym formacie, zostaną one automatycznie dostosowane do niższych rozmiarów (tzn. wystarczy dostarczyć na przykład zdjęcia w formacie 500x500, zostaną one przeskalowane do formatu 270x270 oraz 88x88.). Nie trzeba przysyłać ikonek, zostaną one automatycznie stworzone ze zdjęć średnich.
  - Możliwe tryby wyświetlania:
    - tryb galerii (zdjęcia średnie oraz zdjęcia małe) - zdjęcia o szerokości 270px oraz ikonki o szerokości 88px
    - tryb pełnoekranowy (zdjęcia duże) - zdjęcia w rozdzielczości co najmniej 600x400 (tryb pełnoekranowy nie musi być aktywny, wtedy duże zdjęcia nie są potrzebne)
  - Ilość zdjęć (paczka powinna zawierać do wyboru):
    - 1 sztuka - wyświetlone jest pojedyncze zdjęcie średnie (z możliwością powiększenia w trybie pełnoekranowym), brak ikonek
    - 3 sztuki - wyświetlone jest pojedyncze zdjęcie średnie oraz 3 ikonki, których kliknięcie powoduje zmianę zdjęcia średniego (możliwość przejścia w tryb pełnoekranowy)
    - 4-12 sztuk - wyświetlone jest pojedyncze zdjęcie średnie oraz pasek ikonek z opcją skrolowania
  - Nazewnictwo:
    - Dla uproszczenia prosimy stosować jednolity zapis:  
img\_(numer-zdjecia-w-galerii)\_(rozdzielczosc).(rozszerzenie),  
np.: img\_01\_400x600.jpg, img\_01\_270x100.jpg, img\_02\_700x500.jpg,  
img\_03\_800x600.jpg, img\_04\_270x100.jpg
    - Dla powyższego przypadku:  
Zdjęcie 01 z powodu niestandardowej orientacji zostało dostarczone z wersją średnią. Zdjęcia 02 i 03 - zostaną automatycznie przeskalowane do formatu średniego. Zdjęcie 04 - nie wyświetli się w trybie pełnoekranowym (ma tylko format średni)
    - Powyższe założenia są tylko propozycją, w razie wątpliwości prosimy o wcześniejszy kontakt
- Video:
  - Format: FLV, AVI, MPEG4 (.mp4)

- Jakość: 480p lub lepsza
- Obrazek "przed emisją" odpowiadający proporcjom filmu
- Możliwość odtwarzania w trybie pełnoekranowym.
- Flash:
  - Wersja 8.0 lub wyższa
  - Szerokość maksymalna: 270px
  - Flash nieinwazyjny, o stałym rozmiarze, bezdźwięczny
  - Dostarczony jako plik SWF lub kod emisyjny
  - Dodatkowe efekty wymagają wcześniejszego ustalenia
- Facebook:
  - Adres URL do fanpage Klienta lub (Page ID)
- Formularz:
  - Tekst zachęty: do 100 znaków
  - Adres docelowy i protokół (POST/GET) lub informacja, że dane mają być gromadzone po stronie reklamodawcy
  - Informacja o widocznych polach formularza: Nazwa widoczna + Nazwa systemowa + Typ (Nazwa systemowa to nazwa posyłana do strony docelowej lub nazwa wiersza w tabeli zwracanej Klientowi w przypadku zbierania danych przez reklamodawcę)
  - Możliwe pola:
    - NICK(NAME)
 

```
<input type="text" name="nick(name)"
```
    - IMIE
 

```
<input type="text" name="imie">
```
    - NAZWISKO
 

```
<input type="text" name="nazwisko">
```
    - IMIE\_I\_NAZWISKO
 

```
<input type="text" name="imie_i_nazwisko">
```
    - TELEFON
 

```
<input type="text" name="telefon">
```

*(walidacja poprawności numeru)*
    - EMAIL
 

```
<input type="text" name="email">
```

*(walidacja poprawności adresu)*
    - TRESC
 

```
<textarea name="tresc">
```

*(pole dłuższej wypowiedzi tekstowej)*
    - REGULAMIN
 

```
<input type="checkbox" name="regulamin" value="1" />
```

*Dowolna treść (pole umożliwiające np. akceptację regulaminu)*
    - DANE\_OSOBOWE
 

```
<input type="checkbox" name="dane_osobowe" value="1" />
```

*Wyrażam zgodę na przetwarzanie... (pole standardowej formularki dotyczącej przetwarzania danych osobowych)*

- Dowlone inne pole - po wcześniejszym ustaleniu

- Inne:

- Link do strony docelowej
- Kod zliczający JavaScript (nieinwazyjny, czyli nie zmieniający struktury DOM dokumentu)

### 8.3 Kreacja typu xHTML

- Kreacje należy przesłać **jednorazowo** w postaci pełnego kompletu materiałów wykorzystywanych w kampanii.
- Rozmiar kompletnych materiałów **nie może** przekroczyć 300kB (nie dotyczy streamingu).
- Reklama może być zbudowana przez łączenie każdej z formy standardowo dostępnej na stronie (billboard, banner, box, skyscraper itd.) oraz z form dodanych, każdorazowo konsultowanych z Biurem Reklamy o2.
- Elementy te muszą być zgodne z specyfikacją danej formy, dla kreacji niestandardowych prosimy o kontakt z Biurem Reklamy o2.
- Kompletny zestaw zawierający poprawnie działające kreacje powinien zostać przesłany do o2 na 7 dni roboczych przed planowaną emisją.
- Zestaw ten powinien zawierać:
  - komplet poprawnie działających kreacji (tj. nie wymagających dokonywania dalszych poprawek przez Dział Traffic o2)
  - scenariusz działania (zawierający opis interakcji kreacji ze stroną)
  - wizualizację graficzną reklamy na stronie
- Kompletna specyfikacja znajduje się na: <http://reklama.o2.pl/xhtml>

### 8.4 Kreacja na wylogowaniu (poczta logout) z personalizacją

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Rozmiar kreacji nie może przekroczyć: 900x400px.
- Maksymalna waga kreacji nie może przekroczyć 60 kB.
- Format kreacji : SWF
- Kreacja SWF powinna zawierać poniższy (przykładowy) fragment kodu:

```
// frame 1
var imie = _root.Parametr;
if (imie.length > 30 && imie != null) {
    _root.nick.text = 'tekst, który wyświetli się, gdy pobrany nick będzie zbyt długi';
} else {
    _root.nick.text = imie;
}
```

- Zaciągany nick użytkownika nie powinien przekroczyć 30 znaków (*imie.length>30*). Wartość ta oczywiście będzie dobierana indywidualnie do każdej kreacji, w zależności od rozmiaru czcionki itp.
- Dla nicków o za dużej długości, należy podać wartość domyślną (*\_root.nick.text*).

## 8.5 VideoSkin

- Kreacja powinna zostać dostarczona na **3 dni** przed emisją.
- Szczegóły techniczne kreacji zostały opisane w oddzielnej specyfikacji znajdującej się pod linkiem: <http://reklama.o2.pl/videoskin>

## 8.6 Branding Player'a Audio

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Maksymalny rozmiar kreacji: 670x200px.
- Maksymalna waga nie może przekroczyć 50 kB.
- Dopuszczalne formaty: JPG, GIF, PNG, SWF.

## 8.7 Branding Avatarów

- Rozmiar kreacji zależny jest od serwisu, którym będzie prezentowany branding (proszę skontaktować się z Działem Traffic ([traffic@firma.o2.pl](mailto:traffic@firma.o2.pl)) w celu potwierdzenia rozmiaru).
- Maksymalna waga nie może przekroczyć : 10 kB.
- Dopuszczalne formaty: JPG, GIF, PNG.

## 8.8 Ikonki Audio

- Maksymalny rozmiar kreacji : 76x74px.
- Maksymalna waga nie może przekroczyć : 8 kB.
- Dopuszczalne formaty: JPG, GIF, PNG.
- W przypadku ikonki okrągłej, tło GIF'a musi być przezroczyste.

## 8.9 Pozycjonowany materiał video (film)

- Rozmiar: 400x300px – (idealna rozdzielczość).
- Waga: do 40MB (materiał zostanie skompresowany).
- Format pliku: .flv, .mpg, .mov, .avi, .wmv.

## 8.10 Dynamic Wallpaper / Screening

- Kreacja musi spełniać założenia ogólne.
- Kreacje należy przysłać **jednorazowo** w postaci pełnego kompletu materiałów wykorzystywanych w kampanii (kreacja, dwie statyczne tapety, URL, kody serwujące) na **5 dni roboczych przed planowaną emisją**.
- Kreacje nie mogą przekraczać wartości brzegowych dotyczących konkretnych form reklamowych (waga, wysokość, szerokość) podanych w tabelce:

Nazwa	max. Rozmiar	max. Waga	Format pliku
Double Billboard	750x200px	50kB	jpg, gif, swf
Wideboard	980x200px	60kB	
Tapeta	1600px	50kB	jpg, gif, png

- W przypadku „Dynamic Wallpaper” kreacja flash-owa powinna posiadać aktywny obszar przez cały czas jej trwania. Obszar ten powinien mieć następujące dowiązanie:

```

on (rollOver) {
    getURL(„javascript:changeWallpaper(1);”, „_self”);
}
on (rollOut) {
    getURL(„javascript:changeWallpaper(2);”, „_self”);
}

```

### 8.11 Comet Cursor

- Maksymalny rozmiar kreacji 50x50px.
- Maksymalna waga nie może przekroczyć: 10 KB.
- Dopuszczalne formaty kreacji : JPG, GIF, PNG lub SWF.

### 8.12 Linki tekstowe

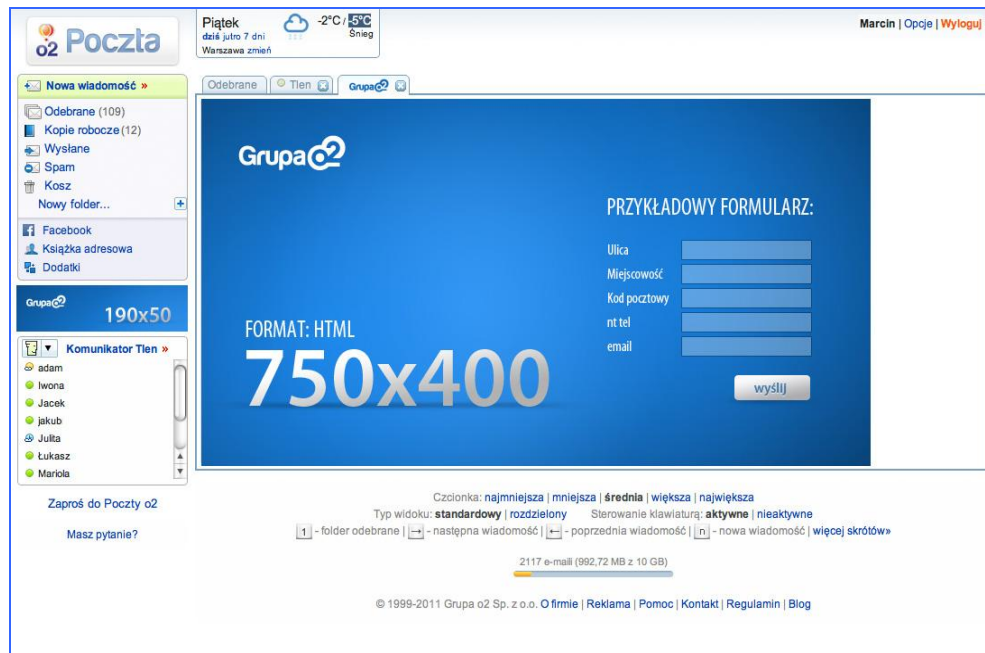
- Link po emisji video na wrzucie
  - Forma powinna zostać dostarczona na **3 dni** przed emisją, w postaci **trzech zestawów** zawierających:
    - tytuł (maksymalnie 30 znaków)
    - lead (maksymalnie 70 znaków)
    - url docelowy / redirect mierzący kliknięcia
  - Nie jest możliwe mierzenie odsłon przez zewnętrzne kody zliczające. Dane te dostarcza AdSerwer o2.pl.
- Linki tekstowe w serwisach: Autokrata, Sportfan
  - Forma powinna zostać dostarczona na **3 dni** przed emisją, w postaci **trzech zestawów** zawierających:
    - tekst, część nieklikalna, emitowana w kolorze zielonym (max. 30 znaków)
    - tekst, część klikalna, emitowana w kolorze czerwonym (max. 30 znaków)
    - url docelowy / redirect mierzący kliknięcia
  - Nie jest możliwe mierzenie odsłon przez zewnętrzne kody zliczające. Dane te dostarcza AdSerwer o2.pl.

- Linki tekstowe w serwisach: Kowbojki, Samosia, PrawoSOS, XBoxer
  - Forma powinna zostać dostarczona na **3 dni** przed emisją, w postaci **trzech zestawów** zawierających:
    - tekst, maksymalnie 60 znaków
    - url docelowy / redirect mierzący kliknięcia
    - ew. kod do mierzenia odsłon

### 8.13 Zakładka na pocście

- Format reklamowy składa się z dwóch elementów:
  - przycisku umieszczonego po lewej stronie w panelu poczty (kliknięcie w przycisk powoduje otwarcie zakładki),
  - zakładki, która otwiera się po wyraźnej reakcji użytkownika (można ją zamknąć).
- Przycisk:
  - rozmiar: 190px x 50px
  - waga: max 10kB,
  - format: SWF / JPG / GIF / PNG (preferowany format to PNG z przezroczystością)

UWAGA: przycisk nie może sugerować, że jest standardowym interfejsem poczty (powinniśmy od razu rozpoznać, że jest to forma reklamowa)
- Zakładka:
  - rozmiar: 750px x 400px,
  - waga: max 50kB,
  - format: HTML - powinniśmy ją otrzymać jako dokument HTML z pociętymi grafikami. Zamiast pliku HTML możemy w tym miejscu wstawić statyczną grafikę (JPG/ GIF) lub flasha (SWF) o wadze i rozmiarach jak wyżej,
  - zakładka może mieć małe logo o wymiarach 40x20px, format: JPG / GIF / PNG (preferowany format to PNG z przezroczystością)
- Do formularza można dodać walidację danych wprowadzonych przez użytkownika.
- Kody zliczające możemy podpiąć pod następujące rodzaje akcji:
  - wyświetlenie przycisku,
  - kliknięcie w przycisk,
  - otwarcie zakładki (wartość ta może być różna od ilości kliknięć w przycisk – zakładka może być już otwarta, lecz mimo to użytkownik może dalej kliknąć w przycisk)
  - kliknięcie w obrazek w zakładce,
  - wysłanie wypełnionego poprawnie formularza,
- Można także zdefiniować zliczanie niestandardowych akcji, takich jak:
  - zamknięcie zakładki,
  - próba wysłania źle wypełnionego formularza itp.



## 8.14 Branding logo serwisu

- \_ Format: SWF
- \_ Waga: 15 kB
- \_ Rozmiar: zależny od serwisu, proszę skontaktować się z Działem Traffic
- \_ Animacja logo nie może być dłuższa niż 8 sekund
- \_ Czas prezentacji loga w niezmienionej formie musi wynieść minimum dwukrotność czasu trwania animacji loga
  - \_ W czasie trwania animacji jeden z kluczowych elementów loga (na przykład w serwisie pudelek.pl logo posiada dwa kluczowe elementy: Pudelek-pies oraz Pudelek-tekst), musi być stale widoczny w niezmienionej formie
  - \_ W przypadku branding, gdzie jeden z elementów ma przenosić na stronę klienta, logo serwisu musi być cały czas widoczne w niezmienionej postaci (samo logo zawsze przekierowuje na stronę główną danego serwisu)

## 8.15 Slider

- \_ Składowe reklamy
  - \_ Slider Bar - belka pojawiająca na dole ekranu, przy starcie kreacji,
  - \_ Slider Ad Content - właściwa część reklamowa, wjeżdżająca na stronę z prawej strony, po kliknięciu na belkę
- \_ Slider Bar



- Format: SWF
- Waga: 30 kB
- Rozmiar aktywny: 950x50px
- Obszar belki powinien być klikalny (po kliknięciu powinien otwierać stronę docelową w nowym oknie):

```

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

```

- Po prawej stronie belki powinien być umieszczony przycisk „Rozwiń” (lub „Pokaż”), po kliknięciu, którego powinno nastąpić wywołanie:

```

on (release) {
    getURL(,javascript:sliderExpand(),, "_self");
}

```

oraz dodatkowo kreacja powinna przejść do kolejnej części animacji, na której przycisk „Rozwiń” znika, zaś po lewej stronie belki pojawia się przycisk „Zwiń” / „Zamknij”.



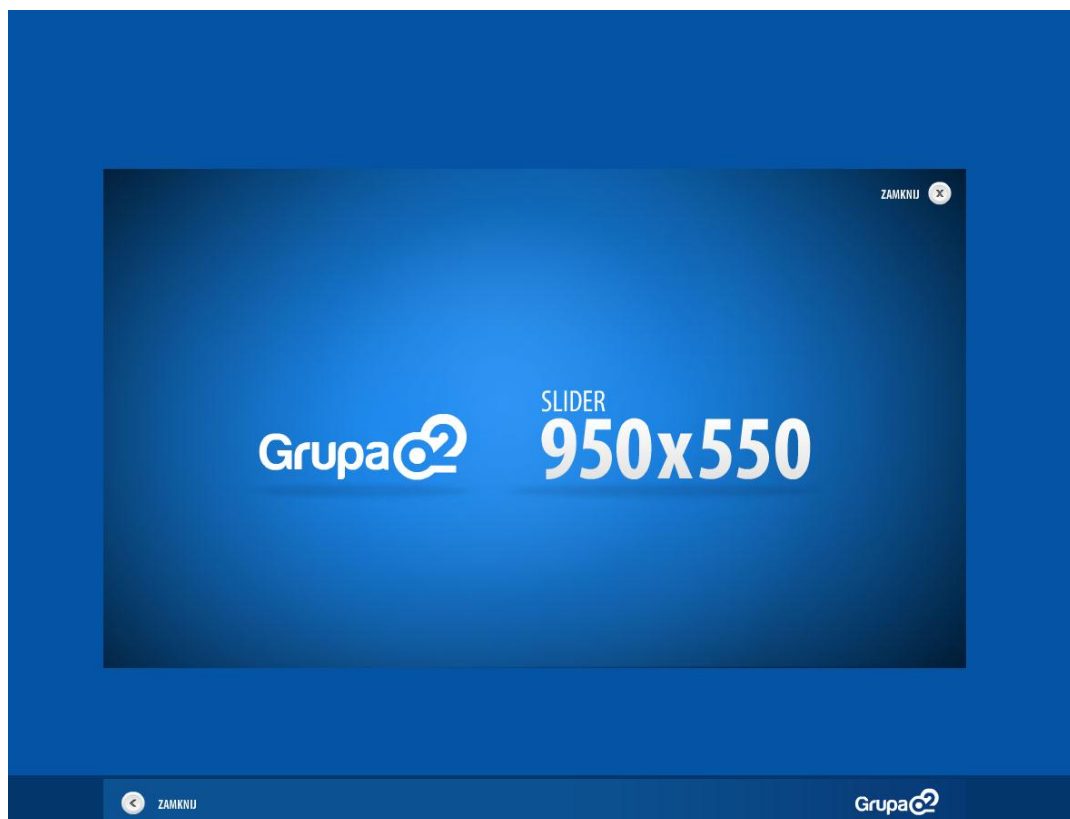
– Pod przycisk „Zwiń” powinno być podpięte następujące wywołanie:

```
on (release) {  
    getURL(„javascript:sliderRollup();”, ”_self”);  
}
```

Kliknięcie w przycisk „Zwiń” powinno rozpocząć przejście do innej klatki animacji, w której przycisk „Zwiń” znika, zaś po prawej stronie kreacji ponownie pojawia się przycisk „Rozwiń”



– Slider Content



- Format: SWF
- Waga: 100 kB
- Rozmiar aktywny: 950x550px
- Obszar kreacji powinien być klikalny (po kliknięciu powinien otwierać stronę docelową w nowym oknie):

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

- Na kreacji, w prawym górnym rogu, powinien być umieszczony napis ZAMKNIJ wraz z krzyżykiem zamknięcia. Minimalna wysokość napisu – 25px, rozmiar krzyżyka – 25x25px. Pod powyższe elementy powinno być podpięte dowiązanie:

```
on (release) {
    getURL(„javascript:contentClose();”, "_self");
}
```

Dodatkowo, kliknięcie w przycisk „ZAMKNIJ X” powinno skomunikować się z belką (Slider Bar) i poprzez LocalConnection powinno spowodować pojawienie się na belce przycisku „Rozwiń”.

## 9 MAILING

### 9.1 Wstępne informacje dotyczące mailingu HTML

- Mailing HTML w o2.pl jest formą reklamy wysyłaną **tylko do bezpłatnych kont pocztowych o2**
- Wszystkie składniki mailingu (pliki graficzne, teksty, pliki HTML) muszą być przekazane do o2.pl jako gotowe materiały reklamowe i będą pobierane z serwerów o2.
- Oprócz materiałów składowych kreacji, należy dodać:
  - nadawcę
  - adres zwrotny
  - temat
  - stopkę (pełna dane adresowe nadawcy)
  - oraz: adresy na które mamy wysłać testy

### 9.2 Zasady prawidłowego tworzenia mailingu

- Kreacja musi być o kodowana za pomocą tabelek „TABLE”, nie używamy do tworzenia mailingów tagów DIV.
- Nazewnictwo

- Kreacja powinna być spakowana np.: **.rar. .zip**
- Kreacja powinna mieć schemat np.: **empik20090701\_v1**
- W przypadku nadsyłania poprawek (kolejnych wersji kreacji) nazwa powinna
- Wyglądać tak: **empik20090701\_v2 , empik20090701\_v3 ...**
- Szablon (HTML)
  - Materiał musi być pełnym kodem HTML zgodnym z W3C.
  - HTML musi mieć poniższa konstrukcje (**<body> należy zostawić puste**)

```

<html>
  <head>
    <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-2">
    <style type="text/css">
      img {display:block;}
      body {padding:0;margin:0}
    </style>
  </head>
  <body>
    (właściwy kod strony) osadzony w tabelkach html
  </body>
</html>

```

- Kodowanie (zestaw znaków)
  - Do poprawnego wyświetlania kreacji w klientach pocztowych wymagane jest kodowanie: **iso-8859-2**
  - Należy używać tylko znaków zgodnych z [iso-8859-2](#)
- Stylowanie (CSS)
  - Dopuszcza się używanie styli css umieszczonych bezpośrednio w pliku html
  - Niedopuszczalne jest „inkludowanie” zewnętrznego pliku css
  - Kod CSS umieszczamy:
    - W Tagach np.: `<span style="font-weight:bold">(kod)</span>`
    - Lub też między znacznikami `<head></head>`

```

<head>
  <style type="text/css">
    (kod css)
  </style>
</head>

```

- Nie ustawiamy globalnie styli dla: body, table, tbody, tr, td, img, a, a:hover, itp. **tnz wszystkich głównych tagów html.**

- Style tym elementom (**oprócz body**) nadajemy przez dodanie klasy np.:

```
td.call {font-weight:bold}
```

a nie

```
td {font-weight:bold} (nie poprawny zapis)
```

lub bezpośrednio w tagu, np.:

```
<a style="...">
```

- Grafika jako tło mailingu:

- Nie należy stosować **background-repeat** w kodzie CSS, gdyż powoduje to niepoprawne wyświetlanie tła

- Nie należy stosować

```
background:url(); background=" .jpg/.gif/.png"
```

```
background-image::;
```

- Wszelkie wartości takie jak width, height, class itp. Powinny być umieszczone w znacznikach " " np.: width = „100”.

- Nie dopuszczalne jest:

- Używanie właściwości position

- Używanie właściwości float

- Używanie właściwość line-height

- Używanie jednostki „%” do określania wielkości, szerokości (wyjątkiem jest główna tabela nadająca kolor tła dla mailingu).

- Używanie właściwości height:100%

- Używanie tagu FONT oraz jego właściwości.

- Formatowanie tagu <UL> (oraz wszelkich jego elementów)

- Definiowanie wielkości fontu w innych jednostkach niż px (piksele)

- Rozmiar kreacji (szerokość HTML)

- Szerokość powinna wynosi max 600px np.:

```
<table width="600" border="0" cellspacing="0" cellpadding="0">
```

(ciało tabeli)

```
</table>
```

- Struktura plików

- Wszystkie grafiki muszą się znajdować w tym samym katalogu co plik index.html

- Elementy w kodzie strony
  - Przygotowany materiał nie może zawierać wymienionych elementów (JAVA SCRIPT, IFRAME, FRAME, FLASH, FORM, INPUT,MAP)

### 9.3 Waga kreacji (wielkość w kB wszystkich plików)

- Waga pliku html i plików graficznych **nie może przekroczyć** wartości z tabeli poniżej

Nazwa	Szerokość	Waga	Format
Mailling HTML	600px	do 50kB do 75kB	html
Mailling TXT		2 strony A4 (do 50 kB)	html lub txt
Mailling Video		do 75kB + 1MB	html
Mailling Mobilny	310px	do 50kB do 75kB	html

**Uwaga:** materiały przesłane w formacie **.doc** (lub pokrewnym) nie będą obsługiwane.

### 9.4 Kompresja kodu HTML (cały kod w jednej linii)

- Kod powinien posiadać wcięcia np.:

```
<html>
  <head></head>
  <body>
    <table ..>
  </body>
</html>
```

- Błędem będzie np.:

```
<html><head></head><body><table...>...
```

### 9.5 Tło mailingu

- **Nie należy** stosować atrybutu **background** dla tagu <body>, zamiast tego proponujemy użyć tagu <table> dla całości kreacji, np.:

```
<body>
  <table style="background-color: red; width:100%;>
    <tr>
      <td>
        ...
```

```
(treść mailingu)
...
</td>
</tr>
</table>
</body>
```

## 9.6 Źródła błędów

- **Ustawienie grafiki o wysokości lub szerokości 1px (tzw. spacery)** i „rozciągnięcie jej” przy pomocy właściwości width lub height, będzie powodować błędne nadanie rozmiaru w programie Outlook2007
- Elementy blokowe w HTML'u takie jak np.: w programie Outlook2007 mają domyślny odstęp (padding). Zaleca się zerowanie ustawień w globalnych stylach.

```
body {padding:0;margin:0;}
```

globalnie dla grafik w kodzie ustawiamy:

```
img {display:block;}
```

brak tego wpisu powoduje powstanie (pixelowych) odstępów w Outlook Express wstawianie elementów graficznych jako background:

```
background-image {}
```

- Wszystkie grafiki powinny zawierać "zerowe obramowanie" ustawione w postaci border="0" tzn.

```

```

Przygotowane materiały odbierane są na różnych programach pocztowych. Staramy się aby każdy bez względu na używany program pocztowy widział mailing reklamowy poprawnie – zgodnie z materiałem źródłowym. W związku z powyższym przedstawiamy listę najpopularniejszych programów i ich zgodność z niektórymi właściwościami HTML.

## 9.7 Walidacja kodu mailingu

- Na stronie: <http://www.campaignmonitor.com/css/> znajduje się tabela przedstawiająca popularne programy pocztowe i możliwość interpretacji właściwości HTML. Pokazuje ona które właściwości języka HTML nie będą poprawnie interpretowane.
- Walidator kodu HTML: <http://validator.w3.org/>
- Walidatora stylów CSS: <http://jigsaw.w3.org/css-validator/>

## 9.8 Zasady tworzenia mailingu mobilnego

Mailing mobilny składa się z dwóch wersji kreacji:

- Pierwsza, przygotowana wg. specyfikacji ogólnej dla mailingów
- Druga, mobilna przygotowana na ogólnych zasadach dotyczący prawidłowego tworzenia mailingu, z tą różnicą że maksymalna szerokość mailingu musi wynosić 310px, a szkielet html powinien wyglądać jak poniżej:

```
<html>
  <head>
    <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-2">
      <style type="text/css">
        #msg-body {overflow:hidden;}
      </style>
    </head>
    <body style="margin:0px; padding:0px;">

      <-- treść mailingu -->

    </body>
  </html>
```

Ustawianie tła mailingu mobilnego

- Tło mailingu tworzymy wstawiając do id msg\_body znajdującego się w sekcji head odpowiedni kolor

NP: #msg-body {overflow:hidden; background:silver}

Portal o2.pl zastrzega iż w przypadku nie przestrzegania powyższych kryteriów wykonania mailingu HTML, nie będzie on emitowany.

**Odrębna specyfikacja mailingu znajduje się pod adresem:** <http://reklama.o2.pl/mailing>

**Zapraszamy do współpracy,**

**Dział Traffic**

o2 Sp. z o.o.

ul. Jutrzenki 177

02-231 Warszawa

tel.: 022 39 81 021

e-mail: [traffic@firma.o2.pl](mailto:traffic@firma.o2.pl)