



Retningslinjer for annonsemateriell

For at annonsene skal publiseres til avtalt tid må disse kriteriene oppfylles:

Generelt:

- Materiellfrist for ordinært annonsemateriell, gif, jpg eller flash, er 2 arbeidsdager før kampanjestart. Det betyr at annonser som skal publiseres lørdag, søndag eller mandag på leveres i løpet av onsdag.
- Hvis spesielle formater skal brukes må dette avklares med booking på forhånd og materiellfrist er senest 1 uke før publisering. Grunnen til dette er at det må testes spesielt, og i de fleste tilfeller tilpasses.
- Alle kampanjer starter kl 00:00 hver dag hvis ikke annet er avtalt.
- Maks antall annonser pr plassering er 3 annonser.
- Materiell sendes til booking@sol.no

Tekniske spesifikasjoner:

- Fallback, gif eller jpg, må legges ved alle flash annonser.
- Flashfiler må inneholde clickTag (Se vedlagte forklaring)
- Maks antall clickTags er 5.
- Vi får ikke målt klikk dersom URL hardkodes direkte i flashfilen.
- Max tyngde:

980x150	}	55 kb
468x400		
180x500		
180x800		

** Det er her mulig å få opp til 70 KB mot en ekstra avgift. Prisen for opp til 70KB er kr 1000,- pr million visninger.*

1280x30	}	35 kb
468x120		
180x150		
180x120		20 kb

- Kampanjefelt: tekst inntil 20+30 tegn, bilde130x98+93x24 i gif eller jpg maks 35 kb
- Tekstlink: inntil 32 tegn

Streaming:

Streaming av filer må aktiveres ved mouseover eller klikk.
Annonser/byrå må selv hoste feedfilen fra egen server.

Annonsering med lyd:

På forsiden må brukeren selv aktivere lyden i annonsen med klikk. Lyd ved mouseover er ikke tillatt på forsiden. På undersidene kan lyd ved mouseover vurderes, men da må hvert enkelt tilfelle godkjennes. Alle annonser må være merket med lydsymbol, og brukeren må ha mulighet til å slå av lyden.

Materiell sendes til booking@sol.no

Hvis en eller flere av disse kriteriene ikke er oppfylt kan ikke SOL garantere at annonsene publiseres til avtalt tid, og kunden vil ikke være berettiget noen form for kompensasjon.

SOL forbeholder seg retten til å forhåndsgodkjenne annonsematerialet.

Avtalevilkår

Avbestilling av kampanjer:

4 - 2 uker før kampanjestart 60% gebyr

2 - 0 uker før kampanjestart 90% gebyr

Endring/ flytting av kampanjer:

4 - 2 uker før start 10% gebyr

2 - 0 uker før start 20% gebyr

Alle endringer og avbestillinger må skje skriftlig.

Flash annonser

ClickTag:

For flashannonser må clickTag må benyttes for klikktelling

Et klikk registreres i systemet ved at klikket på annonsen sendes 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. I stedet må funksjonen i flashannonsen bruke en URL som sendes som parameter:

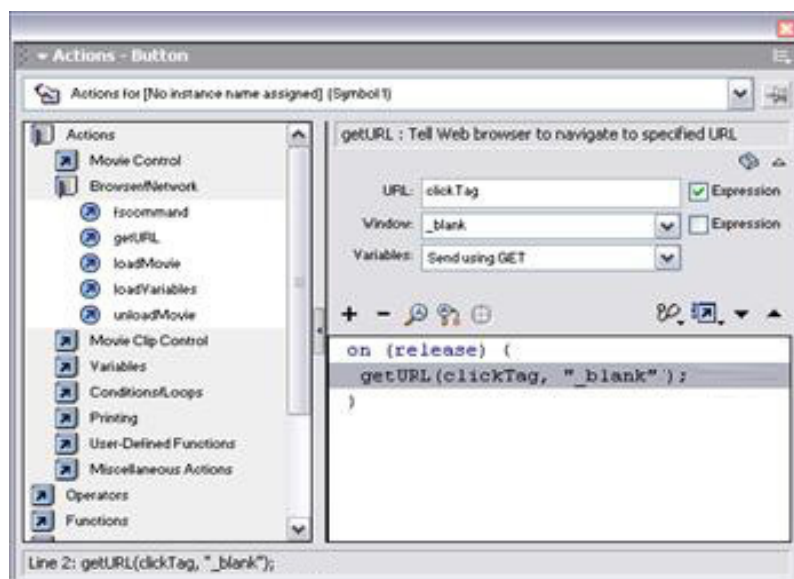
```
src=?flashfil.swf?clickTag=http://www.dinurl.no?
```

Fordelen med dette er at det fungerer i alle annonsesystemer og i alle browsere som støtter Flash. Dette gjør at bytte av URL under en pågående kampanje er enkelt, og i stedet for å legge inn URL'en i flashfilen legger man en kommando på samme sted.

Steg for steg:

1: Det klikkbare elementet gis "action getURL"

2: Action-kommandoen getURL skal se slik ut:



NB! Det må alltid legges inn "_blank" i "window"-feltet for at linken skal åpnes i et nytt vindu, og at ?Expression? skal være krysset av for URL-feltet

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 beynyttes "_root." prefix, ettersom dette alltid vil fungere uansett hvor klikket er lagt.

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

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

Problemer med pop-up blockere ved bruk av Actionscript 3 i Flash 9 og høyere

Flash annonser som er programmert med ActionScript 3 blir stoppet av de innebygde pop-up blockerne i Internet Explorer og Firefox når de forsøker å åpne landingssider ved klikk. ClickTag implementering i Flash annonser forutsetter at man skriver noen linjer kode for å kunne måle respons på annonsene og sende klikkeren videre til en kampanjeside.

Problemet oppstår fordi eneste kommando som slipper igjennom pop-up blockere er "onRelease" og den kommandoen er fjernet i ActionScript 3. Det finnes ikke noe god fix for dette enda, så Flashannonser må inntil videre produseres med ActionScript 2.

Retningslinjer for CPU-forbruk fra Flash-innhold

Macromedias Flash-annonser bruker CPU-ressurser (prosessorkraft) på leserens maskin for å beregne og vise all animasjon i annonsene.

Hvis en Flash-annonse inneholder mange matematiske beregninger for å vise animasjoner, krever den mer CPU-ressurser, og Flash-annonsen må sloss om CPU-ressursene med annet Flash-innhold og andre programmer på maskinen, noe som kan føre til at alle annonsene vises for sakte. Det er kanskje ikke noe problem når kun en annonse vises, men på en nettside vil det i dag vises flere animasjoner samtidig.

Behovet for CPU-ressurser i Flash-animasjoner kan reduseres på flere måter. En måte er å redusere bruken av matematikk-basert animasjon - animasjon som er styrt av matematiske funksjoner i Actionscript (Flash' eget javascript-aktige programmeringsspråk). En annen måte er å begrense bruk av loop-strukturer i Actionscript-koden. Bruk av masker og animasjon basert på animerte masker kan også kreve mye CPU-ressurser.

En måte å anslå hvor mye CPU-ressurser som kreves av Flash-filen er å åpne "Task Manager" (control+alt+delete) og se på "Performance"-flappen mens Flash-filen spilles av i Flash-spilleren eller en nettleser. Dersom CPU-forbruket er mer enn 50% bør ressurskravene reduseres.

SOL forbeholder oss retten til å refusere Flash-annonser som krever for mye ressurser.