

sidlo: Korunní 79/1171, 130 00, Praha 3

telefon: 224 251 250, e-mail: info@spir.cz, internet: www.spir.cz

bankovní spojení: eBanka a.s., Praha 1, č. účtu: 375076001/2400, IČO: 70108005, DIČ: CZ70108005

DESATERO PRO AUTORY INTERNETOVÉ REKLAMY

1. **Drž se nativních formátů!** Nativním obrázkovým formátem se rozumí GIF (Grafic interchange format) a nebo JPEG (Joint Photographic Experts Group). Reklama v jiných formátech musí být doplněna a dodána i v jednom z uvedených formátů (např. Flash bannery - .swf).
2. **Méně je více!** Na konci práce s výrobou reklamy pro internetové stránky maximálně zmenši objem výsledných souborů před předáním, ovlivní to úspěšnost! Nezapomeň na velikostní omezení daných formátů a i tak se snaž snížit objem pod tyto hranice. Příjemce má právo z tohoto důvodu vrátit soubory zpět na přepracování nebo zmenšit objem (aniž by se viditelně změnila kvalita). To platí i pro scripty!
3. **Reklama není web!** Richmedia (bannery tvořené v HTML a příkazy ve scriptovacím jazyce) musí být univerzálně nasaditelné na jakékoliv stránky, kód musí být kompaktní (v jednom celku) a nesmí se odkazovat na externí scripty nebo požadovat speciální úpravy v nosných stránkách.
4. **Reklama je pro všechny návštěvníky stránek!** Nezapomeň, že existují různé prohlížeče v různých verzích na různých operačních systémech. Není-li možné funkci reklamy zajistit pro všechny ve stejné kvalitě, zajisti detekci v kódu alternativní obsah!
5. **Flashe nejsou samozřejmé!** Flash není nativní formát, vytvářej je v nejnižších verzích, je to neúčelnější! Odkazy ve flashi vytvářej proměnnou „_root.clickthru“ a cíl (target) proměnnou „clickTarget“. U cíle nezapomeň dát funkci při neexistujícím obsahu clickTarget na vyplnění hodnotou „_top“! Posíláš-li někomu na úpravu zdrojové soubory před kompilací do .swf, posílej je i s použitými fonty. Flash není v počítači návštěvníka sám, koukej na zatížení procesoru a zjednodušuj animace. Jakékoliv výjimky proti tomuto bodu nezapomeň uvést společně s předáním podkladu (nejlépe v příloženém .txt souboru nebo v názvu souboru .swf (např. název proměnné odkazu).
6. **Dodávej úplné a podrobné podklady!** Dodávej kompletní odzkoušenou kreativitu. Kód richmedia musí být odzkoušen a v kompaktním celku javascriptu (nutné části nesmí být v jiných částech HTML, jiných oddílech scriptu nebo dalších načítaných souborech). Nešetři komentáři; u složitějších typů s animací nad nosnou stránkou vystav ukázkou s podkladovou stránkou co nejpodobnější té cílové. U složitějších Flash animací s externí komunikací dodej i zdrojový .fla soubor s příloženými použitými fonty.
7. **Dodávej podklady včas!** Příprava média a kampaně chvíli trvá, zvlášť když je to složitější typ animace. Je potřeba více času i lidí j na přípravu a odsouhlasení, proto podklady dodávej 5 pracovních dní před časem kampaně. Sám se zajímej, jestli není nějaký problém nebo omezení původní zamýšlené funkčnosti při ostrém nasazení.
8. **Reklama není v okně prohlížeče ani v počítači sama!** Kontroluj výslednou reklamu tak, aby nezatěžovala příliš výkon počítače a neobtěžovala i když zrovna není vidět v aktivním okně. Kontroluj a optimalizuj javascriptové funkce i flashové animace tak, aby nezatěžovaly neúměrně procesor počítače.
9. **Ne každá práce musí být korunována úspěchem!** Nediv se, když se podklady vrátí na přepracování, pozorně čti připomínky, zkoušej v podmínkách co nejvíce podobných reálnému nasazení (reklama samostatně umístěná na jiném serveru než vlastní stránky), nepožaduj speciální podmínky na úpravy na nosném serveru/zdrojových www stránkách; hledej jednoduché, univerzální a funkční řešení.
10. **Komunikuj, zkoušej, studuj!** Co jde napoprvé těžko a složitě, je příště už rutinní záležitostí. Neboj se zeptat, když si nevíš rady.