

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН СТАНДАРТ №01

“СТАНДАРТНИ РАЗМЕРИ БАНЕРИ ЗА БЪЛГАРСКИ ОНЛАЙН ПАЗАР - 2011”

Част от проект „Работна група Уеб реклама”, по инициатива на Българска уеб асоциация, в сътрудничество с Интерактив Асошиейшън България и с подкрепата на Българска Асоциация на Рекламоделителите

МЕТОДОЛОГИЯ

Работната група реши, че първата цел на нейната дейност ще бъде да създаването на препоръки за стандартни размери банери за българския онлайн пазар. Препоръчителните стандартни размери банери се отнасят само до рекламни банери (display ads) със следните файлови формати:

- Flash файлове
- JPG/JPEG файлове
- GIF файлове

Членовете на работната група събраха и анализираха информация за различните размери банери, използвайки показателите „интерес” и „наличност”, както следва:

Показателят **НАЛИЧНОСТ** - всеки участник в работната група посочи с ДА или НЕ наличието на съответния размер банер в:

- банер позициите на уеб сайтовете за 2011 г. / за медии и медийни групи
- поръчките за изработка на банер през 2010 г. / за уеб студия
- заявките за рекламни кампании през 2010 г. / за рекламни и дигитални агенции

Показателят **ИНТЕРЕС** - всеки участник в работната група подреди в своеобразна класация интереса на клиентите към съответния размер банер през 2010 г., където с 1 се отбелязва най-силен интерес, с 2 по-слаб и т.н.

Използвайки горната методика за оценяване на банерните размери, участниците в работната група избраха следните **стандартни размери банери** и ги класираха според резултата им от проучването, т.е. според броя точки, събрани за наличност и интерес:

- 300x250 // Medium Rectangle
- 728x90 // Leaderboard
- 160x600 // Wide Skyscraper
- 468x60 // Full Banner
- 300 x 600 // Half Page Ad

Участниците в проекта решиха в настоящия стандарт да се запазят наименованията на английски език за различните размери банери. Препоръчва се английските имена да бъдат използвани в рекламни тарифи, медна-планове и други подобни документи с цел лесното разпознаване на международната терминология.

В ситуации или документи, където е наложително и неизбежно английските термини да бъдат заменени с български, се препоръчва използването на следните описателни названия:

- 300x250 // Квадратен банер
- 728x90 // Хоризонтален банер
- 160x600 // Вертикален банер
- 468x60 // Малък хоризонтален банер
- 300 x 600 // Голям вертикален банер

ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ

Детайлните данни за проучването по **Наличност** и **Интерес** ще бъдат приложени към настоящия стандарт в отделен документ „Проучване за размери банери”. С цел по-голяма представителност на проучването, бяха събрани данни за наличността на различните размери банери в сайтовете на водещи български уеб издатели, които в момента на изготвянето на настоящия стандарт не участват с представител в работната група: Дир.БГ, ЕМ ЕС КИЙ ГРУП, Санома Блясък България, Darik Web, Web Media Group.

Мултимедийните рекламни банери (richmedia ad units) ще бъдат разглеждани от работната група в отделен документ, поради творческата и технологична сложност на изработката и реализацията им.

Всяка година работната група ще прави преглед на настоящия стандарт, с цел неговото осъвременяване и развитие, съобразно пазарните тенденции.

Работната група ще се стреми чрез своята дейност да насърчава приемането и популяризирането на нови, иновативни и ефективни рекламни елементи.

В изготвянето на настоящия стандарт са взети предвид съответните препоръки на Advertising Bureau – “IAB Ad Unit Guidelines”.

ЗА ПРОЕКТА

През месец ноември 2010 г. Българска уеб асоциация стартира инициатива за създаване на поредица от препоръки и стандарти за уеб реклама в сътрудничество с Интерактив Асошиейшън България и с подкрепата на Българска Асоциация на Рекламодателите. Към проекта „Работна група Уеб реклама” се включиха специалисти от дигитални и рекламни агенции, уеб студия и онлайн издатели, за да обсъдят творческото и техническо развитие на дигиталния маркетинг в България и да се обединят около създаването на единни правила за работа в областта на онлайн рекламата.

Стандартите за уеб реклама са съобразени с насоките за онлайн рекламна дейност, създавани и популяризирани от Interactive Advertising Association (IAB), като стремежът на работната група е да адаптира вече наложени международни стандарти, допълвайки и развивайки ги в зависимост от нуждите на българския онлайн пазар.

УЧАСТНИЦИ В РАБОТНАТА ГРУПА:

Към момента на издаването на този стандарт в проекта участват представители на 28 водещи компании от уеб бранша:

Дигитални агенции, рекламни агенции и уеб студия:

ABC Design & Communication Group (abcbg.com)

Digital Vision (digitalvision.bg)

Изи Онлайн АД (easyads.bg)

Interactive Share – Digital Agency (interactive-share.com)

Калипърс АД (calipers.bg)

Маг Студио ООД (magstudio.bg)

Media Direction (mediadirection.bg)

New Moment Interactive (newmoment.bg)

РА Крес (kres.com)

WebWorks (webworks.bg)

Zed Digital Cybermark (cybermark.bg)

Дизайн.БГ (design.bg)

КомОн (common.bg)

Медии:

Аз Медиа (az-media.biz)

Вестникарска група България (vgb.bg)

Датекс (bgmaps.com)

Икономедиа (economedиа.bg)

Информационна агенция БЛИЦ (blitz.bg)

Мейл.БГ ЕАД (mail.bg)

Некст Медиа ООД (nextmedia.bg)

Уеб Граунд (webground.bg)

Уебкафе БГ ЕООД (webcafe.bg)

НЕГ.БГ (neg.bg)

Darik Web (darikweb.com)

Нет Инфо.БГ (netinfocompany.bg)

Инвестор.БГ (investor.bg)

Рекламодатели:

Нестле България (nestle.bg)

Българска Асоциация на Рекламоделите (baa.bg)

Проектът е отворен за всички представители на уеб бизнеса, заинтересовани от тематиката.