



Specyfikacja

Display

Notyfikacje Push

Reklama natywna

Reddit

Śledzenie konwersji



Display:

Formaty desktop:

Wymagane: 300x250

Fakultatywne: 160x600, 300x600, 728x90, 750x200, 970x250

Formaty mobilne:

Wymagane: 300x250

Fakultatywne: 320x50, 320x100

kreacje zgodne ze specyfikacją google, do 150 kb

pl: <https://support.google.com/google-ads/answer/1722096?hl=pl>

eng: <https://support.google.com/google-ads/answer/1722096?hl=en#HTML5>

Notyfikacje Push

- Nagłówek do 30 znaków
- Treść do 40 znaków
- Strona (domena) docelowa
- Kwadratowy obrazek (ikonka) 192x192 px (logo)
- Większy obrazek (ilustracja bez treści) min. 360x240, ale lepiej 720x480 pod kątem lepszych wyświetlaczy (nieobowiązkowe)

Ilustracja bez treści ma być jedynie uzupełnieniem copy. Bez tekstu, w tym CTA.

Wtedy przekazywana informacja jest bardziej czytelna.

W związku z ustawieniami technicznymi każdego modelu telefonu część kreacji może być zastonięta.

Reklama natywna

Reklama natywna prezentuje treści w zupełnie inny sposób niż reklama display. Nie powinna ona przypominać reklamy, tylko integralną część strony internetowej. Na grafice nie występuje więc tekst ani logotyp.

- Grafika (w formacie jpg, gif lub png):
wymagane: 350x216 px (do 50KB), 1000x600px (do 1MB),
opcjonalne: 1200x627px, 800x600px, 600x600px (do 750KB)
- Nagłówek do 50 znaków ze spacjami
- Opis do 90 znaków ze spacjami




Reklamy w feedzie:

1. Post w formie linka

- Tytuł posta (nagłówek) - maksymalnie 300 znaków
- Docelowy adres URL
- Wyświetlany adres URL (opcjonalnie)
- Krecja: 1200x628px, maksymalny rozmiar pliku 3MB
- Obraz miniatury: 400x300px lub proporcje 4:3, maks. rozmiar pliku 500 kb
- Włącz/wyłącz komentarze
- Przycisk Call to Action (opcjonalny)

2. Posty video

- Tytuł posta (nagłówek) - maksymalnie 300 znaków
- Docelowy adres URL (opcjonalnie)
- Wyświetlany adres URL (opcjonalnie)
- *Video:*
- Format: MP4 lub MOV (ProRes NIE jest akceptowany)
- Rozmiar pliku: maksymalny rozmiar pliku 1 GB
- Wymiary: 1:1 Kwadrat; 4:5 w pionie; 4:3 klasyczny; 16:9 pełny krajobraz
- Długość: 0:05 - 0:30 zalecane
- Szybkość klatek: do 30 klatek na sekundę
- Autoodtwarzanie jeśli jest video natywne, kliknij, aby odtworzyć, jeśli wideo innej firmy
- Wybierz miniaturę video z tą ikoną: 
- Włącz/wyłącz komentarze Przycisk Call to Action (opcjonalny)

3. Posty karuzelowe


- Nagłówek/tytuł posta - maksymalnie 300 znaków
- Docelowy adres URL: jest wymagany dla każdej karty.
- Adres URL może być taki sam na różnych kartach lub inny. Uwaga: adresy URL muszą zaczynać się od HTTPS i nie mogą kończyć się średnikiem (;)
- Wyświetlany adres URL (opcjonalnie)
- *Krecje:*
- Minimum: 2 grafiki | Maksymalnie: 6 grafik



- Kwadratowy obraz 1200x1200 pikseli, maksymalny rozmiar pliku 20 MB, JPG lub PNG. GIF: maksymalny rozmiar pliku 3 MB, długość 3-10 s.
- W przypadku kampanii tylko na komputery możemy również obsługiwać rozdzielczość 1200x628 pikseli Tekst (pojawia się pod obrazem karty): limit 45 znaków
- *Opcje dodatkowe:*
- Dodaj obraz miniatury (zalecane do oglądania w trybie klasycznym): 400x300 px (JPG; 500KB maksymalny rozmiar pliku, proporcje: 4:3)
- Zmień kolejność kart zgodnie z potrzebami, aby opowiedzieć swoją historię
- Kody kliknięć i wyświetleń: w reklamie można użyć kodów kliknięć i/lub wyświetleń na poziomie karty
- Możliwość włączenia/wyłączenia komentarzy
- Przycisk Call to Action (opcjonalny)
- Opcje: Pobierz, Zainstaluj, Kup teraz, Zobacz

Reklamy w konwersacji pod postem:

1. Post video

- Tytuł posta (nagłówek) - maksymalnie 250 znaków dla komputerów stacjonarnych, maksymalnie 100 znaków dla urządzeń mobilnych
- Docelowy adres URL (opcjonalnie)
- Wyświetlany adres URL (opcjonalnie)
- *Video*
- Format: MP4 lub MOV (ProRes NIE jest akceptowany)
- Rozmiar pliku: maksymalny rozmiar pliku 1 GB
- Wymiary: 1:1 Kwadrat; 4:5 w pionie; 4:3 klasyczny; 16:9 pełny krajobraz
- Długość: 0:05 - 0:30 zalecane
- Szybkość klatek: do 30 klatek na sekundę
- Zasoby video będą miały rozmiar miniatury Kliknij, aby odtworzyć (autoodtwarzanie dostępne tylko w kanale)
- Wybierz miniaturę video z tą ikoną: 
- Włącz/wyłącz komentarze Przycisk Call to Action (opcjonalny)

Uwaga : nie należy używać miejsca docelowego w rozmowie, jeśli współczynnik wyświetleń wideo jest jednym z głównych wskaźników sukcesu.

2. Post w formie linka

- Tytuł posta (nagłówek) - maksymalnie 250 znaków dla komputerów stacjonarnych, maksymalnie 100 znaków dla urządzeń mobilnych
- Docelowy adres URL



- Wyświetlany adres URL (opcjonalnie)
- Obraz grafiki: 1200x628px, maksymalny rozmiar pliku 3MB
- Obraz miniatury: 400x300 pikseli lub współczynnik proporcji 4: 3, maks. rozmiar pliku 500 kb Włącz/wyłącz komentarze Przycisk Call to Action (opcjonalny)

Uwaga : jeśli obraz 400 x 300 pikseli nie jest dostępny, użyjemy standardowego obrazu 1200x628, ale nie jest on dobrze renderowany w zwartej przestrzeni.

- Włącz/wyłącz komentarze
- Przycisk Call to Action (opcjonalny)



Śledzenie konwersji

Konwersje to istotne dla sukcesu kampanii zdarzenia, które użytkownik może wykonać lub wywołać po kliknięciu w kreację reklamową. Przykładowe akcje: załadowanie strony docelowej, pobranie pliku, wypełnienie formularza.

Kluczowe dla powodzenia kampanii jest precyzyjne zdefiniowanie powiązanych z nią konwersji oraz sposobu i momentu ich zliczania.

System trackingowy Converters umożliwia zliczanie konwersji na dwa sposoby – **pixel** (*pixel/cookie tracking*) oraz **postback** (*server to server tracking*). Dodatkowo dla śledzenia bardziej skomplikowanych, dynamicznych konwersji mamy przygotowaną możliwość użycia kodów **JavaScript**.

Kody należy wdrożyć w taki sposób, by wywoływały się w momencie zaistnienia uzgodnionej konwersji. Pixel musi zostać wywołany w przeglądarce użytkownika, postback może być od niej niezależny.

Piksel IFRAME

PIKSEL

Podstawowa wersja piksela, do użycia zawsze, gdy nie ma przeciwwskazań dla tej formy kodu. Przykładowa postać:

```
<iframe src="https://go.trackitlikeitshot.pl/track/goal-iframe?goal_id=XXXXX&track_id=YYYYY" height="1" width="1" frameborder="0" scrolling="no"></iframe>
```

Zmienne:

goal_id – identyfikator konwersji w systemie trackingowym Converters; numer (**XXXXX**) jest nadawany systemowo i nie można go zmieniać

track_id – unikalny parametr pozwalający zidentyfikować poszczególne wywołania danej konwersji – przekazywanie go w miejsce **YYYYY** jest niezbędne, jeśli zachodzi potrzeba rozróżnienia poszczególnych zdarzeń (np. wysłanych formularzy leadowych).

Piksel IMG

„Okrojona” wersja piksela, do użycia tylko jeśli nie może zostać użyty IFRAME. Przykładowa postać:

```

```



POSTBACK

Wdrożenie śledzenia konwersji za pomocą kodów postback pozwala ominąć przeglądarkę użytkownika. Jest to metoda dokładniejsza i bardziej niezawodna niż piksel, ale jej

implementacja może być bardziej skomplikowana. Postback jest jedyną metodą używaną do śledzenia konwersji w kampaniach CPI/CPD (aplikacje mobilne). Przykładowa postać:

https://go.trackitlikeitshot.pl/track/goal-by-click-id?click_id=ZZZZZ&goal_id=XXXXX&track_id=YYYYY

Zmienne:

goal_id – identyfikator konwersji w systemie trackingowym Converters; numer (**XXXXX**) jest nadawany systemowo i nie można go zmieniać

track_id – unikalny parametr pozwalający zidentyfikować poszczególne wywołania danej konwersji – przekazywanie go w miejsce **YYYYY** jest niezbędne jeśli zachodzi potrzeba

rozróżnienia poszczególnych zdarzeń (np. wysłanych formularzy leadowych)

click_id – parametr niezbędny do działania śledzenia postback, pozwalający powiązać konkretne kliknięcie z konkretną konwersją; identyfikator kliknięcia musi zostać „przechwycony” z urla klikowego i przekazany w miejsce **ZZZZZ**

JAVASCRIPT

Kody JS można zastosować tam, gdzie wywołanie piksela w tradycyjny sposób jest utrudnione lub niemożliwe (np. nietypowa konstrukcja strony, uzależnienie wywołania kodu od jej adresu czy zawartości). Kody JS są przygotowywane indywidualnie i mogą się znacząco różnić w zależności od zastosowania.