

ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ



ТРЕБОВАНИЯ К БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЕ

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1) Содержание баннера должно соответствовать и не противоречить требованиям действующего законодательства Республики Казахстан в отношении рекламы.
 - 2) Доступные форматы баннеров: GIF, JPG, PNG, HTML.
 - 3) Предоставляемые файлы должны быть проименованы с разделителем _ (нижним подчеркиванием), без пробелов следующим образом:
 - Название, включая наименование бренда, продукта/кампании
 - Размер баннера
 - Название площадки
 - Номер креатива, если одновременно предоставляется несколько вариантов баннеров для ротации
- Образец имени файла:
NAME_250x350_nur.kz
либо
NAME_250x350_nur.kz_1
NAME_250x350_nur.kz_2 и т.д.
- 4) Баннер со светлым фоном должен иметь рамку 1 px толщины серого или черного цвета.
 - 5) Запрещено использование скриптов, самопроизвольно открывающих какой-либо адрес в текущем или новом окне браузера.
 - 6) Запрещено использование каких-либо звуковых эффектов в баннере.
 - 7) Запрещены баннеры
 - часто и интенсивно мигающие, раздражающие глаз;
 - с элементами интерфейса ОС. Исключение составляют баннеры rich-media, в которых обязательно должна присутствовать кнопка «закреть»;
 - элементы баннера не должны создавать у пользователя впечатление кнопок интерфейса сайта.
 - 8) Рекламные материалы должны быть предоставлены не позднее, чем за 1 (один) рабочий день до начала размещения. В случае более позднего предоставления материалов начало размещения может быть отложено на период до 1 (одного) рабочего дня.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К HTML5 БАННЕРАМ

При создании ZIP-архива с файлами HTML5 соблюдайте требования, перечисленные по [ссылке](#). В HTML5 креативе обязательно наличие кликабельной области. В качестве целевого ресурса в креативе следует использовать переменную тега кликов.

Пример реализации тега кликов:

```
<html>
<head>
<meta name="ad.size" content="width=300,height=250">
<script type="text/javascript">
```

```
var clickTag = "http://www.google.com"; </script>
</head>
[Здесь находится остальной код вашего креатива.] </html>
```

В качестве URL перехода по клику в креативе следует использовать переменную clickTag:

```
<a href="javascript:window.open(window.clickTag)">

</a>
```

Запрещено встраивать flash-элементы или flash-баннер (даже посредством тега <iframe>) в код HTML5 баннера.

ВИДЕО В БАННЕРАХ

- 1) Подгрузка видеоматериала в баннер должна происходить со стороннего сервера (с сервера клиента или третьего лица).
- 2) В баннере должны присутствовать рабочие кнопки «Воспроизведение/Стоп» и «Со звуком/ без звука» на протяжении всего действия ролика.
- 3) Воспроизведение видео и звука должно происходить только после того, как пользователь нажмет на кнопку «Воспроизвести».

По отдельному согласованию с площадкой допустимо размещение баннеров с автозагрузкой видео, при этом звук по умолчанию должен быть выключен.

Пользователь должен быть предупрежден о размере видеоматериала.

- 4) При циклическом воспроизведении видео второй и последующие циклы должны подгружаться из кэша браузера.
- 5) Видеоролик должен соответствовать следующим параметрам:
 - Хронометраж не более 30 секунд;
 - Максимальный вес файла - 3 МБ;
 - Формат MP4 (MPEG-4): кодеки видео H.264, кодек аудио - AAC.

ТРЕБОВАНИЯ К ССЫЛКАМ

- 1) Предоставляемые ссылки должны вести на работающие страницы.
- 2) Не допускается прошивать в баннер прямую ссылку. Ссылка должна предоставляться отдельно.
- 3) В случае предоставления ссылки, содержащей UTM-метки, значения параметров метрик должны соответствовать названию сайта и рекламному формату, запланированных в размещении.
- 4) С инструкцией создания и установок UTM-меток можно ознакомиться по ссылке <https://support.google.com/analytics/answer/1033867?hl=ru>

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОДОВ СТОРОННЕГО ОТСЛЕЖИВАНИЯ ПОКАЗОВ

- 1) Для стороннего отслеживания показов баннеров в формате GIF, JPG, PNG счетчик на показ должен предоставляться отдельно в виде URL.
- 2) Для стороннего отслеживания показов баннеров в HTML пиксель отслеживания показов должен быть добавлен в код баннера одним из способов вставки:

- A) ``
- Б) ``
- В) ``

Убедитесь, что между кодом пикселя и остальным кодом баннера присутствует жесткий перенос строки.

Пример:

```

<!-- Template ID = 4439 Template Name = Image Banner - Open in New Window-->
<a href="%c%u" target="_blank">
</a>
```

БАЗОВЫЕ ФОРМАТЫ БАННЕРОВ

Стандартные баннеры

- 1) Геометрический размер должен быть равен в пикселях:
980x60/ 980x90/ 980x200/ 728x90/ 728x200/ 250x350/ 240x400 / 250x600 px.
- 2) Баннер может быть выполнен в виде графического файла (*.gif, *.png, *.jpeg) или в HTML5.
- 3) Необходимо обязательно предоставить **дополнительный баннер размером 300x250 px** в формате GIF/ JPEG/ PNG /HTML5 для размещения в мобильной версии сайта.
- 4) Максимальный вес для графических файлов составляет 50 Кб, для HTML5 – 150 Кб.

Floor Ad

- 1) Геометрический размер должен быть равен в пикселях:
1000x90/ 728x90/ 728x200 px.
- 2) Баннер может быть выполнен в виде графического файла (*.gif, *.png, *.jpeg) или в HTML5.

Fullscreen

- 1) Максимальный геометрический размер для десктопа - 800x600 px, мобильной версии – 320x480 px. Максимальный вес файла - 100 Кб.
- 2) Баннер может быть выполнен в виде графического файла (*.gif, *.png, *.jpeg).
- 3) По желанию клиент может предоставить изображение для кнопки закрытия.

Примечание: Отсутствует возможность стороннего отслеживания показов.

Баннер-расхлоп

Интерактивный баннер, расхлопывающийся в зависимости от действий пользователя (клик или наведение).

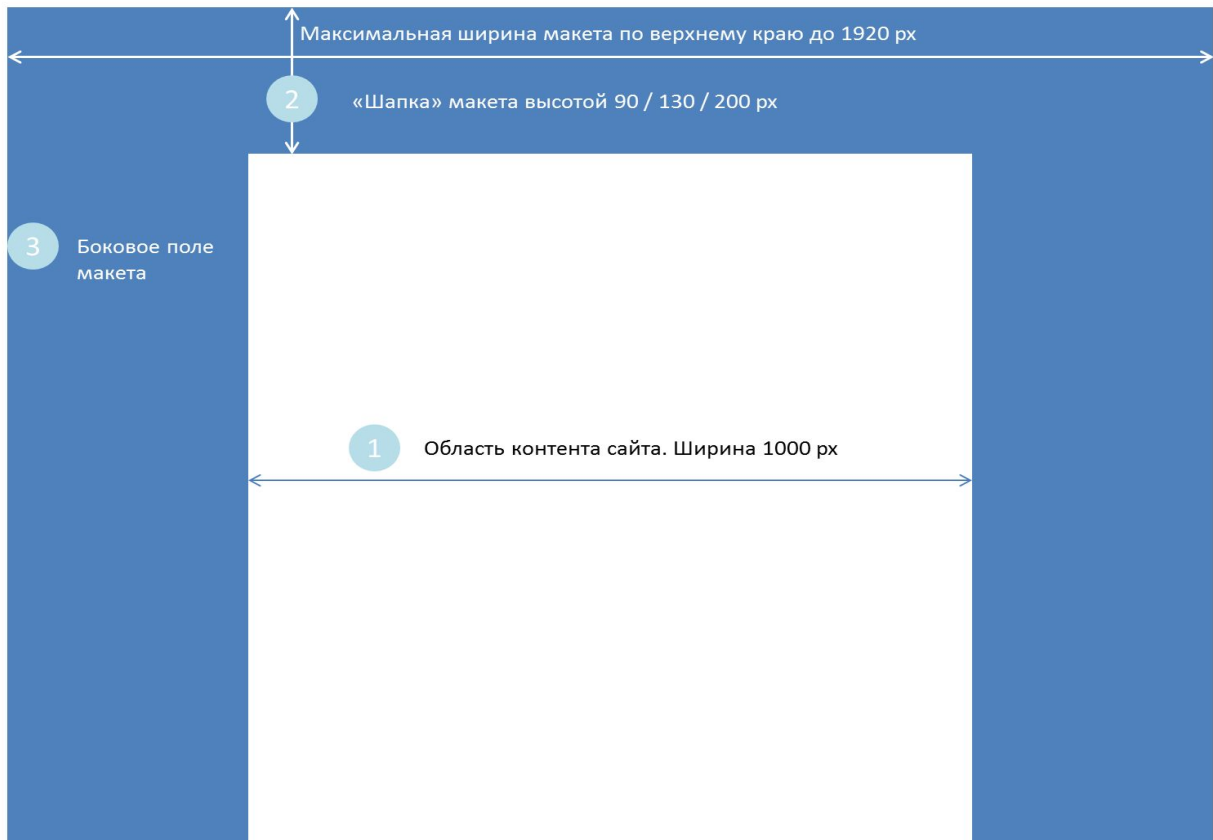
Геометрические размеры и направленность раскрытия:

728x90 px с раскрытием вниз до 728x200 px
250x350 px с раскрытием вниз до 250x600 px
250x350 px с раскрытием влево до 1000x350 px.

- 1) Баннер может быть выполнен в виде единого HTML-файла без дополнительных файлов/ресурсов.
- 2) Все CSS-стили и JS-функции должны содержаться внутри HTML-файла, также, как и изображения, которые должны быть вставлены в base64 формате. Весь контент креатива, включая изображения и текст, должен содержаться внутри HTML-файла и не может быть загружен с внешнего ресурса.
- 3) Размер HTML файла – не более **150Кб**.
- 4) В HTML5-креативе обязательно наличие кликабельной области с макросом `%%CLICK_URL_ESC%%%%DEST_URL%%` в качестве целевого URL, а ссылка предоставляется **отдельно**.

Брендирование

- 1) Макет брендирования может быть выполнен в виде графического файла (*.gif без анимации, *.png, *.jpeg).
- 2) Максимальный вес файла до - до **1 Мб**.
- 3) Макет должен иметь П-образную форму.
- 4) Размеры областей для брендирования:



1 - Область контента сайта должна быть белого цвета, иметь ширину 1000 px и располагаться строго по центру макета.

2 - Шапка брендирования может иметь высоту 90 / 130 / 200 px. Условие зависит от

выбранной позиции прайса.

3 - Боковые поля брендирования слева и справа от контентной области с шириной от 180 до 460 px каждое.

Внимание! Нужно учесть, что в зависимости от разрешений экрана пользователей часть изображения будет обрезаться.

При ширине экрана 1024px и менее (приблизительно 15% от общего числа посетителей ресурса) – боковые поля брендирования не отображаются (визуально отсутствуют).

Рекомендуем вписывать смысловую часть изображений на боковых полях макета в пространство 220x600 px.

Если боковое поле брендировано надписью, то она не должна превышать в ширину 60 px.

Profit Button

Креатив должен быть предоставлен в двух размерах: 500x500 px (в названии файла должен быть постфикс @2x) и 250x250 px.

- 1) Если креатив имеет прямоугольную форму, то необходимо его вписать в квадрат по большей стороне.
- 2) Размер креатива не должен превышать 1 Мб, рекомендуемый размер - до 200 Кб.
- 3) Желательно наличие тени под креативом (чёрный цвет, 40% прозрачность).
- 4) Если присутствует текст, то его лучше обрамлять рамкой или располагать на контрастной плашке.
- 5) Формат креатива: PNG на прозрачном фоне или архив с файлами HTML + CSS + JS.

НАТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Блоки фото/видео на главной странице

- 1) Креатив может быть выполнен в виде графического файла (*.gif, *.png, *.jpeg).
- 2) Фактический размер должен составлять 336x198 px, вес - до 50 Кб.
- 3) Заголовок должен иметь минимум один глагол и звездочку в конце (заголовок проходит модерацию редакции)
- 4) Шрифт: Open sans, белого цвета; длина не более 275 px от левого края креатива.
- 5) На каждую неделю размещения клиент должен предоставить разные креативы.

ТГБ (mobile)

- 1) Заголовок до 60 символов в 3 строки (в строке 20 символов).
- 2) Обязательно наличие глагола в заголовке (заголовок проходит модерацию редакции).
- 3) Изображение 100x100 px в формате *.jpeg. Желательно без логотипов компаний.
- 4) Необходимо менять креатив каждые 3 дня. Для лучшего эффекта рекомендуем каждый день.

ВИДЕОРЕКЛАМА

- 1) Видео файлы (*.flv, *.mp4, *.ogv, *.webm) — до 100 Мб.

- 2) Хронометраж до 20 секунд, желательно до 15 секунд.
- 3) Названия файлов должны содержать только цифры или буквы английского алфавита, символ подчеркивания.

ТРЕБОВАНИЯ К PR-МАТЕРИАЛАМ

ОБЩИЕ ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ PR-МАТЕРИАЛОВ

- 1) Заголовок, лид и текст статьи должны соответствовать новостной стилистике NUR.KZ.
- 2) Редакция NUR.KZ оставляет за собой право вносить корректировки в заголовок, лид или текст статьи на свое усмотрение.
- 3) Редакция NUR.KZ имеет право отказать в размещении материала без объяснения причин.
- 4) Все материалы, размещаемые на платной основе, в обязательном порядке публикуются с пометкой «На правах PR» или «PR құқында».
- 5) Размещение статей без пометки возможно после предварительного согласования с Редакцией NUR.KZ.
- 6) Размещение рекламных статей в рубриках «ТОП-Новости» и «Новости Казахстана и мира» осуществляется на условиях **предварительного бронирования даты публикации**.
- 7) Позиция размещения анонса статьи в новостной ленте NUR.KZ **не фиксирована**. По мере появления более свежих публикаций в рубрике, анонс рекламной статьи смещается вниз в пределах рубрики.
- 8) Анонс статьи размещается на главной странице в течение одних суток **с 09:00 до 09:00 следующего дня**. В случае несвоевременного предоставления материалов, потерянное время размещения не компенсируется.
- 9) После окончания размещения рекламная статья перемещается в архив публикаций.
- 10) **Рекламодатель несет ответственность за соблюдение авторских прав на предоставляемые материалы.**

Требования к материалам для размещения в формате статьи:

- 1) Текстовый объем **не более 3000 знаков**, включая пробелы. Превышение объема возможно после предварительного согласования с Редакцией NUR.KZ.
- 2) Заголовок и лид статьи должны соответствовать формату NUR.KZ (не более 7-8 слов). Либо заголовок и анонс статьи могут быть использованы по усмотрению Редакции портала.
- 3) Текст материала должен соответствовать правилам орфографии и пунктуации языка, на котором написана статья.
- 4) Материал может содержать изображения в количестве до 5 фото.

Требования к фото:

- Горизонтально ориентированное изображение с разрешением не менее 800 px по ширине, высота не фиксирована.
 - Фото предоставляются отдельными файлами (не встраивать изображения в документ Word).
 - **В тексте необходимо указать место расположения фото.**
 - Название файла фото должно соответствовать порядковому номеру расположения в статье.
- 5) Разрешено использование 1-3 ссылок на сторонние ресурсы при условии, что они являются

смысловой частью статьи.

- 6) Комментарии в статьях с пометкой возможно отключить по предварительному согласованию **до публикации** статьи. В статьях без пометки отключение комментариев невозможно.

Требования к материалам для размещения в формате фоторепортажа:

- 1) Формат фото JPG или PNG.
- 2) Количество 8-16 фото, пронумерованные согласно последовательности расположения в материале.
- 3) Разрешение изображения не менее 900 px по ширине, высота не фиксирована.
- 4) Каждое фото должно сопровождаться текстовым описанием в 1-3 предложений.

Изменения в рекламных материалах в формате статьи и фоторепортажа:

- 1) Перед публикацией материала клиенту предоставляется ссылка на предварительную версию статьи (превью). Согласовываются текст, расположение изображений и ссылок в материале.
- 2) После публикации возможно единожды внесение правок в виде фрагментарной замены текста, перестановки или замены изображений, если это не искажает первоначальный смысл статьи.