

3.6.2009

In Stream -verkkovideomainonnan suositukset

Sisältö:

1. Käytettävät termit
2. Videoaineiston toimitusformaatti
3. Suositus enimmäisspottipituuksista ja spottien toiminnallisuudesta
4. Suositus overlayn mitoista ja toiminnallisuudesta

1. Käytettävät termit

Alkuperäinen	Suomennos	Selite
Preroll	Etuspotti	Esitetään ennen varsinaista sisältöä.
Midroll	Välispotti	Esitetään sisällön keskellä, pääsääntöisesti käyttää koko kuva-alaa.
Postroll	Loppuspotti	Esitetään varsinaisen sisällön jälkeen.
Companion-ad	Tukibanneri	Videomainoksen kanssa
Overlay	Videotikkeri	Videosisällö päälle tuleva, esimerkiksi suorakaiteen muotoinen mainos. Voi toimia yksinään tai yhdessä jonkun toisen mainoksen kanssa, esimerkiksi aktivoida katsomaan mainosvideon.

IAB suosittelee, että alkuperäisiä englanninkielisiä termejä käytetään rinnan suomennoksien kanssa, kuten esimerkiksi interstitial-välisivu.

2. Videoaineiston toimitusformaatti

- Mpeg2, WMV tai MOV
- Videon koko: (576x324 pikseliä, bitrate vähintään 1500–4000 kbit/s.
- Kuvataajuus: (fps) 25
- Kuvasuhde 16:9

Flash ei ole suositeltavien formaattien joukossa, koska formaatin jälkieditointi on hankalaa.

3. Suositus enimmäisspottipituuksista ja spottien toiminnallisuudesta

Spottipituussuositukset etuspotti/preroll:

- Mainoksien yhteenlaskettu enimmäispituussuositus 15 sek., kun sisältö enintään 5 min.
- Mainoksien yhteenlaskettu enimmäispituussuositus 30 sek., kun sisältö yli 5 min.

Spotit yleensä:

- Mainoksen kesto/mainosten määrä esitetään käyttäjälle mainosten aikana

Klikattavuus:

- Suositellaan, että mainospotit ovat klikattavia. Toiminnallisuus siten, että kun käyttäjä klikkaa spottia, video pysähtyy ja kohdesivu avautuu. Kun käyttäjä palaa sisältösivulle, videon toisto jatkuu pysäytetystä kohdasta.

Companion-ad/Tukibanneri

- Käytetään tehostamaan spottimainonnan tehoa, kyseessä ns. ”tavallinen” banneri.

- Suositus, että media pystyy tarjoamaan tukibanneriksi vähintään yhden IAB:n suosittelemista banneri-formaateista.

4. Suositus overlayn mitoista ja toiminnallisuudesta

- Videon päälle tuleva mainos.
- Enimmäiskesto max. 15 sek, jonka jälkeen poistuu automaattisesti.
- Käyttäjän suljettavissa, sulje-nappi mainoksen oikeassa reunassa.
- Klikattava, kun klikataan video pysähtyy, kohdesivu avautuu. Kun käyttäjä palaa sisällön pariini, video jatkuu pysäytetystä kohdasta. Voi toimia myös yhdessä videomainoksen kanssa siten, että videotikkerin klikkaaminen aloittaa mainosvideon toiston. Myös avautuvassa mainosvideossa tulee olla suljenappi selkeästi esillä.
- Suositus, että overlayn korkeus enintään 1/5-osa playerin korkeudesta.
- Suositusformaatti, joka sopii kaikille 450x50, 40 kt, Flv/.jpg.

IAB Finlandin mainonnan työryhmä

Verkkomainonnan standardeja työstetään IAB Finlandin mainonnan työryhmässä, jossa on mukana suomalaisia verkkomedioita, media- ja mainostoimistoja, tutkimuslaitoksia ja mainostajia. Työryhmän toimintaan osallistuvia yrityksiä ovat: Apaja Online Entertainment Oy, Blue One, Carat Finland, Dagmar, OMD, Ebookers, Eniro, ESS.fi, Estimate, Frantic, Genisys, GoogMood, Happi Mindshare, Iittala, Iltalehti, InterQuest, Itella, Kauppalehti, Klikki., Mandatum Life, Matkatoimisto Area, MediaCom, MediaContacts, Media Edge CIA, Mediareaktori, Microsoft (MSN), Mloon, MTV3, Nelonen, Nitro Fx, Platform-A, PMI, Rahapaja Moneta, Relevant, Sanoma, Sulake, Suomi24, SOK, Sonera, Talentum, TradeDoubler, Vertaa.fi, White Rabbit ja Yhtyneet Kuvalehdet.

IAB Finland

IAB Finland (Interactive Advertising Bureau) on verkkomainonnan kasvua, kehitystä ja merkityksen vahvistamista ajava järjestö. IAB:n tavoitteena on poistaa verkkomarkkinoinnin menestymisen esteitä vahvistamalla internetin ja interaktiivisen viestinnän roolia markkinoinnin, mainonnan ja myynnin kentässä sekä kehittämällä alan osaamista ja yhteistyötä.

IAB Finland on IAB Europen jäsen.

www.iab.fi

Lisätietoja: IAB Finlandin toiminnanjohtaja Birgitta Takala, etunimi.sukunimi(at)iab.fi, 040 543 9165