

9.12.2008

IAB Finlandin suositus verkkomainosmateriaalin toimittamisesta ajallaan medioille

IAB suositaa verkkomainosmateriaalin toimittamista ajallaan medioille.

Ajoissa medialle toimitettu mainos takaa sen, että mainoskampanja alkaa ajallaan ja toimii sujuvasti.

Verkkomainonnan määrän kasvaessa on yhä tärkeämpää, että mainosmateriaali toimitetaan ajoissa. Myöhässä toimitettu materiaali aiheuttaa vakavia ongelmia medialle mainonnan käynnistämisessä ja kampanjoiden hallinnassa. Myös mediatoimistolle koituu huomattavasti lisätyötä.

IAB suositaa, että sen jäsenet ottavat käyttöön yhtenäisen toimintatavan myöhässä tulevien mainosmateriaalien käsittelyssä. Median hyväksymä, toimiva mainosmateriaali on toimitettava medioille ajoissa seuraavalla tavalla:

- 3 kokonaista arkipäivää ennen kampanjan alkua
 - GIF- ja JPEG- tai PNG- kuva-aineistot
 - Perus-Flash-mainokset (ei laajeneva, ei streamaava, ei kulmamainos tms.)
 - Tagin kautta tulevat materiaalit
- 5 kokonaista arkipäivää ennen kampanjan alkua
 - Erikoisemmat Flash-mainokset (laajenevat, streamaavat kulmamainokset tms.)
 - Erikoisratkaisut (DHTML yms.)

IAB suositaa, että mediat laskuttavat jatkossa kampanjan täyden hinnan, jos mainosmateriaali tulee myöhässä ja kampanja ei ala ajallaan. Jos materiaali tulee myöhässä, media julkaisee mainosmateriaalin normaaliin tapaan kolmen tai viiden kokonaisen arkipäivän sisällä mainosmateriaalin saapumisesta. Media pyrkii kuitenkin käynnistämään myöhästyneen kampanjan mahdollisimman nopeasti. Myöhästynyttä mainosmateriaalia voidaan myös ajaa myöhemmin, jos vapaata tilaa on käytettävissä. Kampanjan aloituksen myöhästyessä voi media näyttää kampanjan tilalla hyväntekeväisyysmainontaa tai omaa mainontaansa.

IAB Finlandin mainonnan työryhmä

Internetmainonnan standardeja työstetään IAB:n mainonnan työryhmässä, jossa on mukana suomalaisia internetmedioita, media- ja mainostoimistoja ja mainostajia. Työryhmän toimintaan osallistuvia yrityksiä ovat mm. : Dagmar, Eniro, Suomi24, Iltalehti, Kauppalehti, MediaCom, Microsoft (MSN), MTV3, Nitro FX, Sanoma, Talentum, Verkossa Media, Yhtyneet Kuvalehdet, Come and Stay, Rahapaja Moneta, Mediareaktori, Happi Mindshare, Itella, Interquest.

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