

1. Billboard:

Bardzo popularna forma reklamowa. Ekspozycja na górze strony oraz rozmiary billboardu pozwalają na wykorzystanie tego narzędzia w działaniach reklamowych nastawionych zarówno na efekt wizerunkowy jak i bezpośredni.

Miejsce emisji: serwis zumi lub portal onet

- Rozmiar maksymalny: 750x100 px
- Waga: 40 kB
- Format: swf, jpg, png, gif

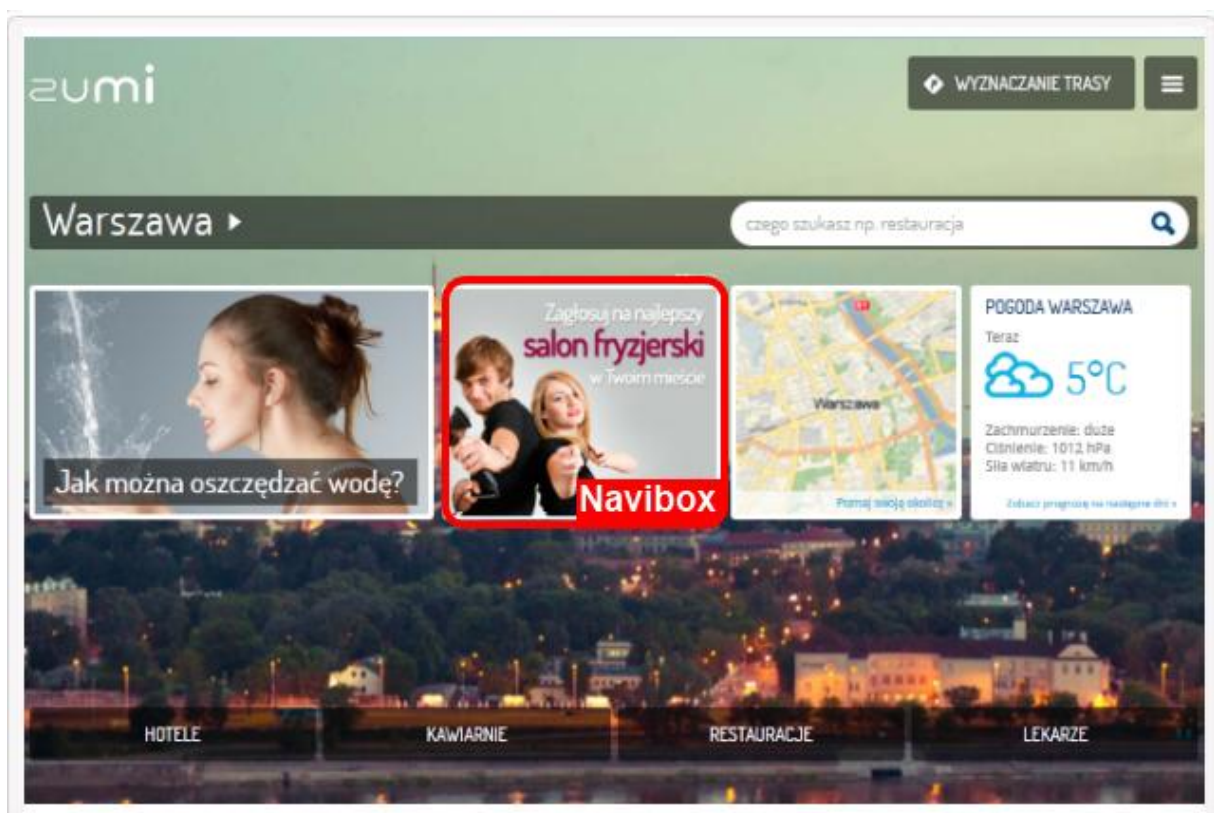
The screenshot shows the Onet website homepage. At the top, there is a navigation bar with categories like Onet, Wiadomości, Sport, Biznes, Kozmetyka, Pożycie, Gry, Tech, Moto, Styl życia, and Wiedza. Below the navigation bar is the Onet logo and a search bar with a Google logo and a 'Szukaj' button. To the right of the search bar are several social media icons. A large, colorful billboard advertisement is positioned below the search bar, featuring a vibrant, abstract pattern of swirling colors and the text 'Billboard 750x100'. Below the billboard, the homepage content is organized into several sections: 'Dzisiaj' with weather and local news for Kraków; 'Wiadomości' with a main article about a politician and a list of other news items; 'Sport' with a headline about a football player; and 'Polecamy' with a row of small image thumbnails.

2. Navibox zumi:

Navibox to graficzna dynamiczna reklama umieszczana na stronie głównej serwisu Zumi, a także na mapie w warstwach: Firmy, Trasy, Komunikacja.

Umieszczenie reklamy na głównej stronie serwisu ZUMI gwarantuje reklamodawcy znakomitą ekspozycję komunikatu reklamowego, a tym samym zwiększenie jego siły oddziaływania i skuteczności. Oferowany format pozwala na zastosowanie różnorodnych interaktywnych form kreacji – od prostej grafiki po reklamę w postaci animacji flash. Parametry i lokalizacja navibox’u na stronie sprawiają, że jest to forma nieinwazyjna – harmonijnie wkomponowana w treść strony, jednocześnie nie mogąca pozostać niezauważoną. Forma idealna w kampaniach służących budowaniu wizerunku marki oraz w kampaniach zasięgowych.

- Rozmiar maksymalny:300x250 px
- Waga:40 kB
- Format:swf, jpg, png, gif



3. Boks śródtekstowy:

Format reklamowy emitowany centralnie, wewnątrz treści emitowanych na stronie, najczęściej między kolejnymi akapitami artykułu. Miejsce emisji, kształt oraz powierzchnia boksu śródtekstowego sprawia, że jest to zauważalna i skuteczna forma reklamy. Boks śródtekstowy jest emitowany tylko i wyłącznie na stronach z detalem artykułu.

- Rozmiar maksymalny:300x250 px
- Waga:40 kB
- Format:swf, jpg, png, gif

Facet > Kolarstwo

23 maja, 11:25

Szukaj w serwisie

Przygotuj się na swój pierwszy maraton kolarski



REDAKCJA POLECA

Ile biorą gwiazdy za rozbiierane sesje?

TWOI ZNAJOMI

Chcesz wiedzieć co ich interesuje na Onecie? Zobacz jak to działa

POPULARNE W ONECIE

O nich będą walczyć: polskie kluby? Lista piłkarzy do wzięcia

Sławomir Peszko: na kadre przyjadę choćby taksówką

"Na Wspólnej": Paweł odkrywa prawdę. Czy zostawi Martę?

Jestem małym, upartym osiołkiem

Kora nie była na pogrzebie Marka Jackowskiego

Sprzedaż nieruchomości, czyż pułapka na wdowcy i wdowców

Lega Warszawa przymierza się do poważnych wzmocnień

Billboard Music Awards 2013 [zdjęcia]

POLECAMY

- Seks po polsku Historie z życia wzięte
- Biegnij po formę
- Kaloryfer w 6 tygodni

Dzięki właściwemu treningowi i mądrym odżywianiu możesz zmienić maraton kolarski z morderczego wysiłku w przyjemny sprawdzian swojej kondycji. Oto pięć wskazówek, jak zmaksymalizować swój potencjał i zminimalizować trud wyścigu.

Uniknij syndromu „zabójczych treningów”

Nieustannie starasz się pobić swój najlepszy czas? Zawsze jedziesz z innymi w czołówce pelotonu? Cały czas dążysz do utrzymania średniej prędkości około 30-32 km na godzinę? Jeśli odpowiedź na te pytania brzmi „tak”, musisz przestawić się na inny tor myślenia i skoncentrować na zasadniczej kwestii w trakcie przygotowań do maratonu kolarskiego: regularnym treningu prowadzonym w umiarkowanym tempie.

Zbyt wyęczone sesje treningowe bez zaplanowania dni na odpoczynek nie pozwolą



FACET

- Warto wiedzieć
- Męska rzecz
- Forma
- Dieta
- Seks
- Gadżety
- Erotyka
- Styl

4. Mailing:

List poczty elektronicznej w formie pliku tekstowego (.txt) lub html wysłany do użytkowników darmowych kont pocztowych OnetPoczty.

Reklamodawca ma możliwość wybrania grupy osób, do których chce skierować przekaz reklamowy – na podstawie kryteriów takich jak wiek, płeć, zawód, miejsce zamieszkania, wykształcenie, branża i zainteresowania. Mailing musi być kierowany do konkretnej grupy użytkowników wybranej wg kryteriów geograficznych i demograficznych podanych w tabeli „Kryteria targetowania” .

W przypadku wyboru kilku kategorii dopłaty naliczane są kolejno; w razie wyboru kilku kryteriów z tej samej kategorii stosuje się najwyższą dopłatę spośród wybranych kryteriów. W wypadku wyboru kilku kryteriów z tej samej kategorii, o tej samej wysokości dopłat, dopłatę nalicza się tylko raz.

Do obliczenia objętości mailingu, według której naliczana jest cena, brane są pod uwagę wszystkie elementy składające się na treść mailingu.

Listy rozsyłane przez Onet.pl opatrzone są specjalną stopką wraz z odnośnikiem pozwalającym na weryfikację autentyczności. W ten sposób odbiorcy mogą odróżnić je od przesyłanej do nich, niezgodnie z ich wolą, innej korespondencji (tzw. SPAM). Wszyscy użytkownicy systemu darmowej poczty Onet.pl wyrazili zgodę na otrzymywanie korespondencji rozsyłanej za pośrednictwem Onet.pl. Reklamodawca ma do dyspozycji statystyki on-line dotyczące liczby wysłanych i pobranych maili, otwarć oraz liczby kliknięć w poszczególne linki.

Standardowo mailing reklamowy aktywny jest przez 14 dni od daty wysyłki. Możliwe są także inne okresy aktywności od 7 do 30 dni.