

# Specyfikacja techniczna

## Reklama prasowa | Dziennik Gazeta Prawna

### SZCZEGÓŁY

Gotową reklamę prosimy zamieścić na serwerze FTP  
<ftp://mpftp.mediaplanet.com>  
Username: plupload  
Password: upload

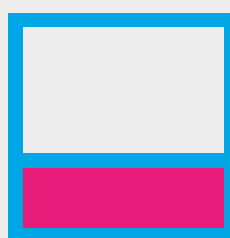


### Wymagania techniczne

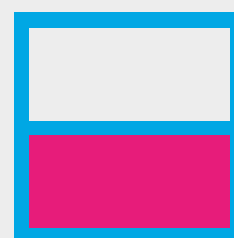
- akceptowane formaty plików:** PDF, EPS, JPG lub TIFF.
- pliki PDF** muszą być zapisane w postaci kompozytowej
- maksymalny stopień krycia** – suma farb (total ink) nie może przekraczać 240%!
- pliki muszą posiadać format netto bez spadów i bez paserów** i muszą być dokładnie formatu zamówionej reklamy
- prace muszą być przygotowane w CMYK** (wszystkie kolory SPOT należy rozbarwić do CMYK), kolory RGB również zamienić na CMYK
- kolor biały nie może być kolorem dodatkowym (SPOT)** i zawierać atrybutu nadruku
- pliki nie mogą zawierać profili ICC** (zawarte profile są pomijane w procesie produkcji) ani być tworzone z użyciem OPI
- apli czarnej nie należy tworzyć tylko z jednego koloru**, sugerowane dodawanie 30 % koloru niebieskiego
- zdjęcia muszą posiadać rozdzielczość minimum 250 dpi**
- minimalny stopień pisma:**
  - składającego się z jednego koloru = na białym tle – 9 pt
  - składającego się z dwóch kolorów na białym tle – 11 pt  
Należy unikać stosowania napisów składających się z więcej niż z 2 kolorów!
  - teksty pisane na podlegkach lub zdjęciach – 11 pt
  - teksty w kontrze - 11 pt tylko w odmianach pogrubionych
- minimalna grubość linii:**
  - składającej się z jednego koloru – 0,4 pt
  - składającej się z dwóch kolorów lub w kontrze - 1,5 pt, należy unikać stosowania linii składających się z więcej niż z 2 kolorów
- Wszystkie czcionki prosimy zamienić na krzywe!**



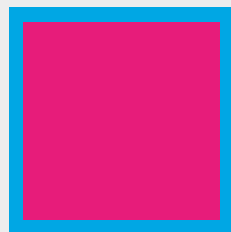
**BANNER**  
245×42 mm



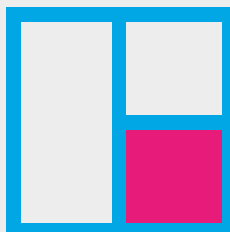
**1/3 STRONY**  
245×100 mm



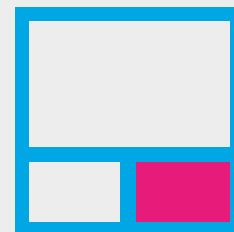
**1/2 STRONY**  
245×175 mm



**FULL PAGE**  
245×370 mm



**1/4 STRONY**  
120×175 mm



**1/6 STRONY**  
120×100 mm

**WAŻNE:** Wszystkie wartości przedstawione są szerokość x wysokość w mm.

### Tworzenie kreacji reklamowej

Mamy możliwość stworzenia powierzchni reklamowej dla klienta na podstawie plików otwartych i określonych wytycznych.

# Specyfikacja techniczna

## Reklamy digital

### SZCZEGÓŁY

Gotowe reklamy prosimy dostarczyć na adres:  
[karolina.kukielka@mediaplanet.com](mailto:karolina.kukielka@mediaplanet.com)



### Emisja reklam

#### KODY DO POWIERZCHNI

- Możemy do każdej powierzchni podpiąć standardowy kod DoubleClick.

### Specyfikacja plików

#### STATYCZNE

- Formaty plików: jpg/png/gif.
- Maksymalna waga plików: 200KB.

#### RUCHOME

- Format plików: gif.
- Maksymalna waga plików: 200KB.

#### HTML5

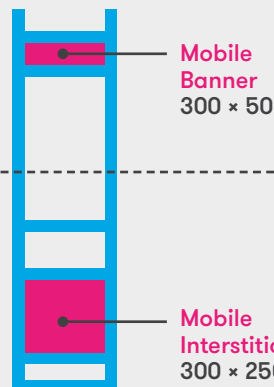
- Format plików: xlsx.
- Maksymalna waga: 200KB.

#### REKLAMA TEKSTOWA

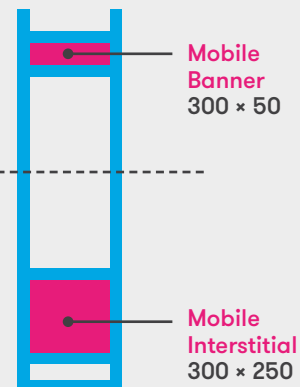
- Prosimy o dostarczenie tekstu z bezpośrednim odniesieniem URL (hiperlink).
- Format pliku: txt (może zostać przesłany w formacie MS Word).
- Maksymalna wielkość: 140 znaków ze spacjami.

### Mobile Ad Units

#### ARTICLE PAGE



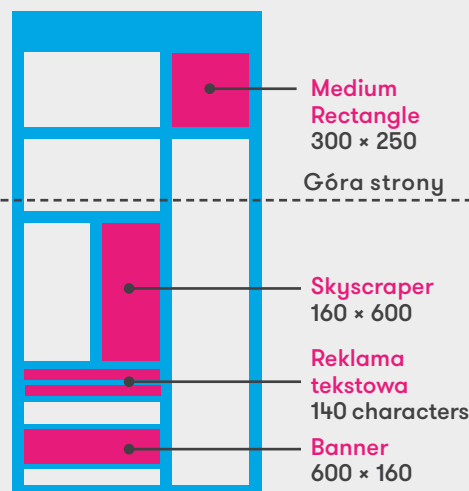
#### HOME PAGE



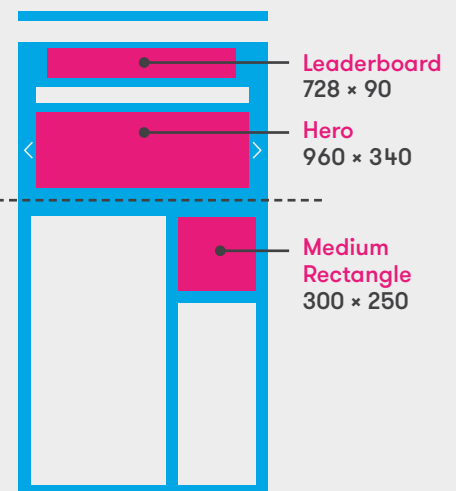
Góra strony

### Desktop Ad Units

#### ARTICLE PAGE



#### HOME PAGE



Góra strony

**WAŻNE:** Wszystkie wymiary zostały podane jako szerokość x wysokość w pikselach.

### Tworzenie kreacji reklamowej

Mamy możliwość stworzenia powierzchni reklamowej dla klienta na podstawie plików otwartych i określonych wytycznych.

# Specyfikacja techniczna

## Partnerstwo wydania



### JAK WYGLĄDA PROCES PRZYGOTOWANIA?

- Opracowanie koncepcji z Project Managerem i teamem produkcyjnym.
- Logotyp w wysokiej rozdzielczości – minimum 300 dpi.
- Zdjęcie eksperta i/lub inne zdjęcia obrazujące materiał, w wysokiej rozdzielczości – minimum 300 dpi.
- Pełny podpis eksperta (imię, nazwisko oraz szczegóły na temat pełnionej funkcji).

### CO ZAPEWNIĄ MEDIAPLANET?

- Stworzenie materiału pod kątem merytorycznym i wizualnym na podstawie briefu ustalonego z klientem i po akceptacji koncepcji przez klienta.
- Wysłanie gotowego layoutu z wlanym tekstem do klienta w celu akceptacji (wszystkie elementy będą miały nasz odredakcyjny charakter).

### KTO JEST WŁAŚCICIELEM MATERIAŁU?

- Po uzgodnieniu wszystkich warunków, klient staje się właścicielem materiału.
- Klient może ponownie używać materiału w różnych kanałach komunikacji. Materiał powinien być wówczas oznaczony adnotacją: Przygotowane przez Mediaplanet oraz imieniem i nazwiskiem dziennikarza, który odpowiadał za stworzenie treści.

### DOSTARCZENIE MATERIAŁÓW

Materiały proszę przesać na adres:

[karolina.kukielka@mediaplanet.com](mailto:karolina.kukielka@mediaplanet.com)

# Specyfikacja techniczna

## Infografiki



### JAK WYGLĄDA PROCES PRZYGOTOWANIA?

- Opracowanie koncepcji z Project Managerem i teamem produkcyjnym.
- Logotyp w wysokiej rozdzielczości – minimum 300 dpi.
- Zdjęcie eksperta i/lub inne zdjęcia obrazujące materiał, w wysokiej rozdzielczości – minimum 300 dpi.
- Pełny podpis eksperta (imię, nazwisko oraz szczegóły na temat pełnionej funkcji).

### CO ZAPEWNIAMEDIAPLANET?

- Stworzenie materiału pod kątem merytorycznym i wizualnym na podstawie briefu ustalonego z klientem i po akceptacji koncepcji przez klienta.
- Wysłanie gotowego layoutu z wlanym tekstem do klienta w celu akceptacji (wszystkie elementy będą miały nasz odredakcyjny charakter).

### KTO JEST WŁAŚCICIELEM MATERIAŁU?

- Po uzgodnieniu wszystkich warunków, klient staje się właścicielem materiału.
- Klient może ponownie używać materiału w różnych kanałach komunikacji. Materiał powinien być wówczas oznaczony adnotacją: Przygotowane przez Mediaplanet oraz imieniem i nazwiskiem dziennikarza, który odpowiadał za stworzenie treści.

### DOSTARCZENIE MATERIAŁÓW

Materiały proszę przesać na adres:

[karolina.kukielka@mediaplanet.com](mailto:karolina.kukielka@mediaplanet.com)

# Specyfikacja techniczna

## Video



### JAK WYGLĄDA PROCES PRZYGOTOWANIA?

- Opracowanie koncepcji i scenariusza z Project Managerem oraz teamem produkcyjnym.
- Logotyp w wysokiej rozdzielczości – minimum 300 dpi.
- Zdjęcie eksperta i/lub inne zdjęcia obrazujące materiał, w wysokiej rozdzielczości – minimum 300 dpi.
- Pełny podpis eksperta (imię, nazwisko oraz szczegóły na temat pełnionej funkcji).

### CO ZAPEWNIAMEDIAPLANET?

- Stworzenie materiału pod kątem merytorycznym i wizualnym na podstawie briefu ustalonego z klientem i po akceptacji koncepcji przez klienta.
- Wystanie gotowego layoutu z wlanym tekstem do klienta w celu akceptacji (wszystkie elementy będą miały nasz odredakcyjny charakter).

### KTO JEST WŁAŚCICIELEM MATERIAŁU?

- Po uzgodnieniu wszystkich warunków, klient staje się właścicielem materiału.
- Klient może ponownie używać materiału w różnych kanałach komunikacji. Materiał powinien być wówczas oznaczony adnotacją: Przygotowane przez Mediaplanet oraz imieniem i nazwiskiem dziennikarza, który odpowiadał za stworzenie treści.

### DOSTARCZENIE MATERIAŁÓW

Materiały proszę przesać na adres:

[karolina.kukielka@mediaplanet.com](mailto:karolina.kukielka@mediaplanet.com)

# Specyfikacja techniczna

## Widget sponsorowany



### JAK WYGLĄDA PROCES PRZYGOTOWANIA?

#### RAMKA PR/PRODUKTOWA

- Opracowanie koncepcji z Project Managerem i teamem produkcyjnym.
- Jedno zdjęcie (opcjonalnie).
- Jeden link zewnętrzny.
- Zdjęcie przedstawiciela merytorycznego i dokładny podpis eksperta.

#### POZYSKIWANIE LEADÓW

- Wspólnie z klientem określamy potrzeby związane z określonymi informacjami, które powinny znaleźć się w formularzu.
- By formularz był odpowiednio rozbudowany i wykonany zgodnie z layoutem klienta prosimy o dostarczenie gotowego kodu iframe.

#### ANKIETA

- Ustalamy wspólnie z klientem specyfikację widgetu oraz określonych odbiorców, na których chcemy się skoncentrować.
- Jedno zdjęcie (opcjonalnie).
- Jeden link zewnętrzny (opcjonalnie).

### CO ZAPEWNIAMEDIAPLANET?

- Mediaplanet stworzy widget zgodny z informacjami oraz briefem klienta.
- Po stworzeniu, widget zostanie wysłany do akceptacji klienta.
- Po zakończonej kampanii przedstawimy klientowi raport z powadzonych działań.
- Po zakończonej kampanii widget zostanie usunięty ze strony.

### DOSTARCZENIE MATERIAŁÓW

Materiały proszę przesać na adres:

[karolina.kukielka@mediaplanet.com](mailto:karolina.kukielka@mediaplanet.com)

# Specyfikacja techniczna

## Promocja social media



### TWITTER CHAT

#### JAK WYGLĄDA PROCES PRZYGOTOWANIA?

- Ustalenie dokładnej daty i czasu trwania chatu.
- Przygotowanie i akceptacja skryptu.
- Jeżeli to klient będzie odpowiedzialny za zadawanie pytań, powinien je dostarczyć do nas wcześniej.
- Klient dostarcza logotyp w wysokiej rozdzielczości (minimum 300 dpi) do materiałów promocyjnych.

#### JAK MEDIAPLANET ORGANIZUJE CHAT?

- Organizacja influencerów i współgości chatu.
- Tworzenie skryptu uwzględniającego scenariusz minuta po minucie.
- Kreacja wszystkich materiałów promocyjnych.
- Zaproszenie wszystkich ekspertów obecnych w wydaniu do chatu.

#### KTO JEST WŁAŚCICIELEM TREŚCI?

- Tuż po zakończeniu chatu, Mediaplanet, klient oraz eksperci mają możliwość wykorzystywania treści chatu do podzielenia się jego wynikami ze swoimi odbiorcami.

### KONKURS

#### JAK WYGLĄDA PROCES PRZYGOTOWANIA?

- Wysokiej rozdzielczości zdjęcie produktu, który będzie do wygrania w konkursie (minimum 300 dpi).
- Opis produktu.
- Wartość cenowa produktu.
- Ustalenie, kto wyłania zwycięzcę oraz kto odpowiada za wysłanie nagrody do wyłonionej w konkursie osoby/osób.
- Współpraca z Mediaplanet w zakresie koncepcji konkursu.

#### CO ZAPEWNIĄ MEDIAPLANET

- Mediaplanet zajmuje się koordynacją procesu od początku do zakończenia konkursu.
- Mediaplanet tworzy oprawę wizualną konkursu.
- Mediaplanet, w zależności od platformy (prasa/internet, prasa i internet) odpowiada za publikację konkursu.
- Mediaplanet promuje konkurs w kanałach social media.
- Mediaplanet zdejmuje konkurs z platform internetowych po jego zakończeniu.

### SAMPLING

#### JAK WYGLĄDA PROCES PRZYGOTOWANIA?

- Wysokiej rozdzielczości zdjęcie produktu, który klient będzie rozdawał (minimum 300 dpi).
- Opis produktu.
- Wartość cenowa produktu.
- Ustalenie, kto wyłania osoby otrzymujące produkt oraz kto odpowiada za wysłanie produktu do wyłonionej w konkursie osoby/osób.
- Współpraca z Mediaplanet w zakresie koncepcji samplingu.

#### CO ZAPEWNIĄ MEDIAPLANET

- Mediaplanet zajmuje się koordynacją procesu od początku do zakończenia samplingu.
- Mediaplanet tworzy oprawę wizualną konkursu.
- Mediaplanet, w zależności od platformy (prasa/internet, prasa i internet) odpowiada za publikację samplingu.
- Mediaplanet promuje samplling w kanałach social media.
- Mediaplanet zdejmuje samplling z platform internetowych po jego zakończeniu.
- Mediaplanet wysyła do klienta wszystkie dane dotyczące osób, które zgłosiły się do samplingu.

### DOSTARCZENIE MATERIAŁÓW

Materiały proszę przesać na adres:

[karolina.kukielka@mediaplanet.com](mailto:karolina.kukielka@mediaplanet.com)