

Obecná pravidla pro tvorbu podkladů pro reklamní prostory

Tyto pravidla mají sloužit jako vodítko při výrobě reklamy a jejich dodržení je základním předpokladem ke schválení a bezproblémovému a rychlému nasazení reklamních formátů. Případné výjimky musí být vždy řešeny individuálně. Při řešení speciálních reklam je nutná spolupráce s odborníky portálu Svatba.cz (kontakt poskytne obchodník, který reklamu vyřizuje). Není-li uvedeno jinak, následující pravidla platí pro všechny typy reklamních formátů. Nesplnění pravidel může vést k opožděnému nasazení reklamy do doby opětovného dodání korektních podkladů a to bez finanční či jakékoliv jiné náhrady. Odborníci portálu Svatba.cz jsou bezplatně připraveni ke konzultaci vzhledu a obsahu reklamy tak, aby byla v podmínkách portálu co nejefektivnější.

Pravidla

1. Reklama by měla co nejvíce odpovídat filozofii, záměrům a grafické úrovni portálu Svatba.cz
2. Bannery ve formátu obrázku přijímáme pouze v JPG, PNG nebo GIF (není-li uvedeno jinak) a musí být vytvořeny v barevném prostoru RGB (nikoli CMYK) v rozlišení 72 dpi.
3. U bannerů není povolena animace, pokud není uvedeno jinak.
4. Reklama nesmí obsahovat zvuky, výjimkou je pouze videobanner.
5. Reklama nesmí překročit povolené datové limity.
6. Reklama musí mít správné rozměry na požadovanou pozici.
7. Reklama se nesmí zakládat na klamavém tvrzení a nesmí zobrazovat takové grafické či textové prvky, které by mohly uživatele uvést v omyl (tzv. trikové bannery).
8. Reklama nesmí obsahovat vulgarismy či jiné neetické prvky, erotický, rasový či jiný podtext, který je věkově omezený.
9. Reklama nesmí být příliš agresivní, ve smyslu chvění a blikání – za agresivní banner je považována kreativa, která ve velmi krátkém časovém intervalu (kratším než 1 vteřina) výrazně mění barvy, nadpisy či jiné významné grafické prvky, které mohou uživatele vyrušovat při práci se stránkou.
10. Reklama nesmí obsahovat ovládací prvky operačních systémů a nesmí vypadat jako systémové hlášky.
11. Reklama nesmí jakkoliv napodobovat strukturu obsahu portálu. To znamená, že banner nesmí napodobovat upoutávku na článek – tedy obsahovat titulek (nadpis), perex a fotografii v takovém formátu a s takovým textem, že to může uživatel zaměňovat s redakčním obsahem, nebo s upoutávkou na redakční obsah.
12. Veškeré interaktivní funkce banneru se mohou spouštět po setrvání kurzoru na banneru min. 1 sekundu.
13. Cílová URL a její obsah musí splňovat následující pravidla:
 - Musí být funkční a v souladu s českými zákony a ústavou ČR.
 - Obsah cílové stránky nesmí být v rozporu s dobrými mravy nebo jiným způsobem podvodný a nemorální.
 - Zobrazení obsahu cílové stránky na sociální síti Facebook, YouTube atp., musí být veřejně dostupné a nesmí být podmíněno registrací nebo přihlášením.
 - Cílová URL musí vždy vést na www stránku, tzn., nesmí vést na dokumenty (PDF, Word, Excel), videa, atp.
 - Maximální délka URL je 512 znaků.
 - URL nesmí obsahovat diakritiku.
 - Pokud má cílová URL obsahovat měřicí parametry - např. utm_proměnné Google Analytics - musí být tyto doplněny přímo do URL jako kompletní řetězec.

14. PR článek, komerční sdělení nebo jiný textový obsah musí splňovat následující pravidla:

- Dodání podkladů minimálně 5 pracovních dnů před plánovanou publikací.
- Článek totiž musí posoudit redakce (případně i produktový manažer dané služby) a v případě výhrad k obsahu nebo k formě článku musí být prostor na řešení. Při nedodržení doporučené lhůty nelze garantovat včasné vypublicování článku.
- Článek může být pouze prostý text, nelze zde použít žádné HTML formátování.
- Text nesmí obsahovat velká písmena, vyjma názvů produktů, společností a ustálených slovních spojení (např.: LEGO, IBM, USA, NASA, atp.).
- Text musí být psán v souladu s platnými pravidly českého pravopisu.
- Článek nesmí obsahovat zavádějící titulky (např. „Celebrita XYZ mi darem zachránila život“ apod.).
- V textu je nutné dbát na interpunkci (mezera za čárkou, tečkou, vykřičníkem, apod.) a dodržovat [typografická pravidla](#).
- Celý text článku nemůže být zvýrazněný tučně nebo kurzívou (takto zvýraznit lze pouze důležitá slova či věty).
- Nadpis ani úvod textu článku nemůže být zvýrazněn tučně nebo kurzívou.
- V nadpisu článku může být maximálně jeden vykřičník.
- Hlavní obrázek článku nesmí obsahovat nepřírozené množství textů a reklamních sloganů.
- Pokud bude článek obsahovat fiktivní/smyslený příběh, bude na konec takového článku přidáno upozornění: Tento článek nebyl vytvořen redakcí. Jde o komerční článek propagující reálné produkty nebo služby. Příběh v tomto komerčním článku může být fiktivní (smyslený).
- Článek není možné po publikaci obsahově měnit.
- Redakce akceptuje celkově maximálně 3 drobné úpravy textu (např. doplnění věty, výměna fotografie, úprava titulku apod.).
- PR článek musí tematicky odpovídat zvolené rubrice.
- Finální podobu textu odsouhlasí před nasazením zákazník.
- Titulek článku ani perex nesmí obsahovat URL adresy, adresy pro počítání statistik ani obrázky.
- Po perexu nemůže následovat mezititulek (samotný text tedy nemůže začínat mezititulkem).
- V titulku není povoleno používání klasických zkratk. Například: atd. (a tak dále), apod. (a podobně), aj. (a jiné), h (hodina) a tis. (tisíc). Výjimkou jsou běžné používané zkratky pro státy, politické strany, organizace či jiné (v tisku) běžně používané zkratky (USA, ČSSD, NASA, AIDS, GSM apod.).
- V titulku se může objevit název firmy či produktu.
- V titulku není povolena nadměrná interpunkce, například smajlíky nebo tři tečky, dále také nestandardní znaky jako třeba ©, ®, †, ™ apod., více vykřičníků.
- Název společnosti zákazníka, produktu, eshopu apod. se zobrazuje vždy bez případného claimu.
- Hlavní obrázek je součástí článku, není proklikávací a musí být ilustrační k tématu článku (ne bannerový vizuál).
- Pozici každé doplňující fotky klient vyznačí v dodaném návrhu textu a ke každé fotce dodá popisek včetně zdroje. Maximální délka popisku je 125 znaků včetně mezer.
- Místo vložení URL musí být uvedeno v textových podkladech.
- Max. množství URL odkazů je 5 na článek.
- Fotografie se doporučuje dodávat v barevném prostoru RGB a s hustotou 72 dpi. V rozlišení 1200x676 px a více (v poměru stran 16:9) anebo čtvercové 800x800 px a více. V případě náhledu se fotografie ořezávají na čtverec od levého horního rohu.
- Produktová fotografie nesmí obsahovat žádný text.
- Cenu se musí uvádět vždy včetně aktuální sazby DPH.