

Технические требования для FlySmart и FlySmart Multi.

Описание:

В основе FlySmart лежит круглый рекламный формат интерактивного баннера, зафиксированного на экране поверх всех элементов сайта.

Данный формат имеет превосходную вариацию FlySmart Multi, которая позволяет показывать 2 или 3 дополнительных сообщения по наведению на основную часть формата - Fly.

Технические требования FlySmart:

1. Для подготовки РМ используются картинки 300x300;
2. Основной контент должен быть в области 230x230 (края картинок будут резаться);
3. Текст на картинках – опционален, добавляется графически на сами картинки рекламодателем;
4. Вес картинок до 300 кб, формат JPEG, PNG;
5. Есть возможность поставить видео без звука как один из слайдов, соотношение сторон 1:1, хронометраж до 15 секунд, вес до 2.8 Мб;
6. Материалы необходимо присылать в архиве с пронумерованными фотографиями, а также текст дополнительный в Word, Excel файлы с нумерацией соответствующей картинкам.

Технические требования FlySmart Multi:

7. В данной вариации возможны выход на 2 или 3 FlyOptions;
8. При подготовке картинок необходимо указать, какие из картинок является FlyOptions в порядке, 1,2,3, начиная сверху;
9. FlyOptions при наведении могут обводиться.

Демонстрационный пример MultiFly 3 Options:

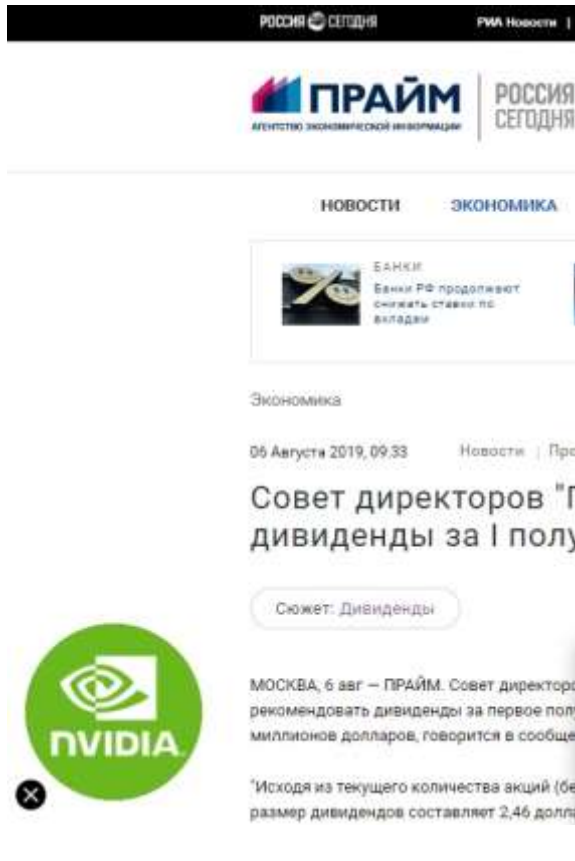
https://demo.inpool.ru/content/sites/storage/1prime.ru/index.html?multifly_helzy_example

Пример с видео

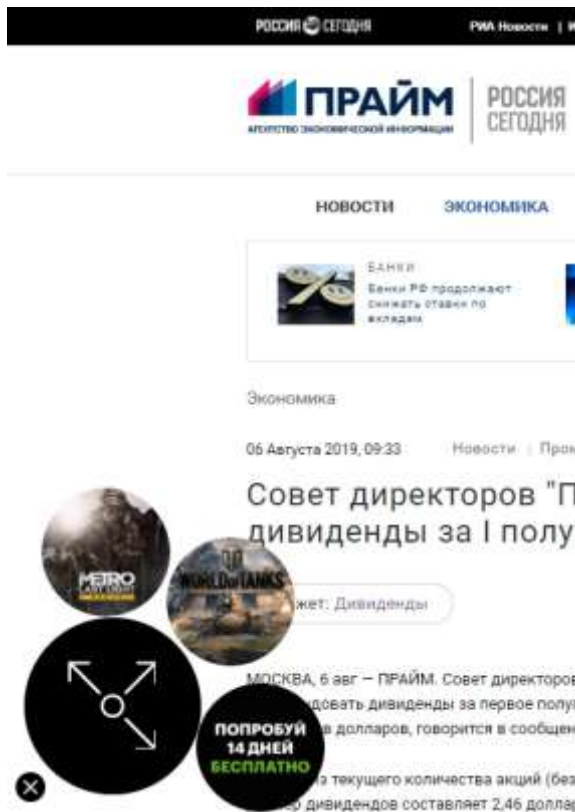
https://demo.inpool.ru/content/sites/storage/1prime.ru/index.html?multifly_nvidia1

Примеры см. на след. странице.

Визуальные примеры:

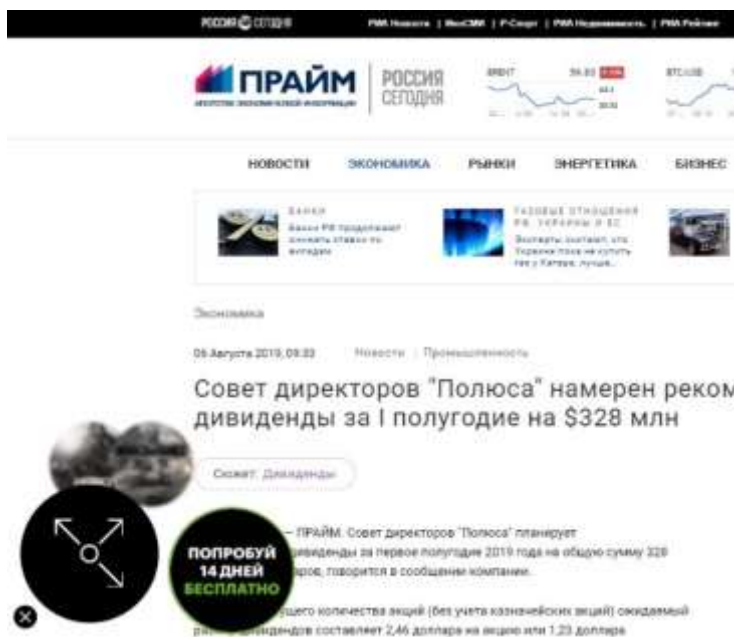


FlySmart



наведении

FlySmart Multi 3 Options, при



FlySmart Multi 3 Options, при наведении на один из слайдов

Оптимально креативной составляющей механики формата FlySmart / FlySmart Multi:

Состоит из нескольких слайдов, повествующих месседж клиента (оптимально 3-5 слайдов + 3 возможные опции в Multi).

В классическом понимании это представляет из себя следующие коммуникационные этапы:

1. Тизер

- *Задача:* Обозначение интереса/проблемы, актуализация потребности.

2. Вовлечение

- *Задача:* Углубление в детали области интереса / потребности / «боли» потребителя.

3. Решение

- *Задача:* Частичное облегчение + стимулирование желания «узнать больше».

4. Дополнительный стимул

- *Задача:* доп. мотивация на изучение предмета рекламы.

