

facebook

HIRDETÉSEK

HIRDETÉSI FELÜLETEK TECHNIKAI SPECIFIKÁCIÓJA

Frissítés időpontja: 17.05.2011



Tartalom

| | |
|---|----|
| Social ads (közösségi hirdetések) | 3 |
| Standard hirdetések specifikációja | 4 |
| Engagement Ads (közösségi hirdetések) | 5 |
| Kommentálható videó közösségi hirdetés (Video Comment Engagement Ad)..... | 6 |
| Videonézegetés és kommentálás – hogyan működik? | 6 |
| Video Comment Engagement Ad - specifikációk | 7 |
| Esemény közösségi hirdetés | 8 |
| RSVP és kommentálás – hogyan működik? | 8 |
| Event Engagement Ad - specifikáció | 9 |
| Like közösségi hirdetés (Like Engagement Ad) | 10 |
| Beágyazott lájkolás – hogyan működik? | 10 |
| Like közösségi hirdetések specifikáció | 11 |
| Reach Block..... | 12 |
| Reach Block - hogyan működik:..... | 12 |
| Szavazás közösségi hirdetés (Poll Engagement Ad) | 13 |
| Szavazzunk és nézzük meg mások hogyan szavaztak – hogyan működik? | 13 |
| Szavazás közösségi hirdetés specifikációk | 14 |
| Videóformátum specifikációja | 15 |
| Sponsored Stories specifikáció | 16 |
| Facebook hirdetési irányelvek | 18 |
| Szövegezési és formai követelmények | 18 |

Social ads (közösségi hirdetések)

A Facebook Social Ad (közösségi hirdetések) a belépett kezdőoldalt kivéve minden Facebook oldalon megjelennek.

A Facebook "Social Ads for Pages" és a "Social Ads for Events" megjelenések közvetlenül a rajongói oldalt vagy a hirdetéshez kapcsolódó eseményt promótálják, anélkül, hogy a felhasználó elhagyná az adott Facebook oldalt. A hirdetés klikkelésével a felhasználó ismerőseinek is megjelenik a hirdetés linkje.



A Social Ad elindításához az alábbi elemeket kell átadni:

- cím
- kenyérszöveg
- kép
- link

Cím: maximum 25 karakter

Kenyérszöveg: maximum 135 karakter

Kép: 110x80 pixel, 4K méret, .jpg vagy .gif (videóhoz külön nézőképet is kell biztosítani)

Link: a cím és a kép linkje

Fontos tudnivalók:

- nem szerepelhet a linkben 3rd party click tracking
- a szöveg nem tartalmazhat 2 egybetűs szót soronként
- a szöveg nem tartalmazhat 20 karakternél hosszabb szót
- a hirdetés mellé biztosítani kell a szövegek angol fordítását is

Riportált adatok:

Megjelenésszám (impressions), átkattintások (CT)

Demográfiai riport a kampány lefutását követően.

Standard hirdetések specifikációja

A Facebook Standard Ad (standard hirdetések) a belépett kezdőoldalon jelennek meg. Nem tartozik hozzájuk akciógomb, nem generálnak felhasználói aktivitást, ahogyan az Engagement Ad típusú hirdetések.

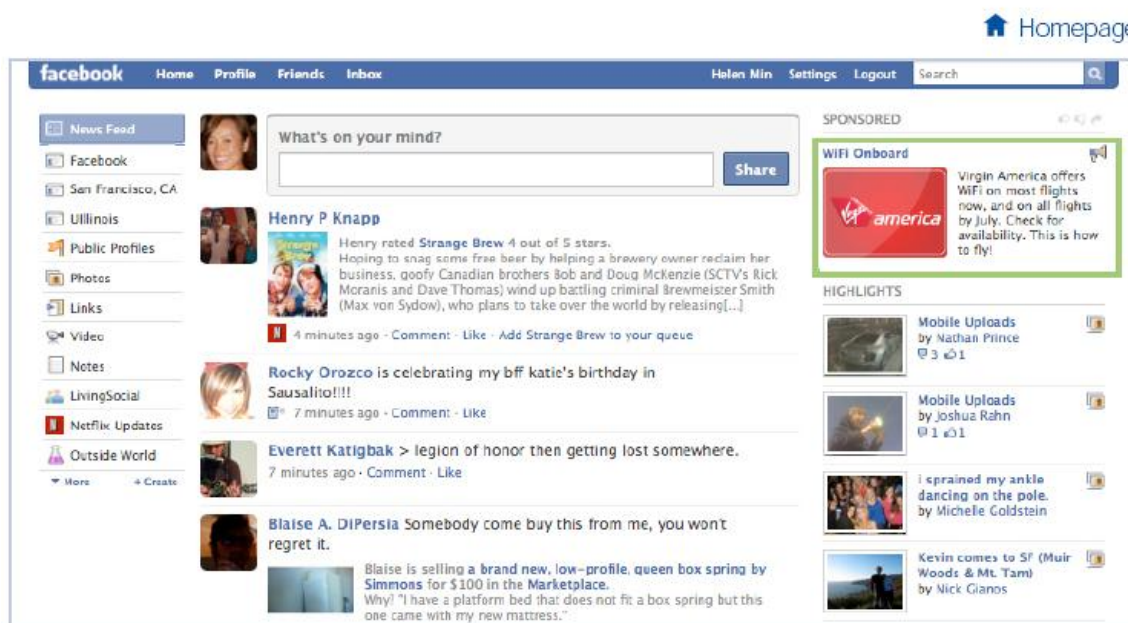


Image Ad Unit (képes hirdetési egység)

Teljes méret: 240 pixel széles (változó magasság)

Kép + Video Ad Unit (videós hirdetési egység)

Teljes méret: 240 pixel széles (változó magasság)

- a hirdetési egység magassága kinyitható
- teljes képernyős funkcionalitás

Specifikáció

Szöveg: Cím – maximum 25 karakter hosszúságú

Kenyérszöveg: maximum 135 karakter hosszúságú

Kép: 110x80 pixel, 4K-s méret, .jpg vagy .gif (a videókhoz külön nézőképet kell leadni)


Link: a cím és a kép URL-je

Oldal: a hirdetőnek rendelkeznie kell élő weboldallal, ami a hirdetés videóját szolgálja ki (videós hirdetés esetén)

A videohirdetéseknél kérjük vegyék figyelembe a videós hirdetések iránymutatásait. A hirdetés mellé biztosítani kell a szövegek és a videók tartalmainak angol fordítását is

Engagement Ads (közösségi hirdetések)

A közösségi hirdetések a Facebook belépett kezdőoldalán jelennek meg, első képernyőben, az oldal megjelenéséhez illeszkedve. A hirdetések elhelyezése a jobb hasábjában történik és kattintásra közösségi folyamatot indítanak. A hirdetések révén a hirdetőik brandje kapcsolódni fog a felhasználók Facebook profiljához.

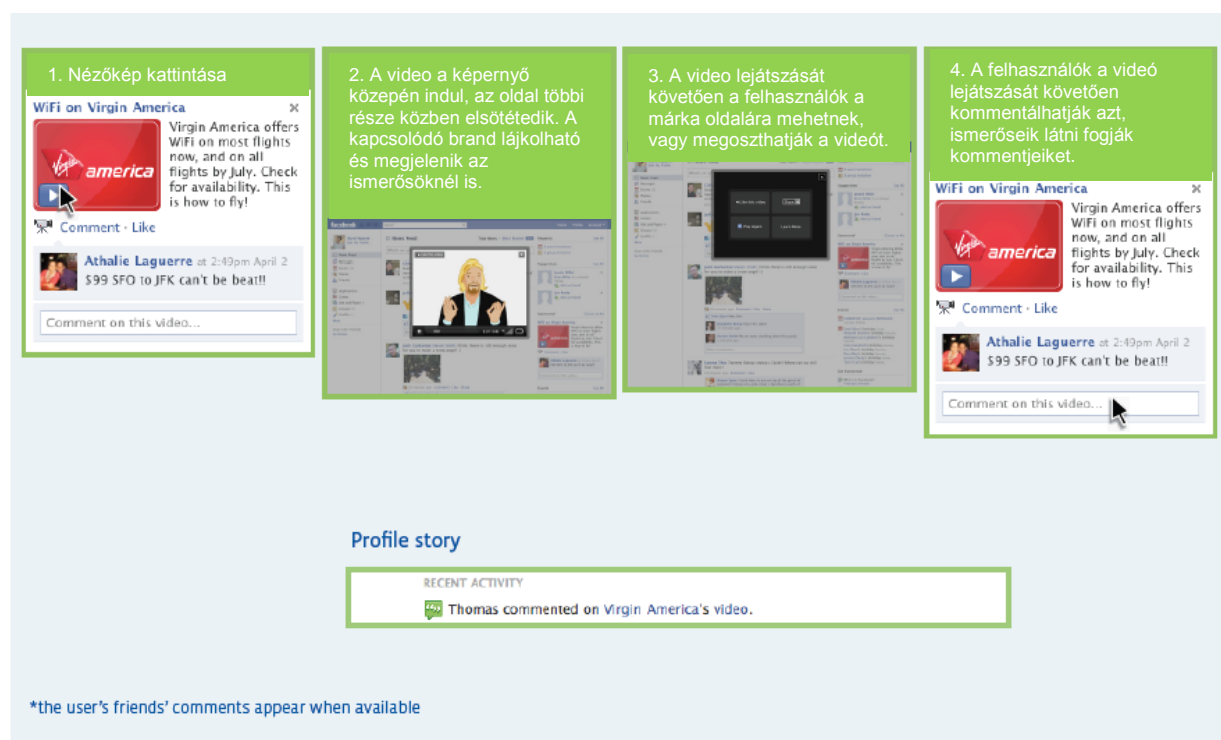


The screenshot displays the Facebook News Feed interface. At the top, there is a navigation bar with 'facebook' logo, 'Home', 'Profile', 'Friends', 'Inbox', and user information 'Adam Mosseri', 'Settings', 'Logout', and a search bar. Below the navigation bar, the left sidebar contains navigation options: 'News Feed', 'Design', 'Close Friends', 'Photo Stories', 'Links', 'Events', and 'More'. The main content area shows a series of posts. The first post is a text input field with the placeholder 'What's on your mind?' and a 'Share' button. Subsequent posts include: Eugene Leruchy's post about work, Kyle DeLong's post about roosters, Daniela Perdomo's post about a doughnut, Olatolwa 'Ola' Okelela's post about media, Eddie Suh's post about Mammoth, Ezra Callahan's post about packing, Olivia Ma's post about the Washington Post printing plant, Mark S. Gross's post about an experience, Lauren Breckie's post about Lynsey Barkoff, Laurie Young's post about Lynsey Barkoff, and Olivia Ma's post about Little Red Riding Hood. On the right side, there are sections for 'REQUESTS' (3 friend requests, 5 event requests, 17 other requests), 'SUGGESTED CONNECTIONS' (Amy Guilford), and 'SPONSORED' content. The sponsored content includes a 'WIFI Onboard' ad for Virgin America, which is highlighted with a green border, and a 'HIGHLIGHTS' section with various featured posts.

Kommentálható videó közösségi hirdetés (Video Comment Engagement Ad)

Videonézetés és kommentálás – hogyan működik?

A videó kinyílik a nézőképre való kattintáskor. A hirdetési felület lehetőséget biztosít a felhasználónak, hogy kommentálja a látottakat anélkül, hogy elhagyná Facebook kezdőoldalát. Ezentúl az adott márkát lájkolhatja, a videó megszakítása nélkül. A Facebook-kapcsolataink kommentjei láthatók a videó alatt, ezzel növelve az adott hirdetés hitelességét. Saját kommentjeinket publikusak, minden kapcsolatunk láthatja.



1. Nézőkép kattintása

2. A videó a képernyő közepén indul, az oldal többi része közben elsötétedik. A kapcsolódó brand lájkolható és megjelenik az ismerősöknél is.

3. A videó lejátszását követően a felhasználók a márka oldalára mehetnek, vagy megoszthatják a videót.

4. A felhasználók a videó lejátszását követően kommentálhatják azt, ismerőseik látni fogják kommentjeiket.

Profile story

RECENT ACTIVITY

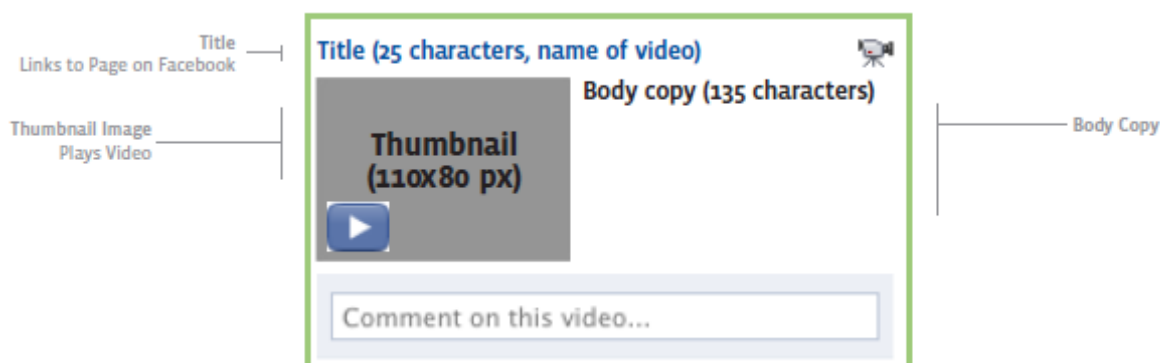
Thomas commented on Virgin America's video.

*the user's friends' comments appear when available

Video Comment Engagement Ad - specifikációk

Szükséges tartalmak

- cím (title)
- kenyérszöveg (Body Copy)
- videó
- nézőkép (thumbnail image)
- Facebook rajongói oldal címe (Page on Facebook)



Kommentálás + videós hirdetési egység

Teljes méret: 240 pixel széles (változó magasság)

- a videó teljes képernyőben is megtekinthető

Specifikációk

Szöveg: Cím – maximum 25 karakter, a video nevének megfelelően

Kenyérszöveg – maximum 135 karakter

Videó nézőkép: 110x80 pixel, 4K méret, .jpg vagy .gif (mindenképpen le kell adni nézőképet)

Link: a címet mindenképpen a Facebook oldal felé kell beállítani

Oldal: a hirdetőnek mindenképpen rendelkeznie kell élő, publikus oldallal mely tartalmazza a videót

A videohirdetéseknél kérjük vegyék figyelembe a videós hirdetések iránymutatásait. A hirdetés mellé biztosítani kell a szövegek és a videók tartalmainak angol fordítását is

Esemény közösségi hirdetés

RSVP és kommentálás – hogyan működik?

A hirdetési felület kinyílik az eseménymeghívás valamely opciójára való kattintásánál. Az eseményen résztvevő ismerősök és az esemény összes résztvevőjének száma egyaránt látható a hirdetésben. Ez növeli a hirdetés hitelességét és a felhasználók várható aktivitását. A mi hirdetési aktivitásunk látható lesz ismerőseink számára. Az eseményen való részvétel bejelölését követően a felhasználónak lehetősége van lájkolni a kapcsolódó márkát.



The image shows a Facebook event page for "WiFi on Virgin America" with three callout boxes highlighting different features:

- 1. Jelentkezési lehetőség eseményre**: Shows the event details and the RSVP options: Yes, Maybe, No. A mouse cursor is hovering over the "Yes" button.
- 2. Ismerősök meghívása és/vagy...**: Shows the "Invite more friends to this event" button and the "Like" button.
- 3. ...saját szöveg csatolása a meghívóhoz**: Shows the "Include a personal message (optional)" text box and the "Send invitations" button.

Below the callout boxes, the event details are visible:

WiFi on Virgin America

Join Virgin America online with guest celebrity for inaugural San Francisco to Orange County flight. This is how to fly! RSVP now.

Date: April 30 at 1:30pm
 Location: At 35,000 ft between San Francisco and Orange County
 Attendees: 290 people
 RSVP: Yes Maybe No

Feed story

Tanja Balde and Libby Leffler are attending WiFi on Virgin America. 39 minutes ago - RSVP to this event

Profile story

RECENT ACTIVITY

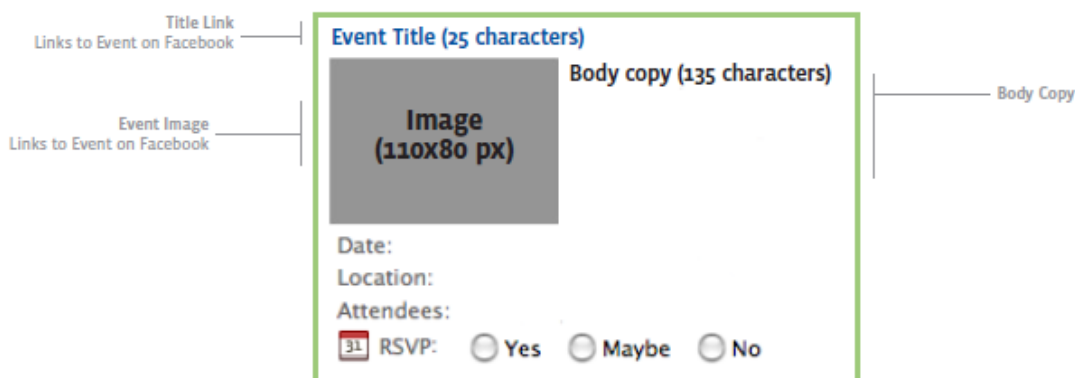
Libby is attending WiFi on Virgin America. Comment Like RSVP to this event

Event Engagement Ad - specifikáció

Szükséges tartalmak

- cím (title)
- kenyérszöveg (Body Copy)
- kép vagy videó (Event Image)
- Facebook oldal
- Facebook esemény (időpont is helyszín)
- nézőkép (thumbnail image)
- Facebook rajongói oldal címe (Page on Facebook)

Esemény közösségi hirdetés technikai specifikáció



Esemény hirdetési egység (Event Ad Unit)

Teljes méret: 240 pixel széles (változó magasság)

Esemény + video hirdetési egység (Event + Video Ad Unit)

Teljes méret: 240 pixel széles (változó magasság)

A hirdetési felület magassága kinyílik amikor a video lejátszódik.
A videó teljes képernyőben is megtekinthető.

Specifikáció

- Text :** Cím – maximum 25 karakter
Kenyérszöveg maximum 135 karakter
- Kép:** 110x80 pixel, 4K méret, .jpg vagy .gif (a videóhoz szükséges leadni nézőképet)
- Link:** A képet és a címet az eseményre kell linkelni
A címnek meg kell felelnie az esemény címének
A nézőképnek az eseménynek kell megfelelnie
A Like gombnak a hirdető Facebook oldalára kell mutatnia
- Esemény:** A hirdető Facebook oldalán kell beállítani a hirdetett eseményt
- Időpont:** Szükséges meghatározni pontos napot, vagy kezdési időpontot
- Helyszín:** Szükséges meghatározni maximum 28 karakterben az esemény helyszínét
- Oldal:** A hirdetőnek rendelkeznie kell élő, publikus Facebook oldallal

Like közösségi hirdetés (Like Engagement Ad)

Beágyazott lájkolás – hogyan működik?

If the user's friends already like the brand, the ad unit provides relevant social context. This endorsement increases both the user's trust in the brand and the likelihood that the user will engage with the ad unit and like the brand themselves.

If none of the user's friends currently like the brand, the ad unit displays the total number of people who like the brand at that time. This number assures the user that they are liking a popular page that is of value to many other Facebook users.

Once the user likes the brand, their friends can also like the brand by clicking Like in stories that appear in their News Feed and on the user's Profile.



Feed story
Mike Fox likes Virgin America. 7 minutes ago · Like

Profile story
Mike likes Virgin America. · Like

Product behavior with social context

A Like hirdetés alapállapotban
This is How to Fly
Everyone deserves to be happy. In-Flight WiFi, movies, music, on-demand food and more. Climb Aboard.
Lauren Smith, Craig Coblenz, and 2 other friends like Virgin America.
Like

Like megjelenése a gomb megnyomását követően
This is How to Fly
Everyone deserves to be happy. In-Flight WiFi, movies, music, on-demand food and more. Climb Aboard.
Lauren Smith, Craig Coblenz, and 2 other friends like Virgin America.
You like Virgin America.

A további ismerősök számát klikkelve látható még mely ismerőseink lájkolták a hirdetést

Product behavior without social context

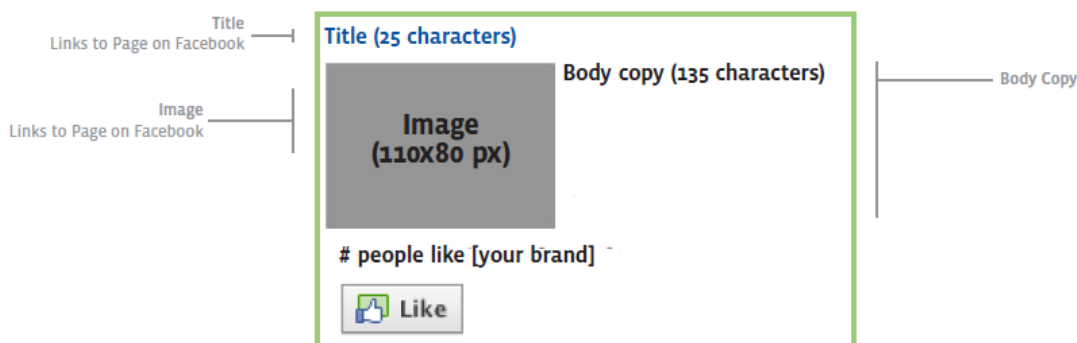
A Like hirdetés alapállapotban
This is How to Fly
Everyone deserves to be happy. In-Flight WiFi, movies, music, on-demand food and more. Climb Aboard.
55,178 people like Virgin America.
Like

Like megjelenése a gomb megnyomását követően
This is How to Fly
Everyone deserves to be happy. In-Flight WiFi, movies, music, on-demand food and more. Climb Aboard.
55,179 people like Virgin America.
You like Virgin America.

Like közösségi hirdetések specifikáció

Szükséges tartalmak

- cím (title)
- kenyérszöveg (Body Copy)
- kép vagy videó (Image)
- Facebook oldal



Rajongói hirdetés (Fan Ad Unit)

Teljes méret: 240 pixel széles (változó magasság)

Rajongói + videó hirdetés

Teljes méret: 240 pixel széles (változó magasság)

- a hirdetés magassága kinyílik amikor a video lejátszódik
- a videó teljes képernyőben is megtekinthető

Specifikáció

Szöveg : Cím – maximum 25 karakter
 Kenyérszöveg: maximum 25 karakter

Link: a cím és a kép a lájkolható oldalra kell mutasson

Oldal: a hirdetőnek szükséges élő, publikus oldal

A videohirdetéseknél kérjük vegyék figyelembe a videós hirdetések iránymutatásait. A hirdetés mellé biztosítani kell a szövegek és a videók tartalmainak angol fordítását is

Reach Block

Reach Block - hogyan működik:

A reach block a leghatékonyabb megjelenési mód, hogy minden felhasználót elérjünk 24 óra alatt – azaz egy nap alatt minden aznapi felhasználó látni fogja üzenetünket! A hirdetés egy felhasználónak maximum 5-ször jelenik meg (frequency cap) 24 órán belül (ebből 3 biztos megjelenés).



Szavazás közösségi hirdetés (Poll Engagement Ad)

Szavazzunk és nézzük meg mások hogyan szavaztak – hogyan működik?

A hirdetésben egy kérdés szerepel 2 vagy 3 válaszlehetőséggel. Amikor a felhasználó egyik válaszlehetőség közül választ, megjelennek a korábbi válaszadások eredményei. A felhasználó azt is megnézheti, hogy ismerősei hogyan szavaztak, illetve hogy lájkolták-e az adott márkát. Amikor létrehozuk a szavazást, akkor automatikusan elkészül egy üzenőfal, melyet meg lehet jeleníteni a márka Facebook oldalán, illetve a márkát lájkolóok saját hírfolyamában. Minden felhasználói aktivitás a későbbiekben meg fog jelenni a szavazás üzenőfalán.

Wall story on Page & Feed story**

Virgin America How will you use wireless in-flight?

- Share status to 1st class
- Post a pic from 35K
- Check on your ex

19 minutes ago · Comment · Like

Jeff Iden and 21 others like this.

Show 7 more comments...

Samuel Lee Henderson at 10:37am May 20
Love it.

Kate Zaccaro at 10:46am May 20
I used it last week on my cross country flight to do work and stream the latest episode of Gossip Girl.

Write a comment...

1. A Szavazás alapállapotban

This Is How To Fly

The official airline of better is taking to the skies and we're taking the internet with us.

How will you use wireless in-flight?

- Share status to 1st class
- Post a pic from 35K
- Check on your ex

2. Az eredmények csak a szavazást követően látszódnak. A felhasználó láthatja ismerősei hogyan szavaztak.

This Is How To Fly

The official airline of better is taking to the skies and we're taking the internet with us.

How will you use wireless in-flight?

44% Share status to 1st class

26% Post a pic from 35K

30% Check on your ex

Like

3. Az ismerősök akkor jelennek meg, amikor a felhasználók megnézik ismerőseik hogyan szavaztak.

This Is How To Fly

The official airline of better is taking to the skies and we're taking the internet with us.

How will you use wireless in-flight?

44% Share status to 1st class

26% Post a pic from 35K

30% Check on your ex

Like

Poll tab on Page

Virgin America

How will you use wireless in-flight?

- Share status to 1st class
- Post a pic from 35K
- Check on your ex

2403 people voted, including Jane Birch, Ingrid Herper, Nina Balkan, and 5 of your friends. See how your friends voted.

Feed story

Lauren Krauze and Joshua Bloom voted on the poll, How will you use wireless in-flight?

Yesterday at 5:54am

Wall story on User Profile

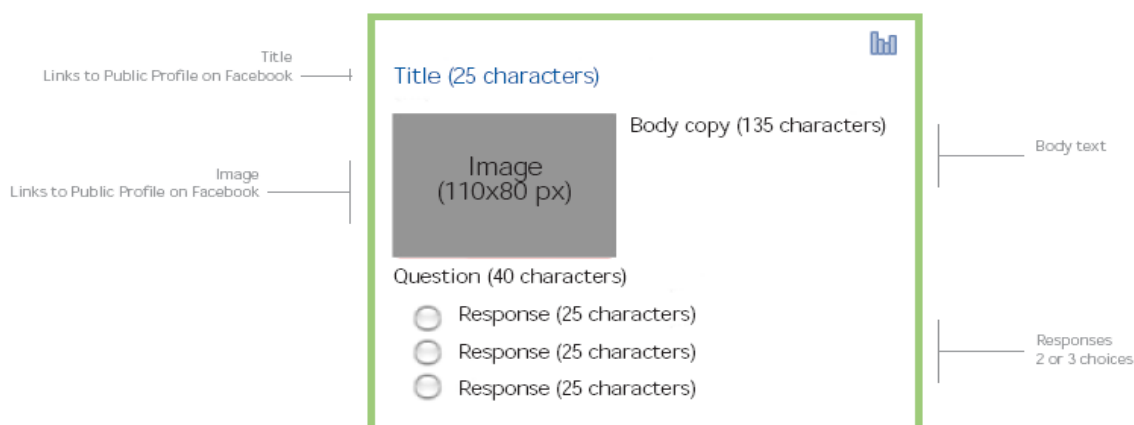
RECENT ACTIVITY

Helen voted on the poll, How will you use wireless in-flight?

Szavazás közösségi hirdetés specifikációk

Szükséges tartalmak

- cím (title)
- kenyérszöveg (Body Copy)
- kérdés
- 2-3 válasz opció (responses)
- kép vagy videó
- Facebook oldal
- Link



Szavazás hirdetési egység (Poll Ad Unit)

Teljes méret: 240 pixel széles (változó magasság)

Szavazás + videó hirdetési egység

Teljes méret: 240 pixel széles (változó magasság)

- a hirdetés magassága kinyílik a videó lejátszásánál
- a videó teljes képernyőben is megtekinthető

Specifikáció

Szöveg : Cím – maximum 25 karakter
 Kenyérszöveg – maximum 135 karakter
 Kérdés – maximum 40 karakter
 Válaszok – maximum 25 karakter (válaszonként)

Fontos: kompetitív és egyéb összehasonlító üzenet nem szerepelhet a hirdetésben

Kép: 110x80 pixel, 4K méret, .jpg vagy .gif (a videókhoz külön nézőkép leadása szükséges)

Link: a cím és a kép a hirdető által kívánt URL-re fog mutatni

A lájkolásnak a hirdető Facebook-oldalára kell mutatnia

Oldal: A hirdetőnek rendelkeznie kell élő, publikus Facebook oldallal

A videohirdetéseknél kérjük vegyék figyelembe a videós hirdetések iránymutatásait. A hirdetés mellé biztosítani kell a szövegek és a videók tartalmainak angol fordítását is

Videóformátum specifikációja

A Facebookon futtatható nagyfelbontású (high definition) videó és hang. A hirdető videóját a Facebook rendszere automatikusan az ablakmérethez és a felhasználó sáv szélességéhez igazítja. Javasolt a lehető legjobb minőségű videó leadása az 1 GB-os mérethatár alatt.

File tárolása: a hirdetőnek rendelkeznie kell élő Facebook oldallal, melyen a videó elérhető

File feltöltése: a videót közvetlenül a facebook oldalra kell feltölteni

Hosszúság: maximum 3 perces videó lehet

File mérete: maximum 1 GB

Hang: minden leadott videó hanggal is kell rendelkezzen

Frame rate: 24fps - 30fps

Felbontás: a videó felbontása nem lehet nagyobb 1280 pixel méretnél, de nem lehet kisebb 400 pixel méretnél. A Facebooknak minden videót magas felbontással kell leadni.

Ajánlott hang: 2 sávós sztereó hang, 44.1Khz mintavétellel

Mozifilm beharangozók: csak korra vonatkozó korlátozás nélküli besorolású trailerek engedélyezettek, melyek megfelelnek a Facebook hirdetési irányelveknek. 18 év feletti besorolású trailerek szerepeltethetők a hirdetői Facebook-oldalokon, de ezek nem jelenhetnek meg videós hirdetésekben.

Elfogadott formátumok:

| | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> mpe (MPEG Videó) .mpeg (MPEG Videó) .mpeg4 (MPEG-4 Videó) .nsv (Nullsoft Videó) .ogm (Ogg formátum) .qt (QuickTime Movie) | <ul style="list-style-type: none"> vob (DVD Videó) .wmv (Windows Media Videó) .mov (QuickTime Movie) .mp4 (MPEG-4 Videó) .flv (Flash Videó) .3g2 (Mobil Videó) | <ul style="list-style-type: none"> 3gp (Mobil Videó) .3gpp (Mobil Videó) .asf (Windows Media Videó) .avi (AVI Videó) .m4v (MPEG-4 Videó) .mkv (Matroska formátum) |
|--|--|---|



A videolejátszó a képernyő közepén indul 400 pixel széles méretben, minden hirdetési formátum esetében

Sponsored Stories specifikáció

A megjelenés futó Engagement vagy Social Ads hirdetések részeként fut, meghatározott százalékban. A hirdetések mellett megjelennek barátaink, akik lájkolták az adott megjelenést. A hírfolyamban a lájkolás alatt a teljes hirdetés is láthatóvá válik.



Fajtai:

Page Like



Page Post



Page Post Like



App Used and Game Played



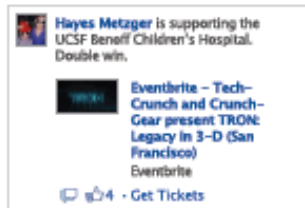
Kit céloz?

Rajongók ismerősei

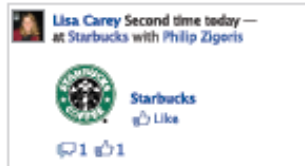
Jelenlegi rajongókat

Azon rajongók barátait, akik lájkolták a Page Postot.

Azok ismerőseit, akik applikációt használtak.

App Shared**Kit céloz?**

Azok ismerőseit, akik applikációk hírét osztották meg.

Check-in

Azok ismerőseit, akik becheckoltak valahova vagy kedvezményt érvényesítettek.

Domain

Azok ismerőseit, akik kedveltek egy oldalt a hirdető site-ján.

Facebook hirdetési irányelvek

Szövegezési és formai követelmények

Nyelvtan, helyesírás és központosítás

Minden hirdetésnek meg kell felelnie a nyelvtani szabályoknak: megfelelő helyesírás, mondszerkesztés és központosítás. A hirdetések tehát nem tartalmazhatnak szándékos nyelvtani hibát, nem megfelelő vagy felesleges központosítási hibákat.

Írásmód

Minden hirdetésben helyes kis- és nagybetűs helyesírást kell alkalmazni. A hirdetés címét és a mondatok elejét nagybetűvel kell kezdeni, de **végig nem alkalmazható nagybetűs írásmód**. A személyneveket nagybetűvel kell megjeleníteni, a betűszavaknál alkalmazható a kapitális írásmód.. Más szavaknál, mint a rövidítések (pl. USA) **nem alkalmazható nagybetűs írásmód** (pl. az "ajánlat" helyett nem alkalmazható az "AJÁNLAT").

Szóközők

Minden hirdetésben a nyelvtani szabályoknak megfelelő szóközőket kell alkalmazni. A hirdetésekben nem alkalmazható többszörös szóköz, vagy egyéb módszer, mely a tördelést megváltoztatja.

Szimbólumok

Minden szimbólumot, számot és egyéb írásjelet eredeti jelentésének megfelelően kell használni. Szimbólumok nem használhatók szavak vagy betűk helyettesítésére a kiemelés vagy a karakterszám csökkentésének céljából (például "\$pórolj pénzt " vagy "spórolt \$\$"). Írásjelek nem alkalmazhatók nyelvtanilag helyes központosítás helyettesítésére (például "Ingyenes-könyv-spóroljon-még-ma" helyett az elfogadható hirdetése "Ingyenes könyv. Spóroljon még ma.")

A [Facebook Advertising Guidelines](#) oldalon magyar nyelvi beállítás esetén elérhető a legaktuálisabb leírás a kreatívok szabályaival kapcsolatban (az oldal a dokumentum elkészítésének időpontjában nem volt teljes mértékben lefordítva).