
Tekniska riktlinjer för kreativt material baserat på HTML5

Bonnier News 2016

Generell information

De här riktlinjerna är ämnade för producenter av kreativt material baserat på HTML5 och som ska användas till digital annonsering på Bonnier News (Di, DN, Expressen och Bonnier Ad network). Följande riktlinjer är viktiga för leverans och kampanjens framgång. Material som inte följer riktlinjerna kommer tyvärr inte att godkännas. Vi använder Adtoma Fusion som annonserhanteringssystem (ad server) och riktlinjerna nedan är skrivna för att fungera med detta system.

Vi använder oss av *friendly iframes* som leveranssätt.

- Det är per default inte tillåtet att bryta sig ut från iframe (frame busting). Kontakta AdOps om formatet kräver det.
- Animering av element får inte överstiga 30 sekunder.
- Material måste påbörja rendering av visuella element inom 0,5 sekunder.
- Genomsnittlig processoranvändning ska vara maximalt 30%, med maximal topp på 60%.
- Maximalt antal anrop (requests) är 15 st per annonsmaterial.
- Materialets huvudfil ska döpas till index.html.
- Relativa sökvägar ska användas till resurser och filer i materialet.
- Referenser till externa resurser¹ ska vara absoluta och starta med `///`: Vidare måste de av säkerhetsskäl stödja SSL/TLS.
- Det är inte tillåtet förhindra vertikal sidskroll².
- JavaScript *console*-metoder är inte tillåtna.
- Geo Location och liknande Web API:er som kräver användares godkännande får enbart användas efter användarinteraktion.

¹ Så som CDN och externa fontbibliotek.

² Använd inte touchstart som trigger för interaktion (eftersom touchstart triggas vid scroll)

Implementering av klickmätning

För att vi ska kunna föra korrekt statistik och mäta klick i HTML-banners så krävs det att materialet anpassas efter vårt annonshanteringssystem.

Bonnier NEWS använder sig av Adtoma Fusion som annonshanteringssystem, här nedan följer instruktioner för hur klickmätning ska implementeras på HTML5-annonser. Specifikationen utgår från att annonsmaterialet servas genom en "iframe" på sajten, annonsmaterialets "iframe" tillhandahålls av systemet. Eftersom annonsmaterialet kommer att laddas in via en "iframe" ska alla klickomdirigeringar (redirects) öppna ett nytt webbläsarfönster.

- För mer teknisk genomgång av klickmätning, läs bilagan **Teknisk genomgång klickmätning**.

Filstorlek

Vi mäter materialens totala vikt eftersom HTML5 består av flera olika resurser och kontrollerar hur varje resurs laddas in och i vilken ordning.

| MOBILA ENHETER (SMARTPHONES) | DESKTOP / TABLET |
|------------------------------|------------------|
| 150 kb | 200 kb |

Filstorleken beräknas på alla resurser inklusive spårningsskript, JavaScript-bibliotek, font-filer, stilmallar etc. Ni kan välja att använda vitlistade CDN:er, men dessa kommer att räknas in i den totala filstorleken på materialet. Viktigt: Om ert material kräver att gränsen överskrids, kontakta kampanjsupport i god tid.

Notera att mätskript och skript från 3:epart så som Google, Sizmek och Adform i snitt väger 70-90kb extra (utöver det faktiska annonsmaterialet) och att denna extra vikt räknas in som en del av totalvikten.

Det innebär att man som annonskreatör inte kan använda lika mycket av totalvikten till annonsmaterialet när man levererar annonser med mätskript alt levererar via 3:epart, då mätskriptet och/eller 3:epartskriptet kommer ta delar av totalvikten.

Kom ihåg att det är fullt möjligt att ladda in extra resurser efter användarinteraktion. Dessa resurser räknas inte in i de totala initiala storleksbegränsningarna.

Prestanda

Bonnier News testar allt material med Ad Validation enligt specifika parametrar. Material som blir underkänt när vi testar i Ad Validation kommer ej att godkännas.

- Försök använda CSS för animationer så långt det går istället för JavaScript-bibliotek.
- Animera aldrig gömda element.
- Försök få ner antalet anrop.
- Undvik att ladda in tungt material som t ex video innan användarinteraktion (detta gäller ej våra specifika video-produkter).

Graceful degradation / Progressive enhancement

På grund av fragmentationen av webbläsare stöds W3C:s specifikation för HTML5 inte av alla webbläsare. Bonnier News rekommenderar att ni tillhandahåller en alternativ version (fallback) för ert material genom antingen designstrategin *graceful degradation* eller *progressive enhancement*. Material som går "sönder" i vanliga webbläsare kommer att avvisas vid validering eller tas bort från sajten om fel uppenbarar sig i produktion.

Graceful degradation (elegant degradering) - Innebär att man utvecklar på ett sätt så att man tillhandahåller en viss nivå av användarupplevelse i mer moderna webbläsare, men också degraderar till en lägre nivå när äldre webbläsare används. Den lägre nivån ger en sämre användarupplevelse men tillhandahåller ändå basfunktionalitet. Det går inte "sönder" så att det blir oanvändbart.

Progressive enhancement (progressiv förbättring) - Är liknande men gör sakerna tvärtom. Man upprättar en basnivå för användarupplevelsen som alla webbläsare kan tillhandahålla vid rendering av materialet. Men man bygger också mer avancerad funktionalitet som automatiskt blir tillgängligt för webbläsare som stödjer det.

Struktur, paketering och leverans

Eftersom HTML inte kan komprimeras och levereras till en enda fil så är det viktigt att beakta filstrukturen. Ert kreativa material bör baseras på en index-fil som ska heta index.html. Detta är huvudfilen som kommer att laddas in först och initiera andra komponenter som t ex CSS- och JavaScript-filer. Klicktracking-komponenten som nämns ovan ska befinna sig i index.html-filen. Materialen ska levereras i individuella .zip-filer som innehåller alla kreativa resurser i rotmappen. Resurser och bibliotek ska inte levereras i separata mappar som t ex "img", "css",

“js”-mappar.

Vitlistade CDN och resurser

Följande domäner är vitlistade av Bonnier News. Ni är fria att använda dessa.

<https://code.jquery.com>

https://*.googleapis.com

https://*.gstatic.com

https://*.typekit.net

https://*.edgefonts.net

<https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/>*

<https://code.createjs.com>

Om ni väljer att använda andra resurser, kan ni paketera dessa med HTML-materialet eller kontakta representanter hos Bonnier News AdOps för att låta oss undersöka möjligheten att lägga till den/resursen till vitlistan.

Kontakta oss på någon av följande mailadresser:

Di - webbannons@di.se

DN - kampanjsupport@dn.se

Expressen - kampanjsupport@expressen.se

Bonnier Ad Network - kampanjsupport@bonnieradnetwork.se

Bilaga - Teknisk genomgång klickmätning

- Inkludera html5clickcount.js skriptfilen i html-dokumentet för materialet.
<script src="<http://fusion.adtoma.com/spl/html5clickcount.js>"></script>
Skriptet måste laddas innan referenser till "clickTag"-variabel görs.
- Fusions klickräknare och destinationsurl (om den inte är hårdkodad) kommer att tilldelas till en javascript-variabel som heter clickTag. Den här variabeln ska man referera till vid länkning till destinationslänken i annonsmaterialet.

Två scenarion beskrivs nedan. Första är om urlen ska administreras av Fusion, den andra om länken är hårdkodad i materialets html- eller JavaScript-kod.

- Destinationslänken ska administreras av Fusion. Detta innebär att kampanjsupport enkelt kan ändra länken vid behov utan att materialets html-kod behöver uppdateras.

Variabeln för clickTag kommer att innehålla både klickräknare och destinationslänken. Alla länkningsreferenser måste ändras så att de använder variabeln clickTag istället. I materialets kod kallar man på destinationslänken när ett klick registrerats. Man utför det så här:

```
window.open("http://www.advertisersite.com/subpage", "_blank");
```

Detta ska sedan ändras till:

```
window.open(clickTag, "_blank");
```

Om ni har flera olika destinationslänkar i materialet använd clickTag2, clickTag3 -->clickTag10 för de andra länkarna.

- Destinationslänkarna bör bifogas separat i mejlet som skickas till Bonnier News.
- Om ni har flera destinationslänkar så specificeras dessa med vilken clickTag som används.
- Destinationslänken kommer att tas upp i Fusion-systemet när en annons bokas och skickas till HTML-filen.

Vid ett scenario där destinationslänken måste vara hårdkodad i annonsmaterialet t ex när länken skapas dynamiskt eller liknande. Då kan clickTag läggas till före destinationslänken som visas här:

```
window.open(clickTag+"http://www.advertisersite.com/subpage", "_blank");
```

eller så här:

```
window.open(clickTag+dynamicUrlObject, "_blank");
```

Om destinationslänken innehåller tecken som ? eller & bör länken kodas så här:

```
clickTag +encodeURIComponent("http://www.advertisersite.com/subpage?var1=12&var2=34")
```

Vid detta scenario behöver inte destinationslänken skickas till publicisten, bara en förklaring att destinationslänken är hårdkodad i annonsmaterialet och att clickTag-tracking har lagts in.

-
- När klicktracking har konfigurerats enligt stegen ovan kan testning av klickerna utföras på den här adressen: **<http://www.adtoma.com/html5/html5test.html>**
 - Materialet måste laddas upp på en webbserver (eftersom verktyget inte har någon uppladdningsfunktionalitet).
 - Lägg till sökvägen till materialet och destinationslänken om inte länken är hårdkodad.
 - Testa sedan genom att klicka på annonsen och få bekräftelse på att klicket har räknats.
 - Om ni inte får bekräftelse på klicket så är något fel med klickräkningen och materialet bör inte skickas in för bokning.