

יצירת קבצי html - המדריך למפרסם

כאשר שולחים לאתרים כלים מבוססים html על המפרסם לשלוח את קבצי ה html בשתי דרכים שונות:

1. המצב האופטימלי

קובץ third party או קובץ html אשר קבצי ה images / JS שלו מאוחסנים בשרת חיצוני.

המפרסם יוצר תג צד שלישי במערכת ניהול הקמפיינים שלו, או לחילופין קובץ html, כאשר כל הקבצים בהם יש שימוש בכלי נמצאים בשרת חיצוני (images and js) ומוכנסים לתג באמצעות לינק אבסולוטי.

על המפרסם לספק לאנשי המדיה את המיקומים בקוד להכנסת פרמטר ספירת ההקלקה הן בהערות בקוד והן בגוף המייל אותן שולחים לאנשי המדיה. כמו כן יש לציין את המיקום להכנסת פרמטר ה- Cache buster (יופיע במקום Timestamp או צירוף מספרים אקראיים).

2. קובץ html אשר קבצי ה images שלו מאוחסנים ב- DFP

המפרסם יוצר קובץ קוד html ומספר קבצי תמונה בהם הקוד עושה שימוש, כאשר בקובץ ה html יש אזכור לכל קבצי ה images. שליחת קובץ מכווץ (ZIP\RAR) הכולל בתוכו את קובץ הקוד ואת קבצי התמונה.

במקרה זה יש לשים לב, המערכת תומכת רק בקבצי html שהופכים לתג צד שלישי ובקבצי images אשר מוטענים למערכת. במידה ונעשה שימוש בקבצי JS יש לוודא כי משלבים את קבצי ה INLINE JS בקובץ ה html או לחילופין לאחסן אותם בשרת של המפרסם ולהוסיף פנייה לספרייה בקובץ ה- .html

במקרה זה, על המפרסם לספק לאנשי המדיה את כל המיקומים להם שייכו את שם התמונה ("img src" / "source" וכד') כך שאנשי המדיה יוכלו להחליף את שמות ה- images במאקרו רלוונטי מתוך המערכת.

כמו גם את המקום בו הוזן עמוד הנחיתה על ידי המפרסם ומיקום להכנסת פרמטר ה- Cache buster.

בשתי הדרכים הנ"ל יש לוודא כי ברמת הקוד המפרסם יציין באמצעות הערות היכן מוזנים הפרמטרים שצוינו מעלה, לדוגמא "insert" / "insert click tracker here" / "image macro here" וכד'.