

# Display. Hirdetések.


Rövid ismertető



Az online megjelenés egyre bonyolultabbá és összetettebbé válik. A mi display hirdetési megoldásaink azonban ebben az egyre nagyobb kihívásokkal teli online hirdetés világában is útbaigazítást tudnak adni az internet felhasználóinak oly módon, hogy versenytársaid helyett a te cégedet találják meg. Az online display hirdetésekkel sokkal pontosabban nyomon követheted a felhasználóid viselkedését és a márkád iránti elköteleződést, mint a hagyományos hirdetési módszerek alkalmazásakor.

## Mindig szemet gyönyörködtető!

Az NDA-nál a kampányod átfogó stratégiájának kidolgozásával kezdjük, amely a TE üzleti céljaidra épül. A megfelelő ún. display hálózatok és kiadók meghatározása után, amelyek segítségével elérheted célközönségét, úgy állítjuk be kampányaidat, hogy vállalkozod minél rövidebb időn belül kimutatható eredményeket érjen el. Amint a display hálózaton történő hirdetési kampányod elindult és működik, folyamatosan nyomon követjük azt és folyamatos szakmai változtatásokat viszünk véghez céljaid elérése érdekében. Arra összpontosítunk, hogy mi motiválja potenciális vásárlóidat, hogy digitális display hirdetéseid mindig relevánsak legyenek.



**A megfelelő hirdetés a megfelelő helyen, a megfelelő időben. Emlékeztessé tesszük céged online megjelenését.**





Amikor szalaghirdetéseket, ún. bannereket hozol létre a display hirdetéseidhez, fontos szempont, hogy milyen eszközön fognak megjelenni hirdetéseid. Például asztali gépen, mobilon, és egyéb más eszközön. Ez kulcsfontosságú hirdetésid sikeressége szempontjából. A megfelelő banner méret kiválasztása segíthet növelni a hirdetések hatékonyságát.

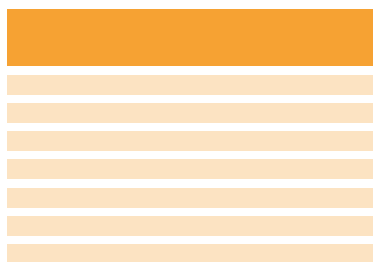
## WEB BANNER MÉRETEK

Az Interactive Advertising Bureau (IAB) szabványosított irányelveket hozott létre a banner méretekre vonatkozóan, amely a legtöbb hirdetési hálózatra alkalmazhatóak, ide tartozik a Google Display Network (GDN) hálózat is, amely a weboldalakon megjelenő hirdetések meghatározó részét kezeli. A 15 legfontosabb formátumot az alábbi táblázatban találod.

<p>Téglalap</p> <p>300x250</p>	<p>Szélesvásznú</p> <p>728x90</p>	<p>Széles Felhőkarcoló</p> <p>160x600</p>	<p>Fél Oldal</p> <p>300x600</p>
<p>Billboard</p> <p>970x250</p>	<p>Nagy Téglalap</p> <p>336x280</p>	<p>Banner</p> <p>468x60</p>	<p>Fél Banner</p> <p>234x60</p>
<p>Felhőkarcoló</p> <p>120x600</p>	<p>Vertikális Banner</p> <p>120x240</p>	<p>Portré</p> <p>300x1050</p>	<p>Nagy Szélesvásznú</p> <p>970x90</p>
<p>Négyzet</p> <p>250x250</p>	<p>Kis Négyzet</p> <p>200x200</p>	<p>Kis Téglalap</p> <p>180x150</p>	<p>Gomb</p> <p>125x125</p>



Szélesvásznú

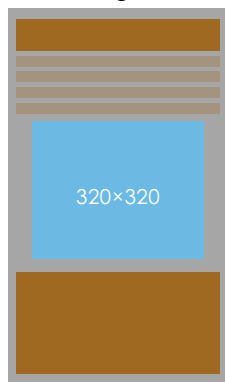


320x50

**Amint a listából is láthatod, a display hirdetések kiválasztásakor többféle méret közül választhatsz. A megfelelő méret kiválasztását szakértőink végzik el céljaid és az általunk végzett stratégia szerint.**

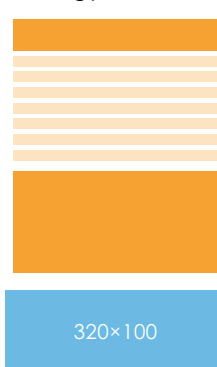
Görgejj lejjebb, hogy még többet tudhass meg a display hirdetésekről.

Full Page Flex



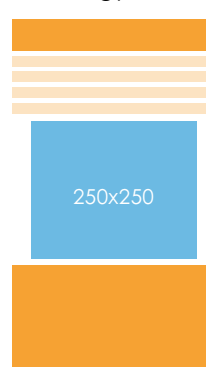
320x320

Nagy Banner



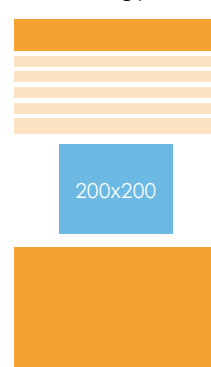
320x100

Négyzet



250x250

Kis Négyzet



200x200

## Mely méretek a legnépszerűbbek?

**A hirdetések 89%-a ebből a 4 méretből áll:**

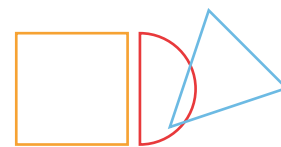
- 300 × 250 Közepes Téglalap 40%
- 728 × 90 Szélesvásznú 25%
- 320 × 50 Mobil Szélesvásznú 12%
- 160 × 600 Széles Felhőkarcoló 12%

Tudtad, hogy felhasználóid közel kétharmada statisztikailag mobilról fog érkezni?

A mobil már régóta megelőzte az asztali számítógépet, mint elsődleges böngészőeszköz, és 2021-ben az összes webes forgalom 56%-át a mobil szolgáltatja.

A mobilhirdetések a webes böngészés közben és közvetlenül a mobil alkalmazásokban is megjelenhetnek.





## MOBIL SZÉLESVÁSNÚ (320×50)

A 320 × 50-es banner messze a leggyakoribb mobilhirdetési formátum, mind a böngészőkben, mind az alkalmazásokban. A kutatások szerint a teljes globális hirdetési készlet 12%-át teszi ki a mobil főoldal.

Ha tehát maximalizálni szeretnéd a hirdetések elérését, erősen ajánljuk, hogy legyen néhány ilyen formátum az eszköztárban!

## HOGYAN NÉZ KI EGY 320×50 MOBIL SZÉLESVÁSNÚ?

Ezt a formátumot gyakran használják alkalmazásokban, és gyakran a képernyő legalsó részén banner formájában jelenik meg. Az alkalmazások alján és a tartalomba ágyazva így néz ki:



Az alkalmazások gyorsan az egyik legelterjedtebb tartalomfogyasztási móddá válnak. Ha el szeretnéd érni a potenciális ügyfeleket az alkalmazások böngészése közben, a mobil szélesvásznú az egyik legmegfelelőbb formátum.

Egy másik, mobil eszközön és asztali számítógépeken egyaránt jól működő formátum a 300 × 250-es közepes téglalap. A globális állományok közül ez a leggyakrabban használt banner méret, a teljes elérés 40%-ával.

## KÖZEPES TÉGLALAP HIRDETÉS (300×250)

Egyetlen display hirdetési kampány sem teljes a közepes téglalap nélkül. Ez a szabványos banner a világ banner készletének 40%-át tartalmazza, és messze a legfontosabb formátum a hirdetéseid arzenáljában. Azért olyan népszerű, mert mobil eszközön és asztali számítógépeken egyaránt jól működik.

## HOGYAN NÉZ KI EGY 300 × 250 KÖZEPES TÉGLALAP?

Mobil környezetben a közepes téglalap így néz ki:



## HOL HASZNÁLNAK KÖZEPES TÉGLALAPOT?

Ezt a bannert gyakran tartalomba, például szöveges cikkekbe ágyazzák be. Általában kevésbé tolaikodóak, mint a nagyobb formátumok. A közepes téglalap egyaránt alkalmas szöveges változatban és képhirdetésként is.

Mobil eszközön ez a formátum hosszú tartalmak oldaltöréseként működik. Ha jól van megtervezve, természetes kiegészítője lehet a webhelynek, amelyet a felhasználók nem térkékelnek zavarónak.





**A közepes téglalap hirdetés egyedi mérete és formája, valamint széleskörű használata miatt a Google külön irányelveket adott ki erre a banner típusra vonatkozóan.**

Fontos megjegyezni, hogy a Google eltávolíthatja hirdetését a Google Display Networkből, amely mintegy 2 millió webhelyet fed le, és az összes internetfelhasználó akár 90%-át is eléri, ha nem tartod be a Google által meghatározott szabályokat. Ha el szeretnéd olvasni az összes iránymutatást, a Google AdMob Medium Rectangle Ad Instructions (Google AdMob közepes négyzög alakú hirdetési utasítások) oldalon találsz meg.

## 300 × 250 GDN-IRÁNYELV

- **A hirdetések az alkalmazás tartalmát utánozzák** - A hirdetéseknek egyértelműen megkülönböztethetőnek kell lenniük az alkalmazás tartalmától.
- **A hirdetés átfedésben van az alkalmazás tartalmával** - A hirdetések nem fedhetik át az alkalmazás tartalmát.
- **Hirdetés linkek tartalom nélküli oldalakra** - Ne helyezzen hirdetéseket „zsákutcás” oldalakon. Ez azt jelenti, hogy a hirdetésre való kattintás nélkül is ki kell tudni lépni az oldalról.
- **Hirdetés interaktív elemek mellett** - Kerüld el a véletlen kattintásokat a bannerre azzal, hogy nem helyezed azt túl közel az alkalmazás más interaktív részeihez, például a navigációs menühöz vagy a csevegődobozhoz.
- **Egyéni bezáró vagy kilépő gombok** - A bezáró gombok nem fedhetik egymást, illetve nem lehetnek a hirdetés mellett, mivel ez sok véletlen kattintást okoz.

Továbbá a hirdetéseknek könnyen megkülönböztethetőnek kell lenniük az alkalmazás általános tartalmától. Ha a felhasználók megértik, hogy hirdetést látnak, akkor biztosra mehetnek.

**A 300 × 250-es bannernek mindenképpen a banner készlet részét kell képeznie - mivel mind asztali számítógépen, mind mobilon nagyon jól működik, és a globális készlet nagy részét lefedi.**

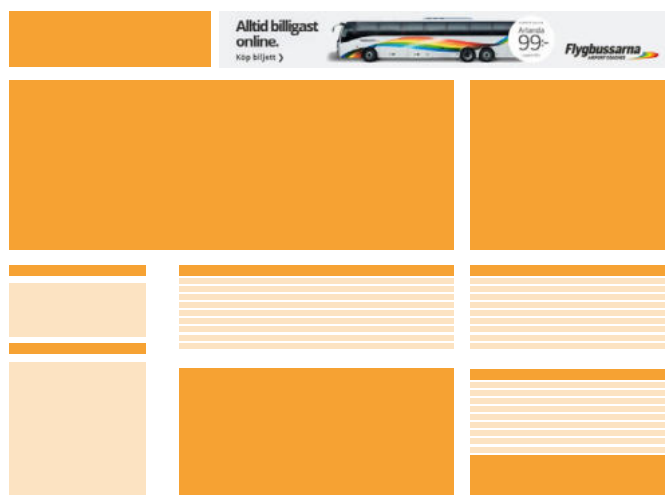
A következő banner a listán a 728 × 90-es szélesvásznú. A globális készlet 14%-ával ez egy fontos hirdetés a kampányai számára. Olvass tovább, ha többet szeretnél megtudni erről a banner méretről.

## SZÉLESVÁSZNÚ (728 × 90)

Ez a formátum a második leggyakoribb hirdetési méret a globális készletben, a globális megjelenítések 25%-át teszi ki. Ez a banner a közepes téglalap és a mobil szélesvásznú formátummal együtt a legtöbb display hirdetési igényt lefedheti.

A 728 × 90-es leaderboard az IAB szabványos bannerméreteinek része, és jól működik a Google Display hálózaton.

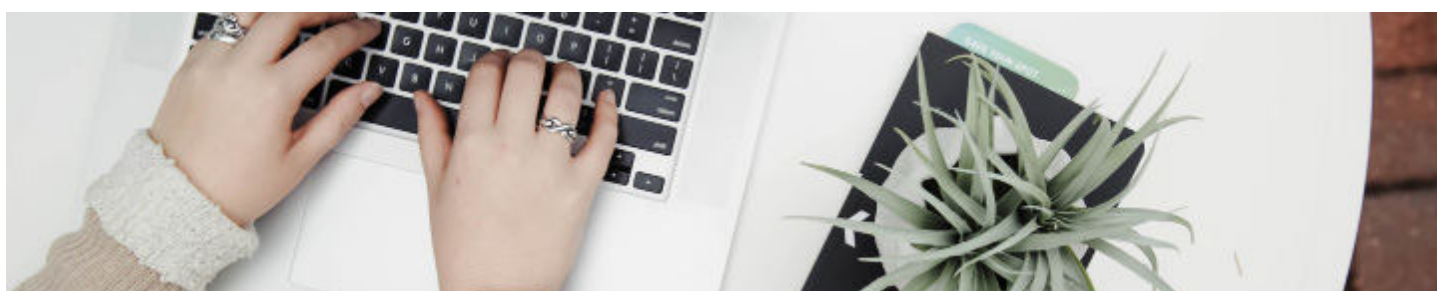
## HOGY NÉZ KI EGY 728×90 MÉRETŰ BANNER?



## HOL HASZNÁLNAK SZÉLESVÁSZNÚ BANNERT?

A szélesvásznú általában a weboldalak tetején jelenik meg - de néha az alján is.

Az „Above the fold” hirdetések jellemzően jobban teljesítenek, mint az oldal alján elhelyezett bannerek - egyszerűen azért, mert kevesebb felhasználó görget a weboldal aljára, és mire odaérnek, úgy érezhetik, hogy már végeztek a tartalommal, és kevésbé valószínű, hogy rákattintanak valami másra.







## SZÉLES FELHŐKARCOLÓ (160 × 600)

Ez a két felhőkarcoló banner közül a leggyakoribb, a globális banner készlet 12%-ával.

Ennek a hirdetésnek létezik egy vékonyabb változata is, amelyet egyszerűen felhőkarcolónak hívnak, és amelynek mérete 120 × 600, és amely olyan weboldalakon jelenik meg, amelyek nem tudják befogadni a széles felhőkarcolót. Ha azonban a kettő közül kell választania, a széles felhőkarcoló biztosabb választás.

Ezt a bannerformátumot több webhely használja, mint a vékonyabb felhőkarcolót, és a webhely oldalsávjában helyezik el. A globális hirdetési készlet körülbelül 12%-a a széles felhőkarcoló, míg a vékonyabb felhőkarcoló mindössze 0,2%-a.

## HOGYAN NÉZ KI EGY 160×600 MÉRETŰ BANNER?



A BuzzFeed teljes üzleti tevékenysége hirdetésalapú, és tökéletesítette a stratégiai helyeken elhelyezett display hirdetések használatát. A főoldal jobb oldalán széles felhőkarcolót találasz.

Mivel a mobil napjainkban népszerűbb böngészési eszköz, mint az asztali számítógép, a felhőkarcoló hirdetés egyre kevésbé releváns. Mindazonáltal javasoljuk, hogy ez a formátum továbbra is szerepeljen a készletében az asztali és a táblagépes eszközökön. Ha azonban korlátozott erőforrásokkal rendelkezel a bannerek létrehozásához, jobb, ha más formátumokra összpontosítasz.

A display hirdetések nagyon is élnek és virulnak 2020-ban. Nincs szükség hatalmas banner készletre egy sikeres kampány létrehozásához.



Sikeresen elérheted mind az asztali, mind a mobil eléréseket, ha 4 különböző hirdetéssel kezdesz, és az eredmények függvényében bővíted ezeket.

Ha erre a 4 formátumra összpontosítasz, a globális készlet több mint 89%-át lefedheted:

- 300 × 250 - Közepes téglalap
- 320 × 50 - Mobil szélesvásznú
- 728 × 90 - Szélesvásznú
- 160 × 600 - Széles felhőkarcoló

Fontos, hogy a display kampányok létrehozásakor a mobil eszközökre is figyeljünk. Az internetes forgalom nagy része manapság mobilról érkezik, és a hirdetéseket úgy kell létrehozni, hogy ezt figyelembe vesszük.

A 300 × 50-es mobil szélesvásznú jól megjelenik az alkalmazásokban és a mobilkészülökökön történő webböngészés közben, a közepes téglalap pedig mobilkészülökökön és asztali számítógépeken egyaránt jól működik.