

YouTube. Hirdetési Formátumok.





Rövid ismertető

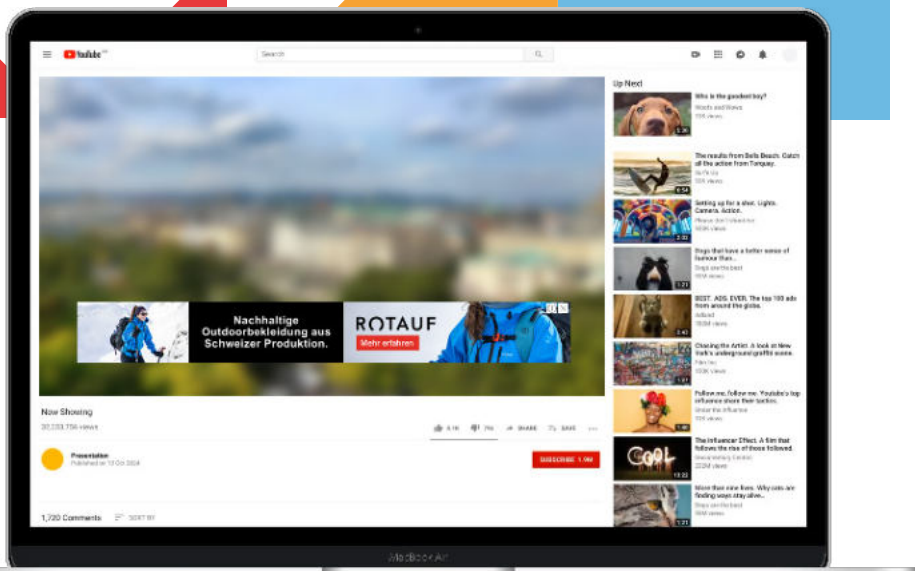
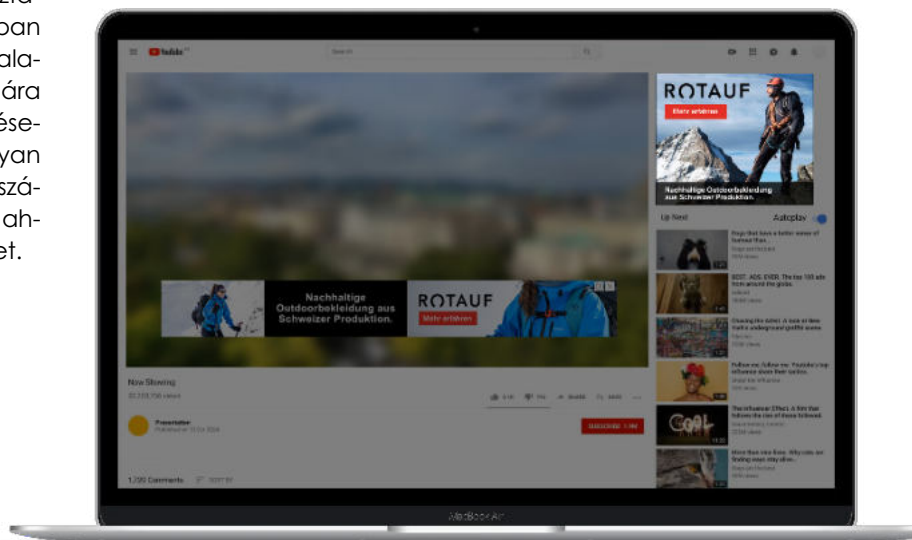


Display Hirdetések

A YouTube-on megjelenített hirdetések csak asztali számítógépen érhetőek el, és a jobb oldalsávban jelennek meg. Egy képből és szövegből állnak, valamint egy CTA gombból, amely az Ön weboldalára mutató linket tartalmaz. Használd a display hirdetéseket, ha növelni szeretnéd a márkaismertséget, olyan közönségnek hirdetni, amely elsősorban asztali számítógépeket használ, és nincs szükséged hangra ahhoz, hogy megfelelő módon hirdesd a termékedet.

Technikai beállítások




-  **Kép:** 300×60
-  **Fájltípus:** GIF, JPG, PNG
-  **Fájlméret:** Max. 150KB
-  **Maximális animáció hossza:** 30 másodperc



Overlay Hirdetések

Gondolj a discovery hirdetésekre úgy, mint egyfajta online hirdetőtáblákra. Ezek általában statikus képek, vagy nagyon minimális mozgással és animációval rendelkeznek. Vagy a videó oldalán, vagy a videó alján, vagy a videó alján lévő overlay-ként jelennek meg. Azért jó, ha beépíted őket a YouTube-hirdetési mixébe, mert olcsóbbak, mint más hirdetési formák, például a videók előtt vagy alatt megjelenő hirdetések.

Technikai beállítások








-  **Kép:** 480×70
-  **Fájltípus:** statikus GIF, PNG, JPG
-  **Fájlméret:** Max. 150KB

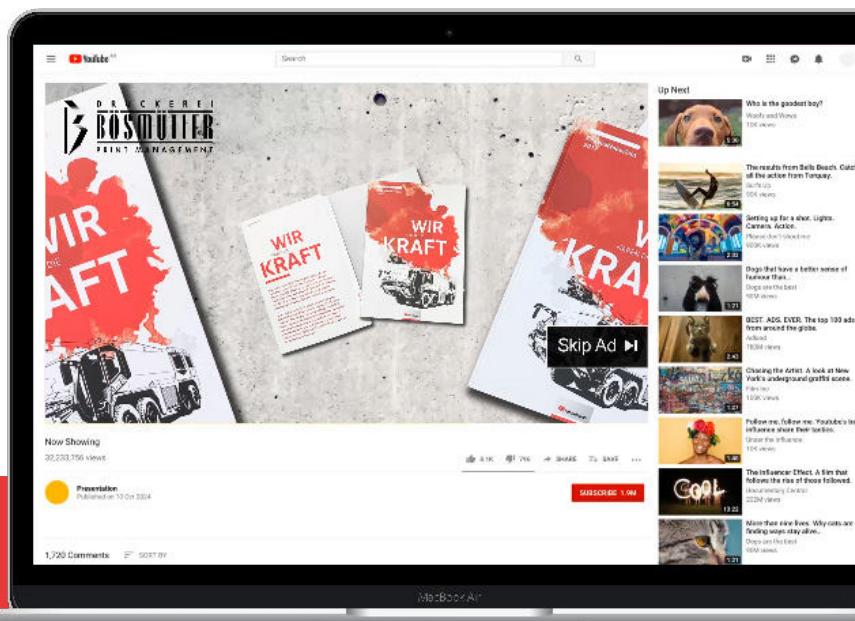


Átugorható Videó Hirdetések

Ezek a hirdetések a videó előtt vagy közben játszódnak le (más néven „pre-roll“ vagy „mid-roll“). Az a jellemzőjük, hogy a nézők az első 5 másodperc után átugorhatják őket. Hirdetőként csak akkor fizetsz, ha a nézők úgy döntenek, hogy az első 5 másodperc után is tovább nézik a videót. A hirdetésnek legalább 12 másodperc hosszúnak kell lennie (bár ajánlott a 30 másodperc alatti hossz). Akkor fizetsz, ha valaki megnézte az első 30 másodpercet, vagy az egész videót, vagy ha kattintással interakcióba lép a hirdetéseddal.

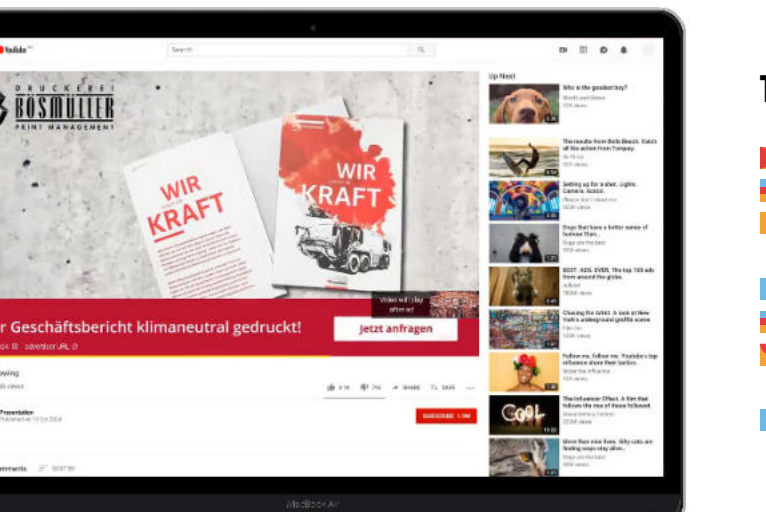
Technikai beállítások

-  **Videókódex:** H.264, MPEG-2, MPEG-4
-  **Audiókódex:** AAC, MP3
-  **Felbontás:** 640×360 (19:9 képarány) vagy 480×360 (4:3 képarány)
-  **Képkockasebesség:** 30 FPS
-  **Fájlméret:** Max. 1 GB
-  **Kísérő kép adatai:** a) 300×60 pixel; b) JPG, statikus GIF vagy PNG; c) Max. 1KB
-  **Hosszúság:** Legfeljebb 6 perc










Át nem ugorható videohirdetések

Az át nem ugorható hirdetések olyan rövid videohirdetések, amelyek egy másik videó előtt, alatt vagy után játszódnak le. A nézőknek nincs lehetőségük arra, hogy kihagyják a hirdetést. A 6 és 15 másodperc közötti videókkal a nem átugorható hirdetések lehetővé teszik, hogy a nézőkhöz eljusson a teljes üzeneted. Ha a márkaismertség széles körű növelésére törekszel, és biztos vagy benne, hogy kreatívjaid elég erősek ahhoz, hogy a közönség figyelmét a teljes 15 másodpercig lekössék, válasszad ezt a hirdetési formátumot.



Technikai beállítások








-  **Videókódex:** H.264, MPEG-2, MPEG-4
-  **Audiókódex:** AAC, MP3
-  **Felbontás:** 640×360 (19:9 képarány) vagy 480×360 (4:3 képarány)
-  **Képkockasebesség:** 30 FPS
-  **Fájlméret:** Max. 1 GB
-  **A kísérő kép adatai:** a) 300×60 pixel; b) JPG, statikus GIF vagy PNG; c) Max. 1KB
-  **Hosszúság:** Max. 15 vagy 20 másodperc (régijótól függően)

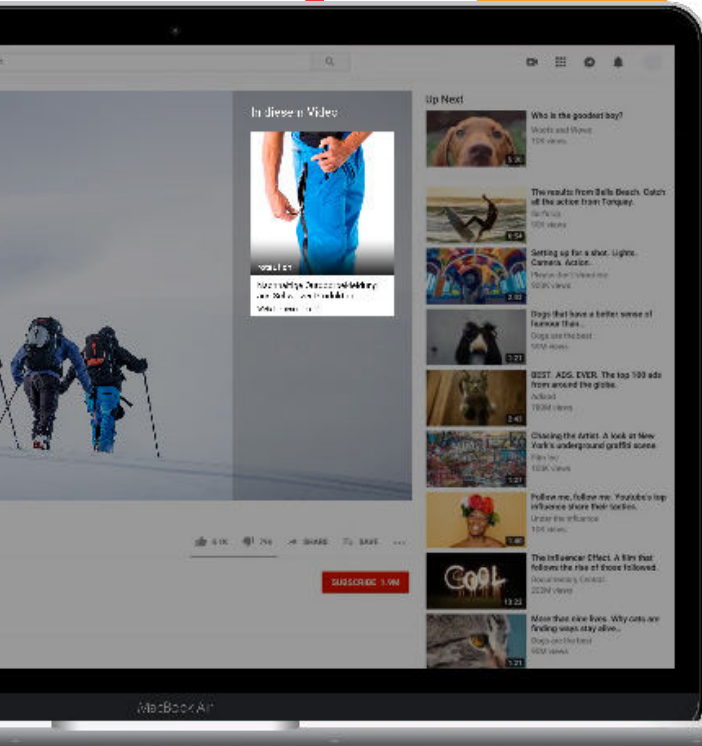
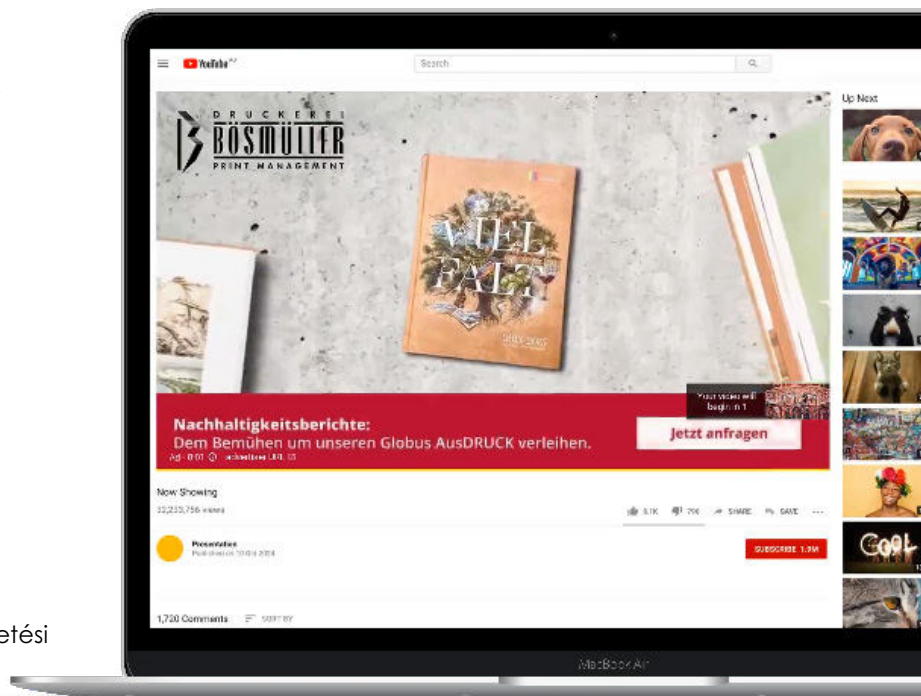


Bumper Hirdetések

A bumper hirdetés egy rövid videohirdetés formátum, amelyet arra terveztek, hogy a hirdető növelje a márka ismertségét. Legfeljebb 6 másodperces, és egy másik videó előtt, alatt vagy után játszódik le. Megjelenhetnek a YouTube-on, illetve a Display Network partneroldalakon és alkalmazásokban található videókon.

Technikai beállítások




-  **Videókódex:** H.264, MPEG-2, MPEG-4
-  **Audiókódex:** AAC, MP3
-  **Felbontás:** 640×360 (19:9 képarány) vagy 480×360 (4:3 képarány)
-  **Képkockasebesség:** 30 FPS
-  **Fájlméret:** Max. 1 GB
-  **A kísérő kép adatai:** a) 300×60 pixel; b) JPG, statikus GIF vagy PNG; c) a képnek követnie kell a Google képhirdetési irányelveit; d) Max. 1KB
-  **Hosszúság:** Max. 6 másodperc



Szponzorált Kártya

A YouTube hirdetési arzenáljának egyik újabb kiegészítője a szponzorált kártya. Ez úgy működik, hogy a felhasználók egy rövid „teaser” látnak a szponzorált kártyáról. Néhány másodperc múlva a teaser helyébe a kártya ikonja lép. Az ikon az éppen nézett videó jobb felső sarkában jelenik meg, és a felhasználóknak lehetőségük van rákattintani, hogy további információkat kapjanak a szponzorált tartalomról.

Technikai beállítások

-  **Média:** kép; a) JPG, statikus GIF vagy PNG; b) képarány 1:1; c) max. 1KB
-  **Hosszúság:** Max. 15 vagy 20 másodperc (régijótól függően)
-  **Fájlméret:** legfeljebb 2 MB