


TV 2 NATIVE DISPLAY

Fredag 2. jun. Video Sporten Underholdning Storm ☰ Mer 🔍 Sumo


Annonse:

ANNONSØRINNHOLD



Digg burger med avokado, bacon og syltet rødløk

ANNONSØRINNHOLD fra Tine



► - Fallesyken ser ut til å ha kommet til England

NATURLIGE DISPLAYANNONSER

ANNONSER SOM PASSER INN I TV2.no's REDAKSJONELLE MILJØ

PERFEKT TIL DISTRIBUTJON AV LETT INNHOLDSMARKEDSFØRING

Bakgrunn:

De fleste annonsør har ulike former for innhold på egne sider. Eksempler kan være utfyllende produktbeskrivelser, oppskrifter, DIY instruksjoner, demovideoer, interessant bakgrunnsinformasjon etc. TV 2 Native er annonser designet for å skape trafikk til dette innholdet

Hva:

TV 2 Native display er annonser som er utformet for å matche vårt redaksjonelle miljø. De ser naturlig hjemme ut i vårt redaksjonelle men er tydelig merket som kommersielle.

Hvorfor:

Da brukeren er i modus til å konsumere innhold på en nettavis og annonsene visuelt passer inn på TV2.no bidrar de til å forsterke den naturlige brukeropplevelsen. Sjansen for at annonsene vies interesse vil være høyere noe som vil generere trafikk og gi bedre effekt.

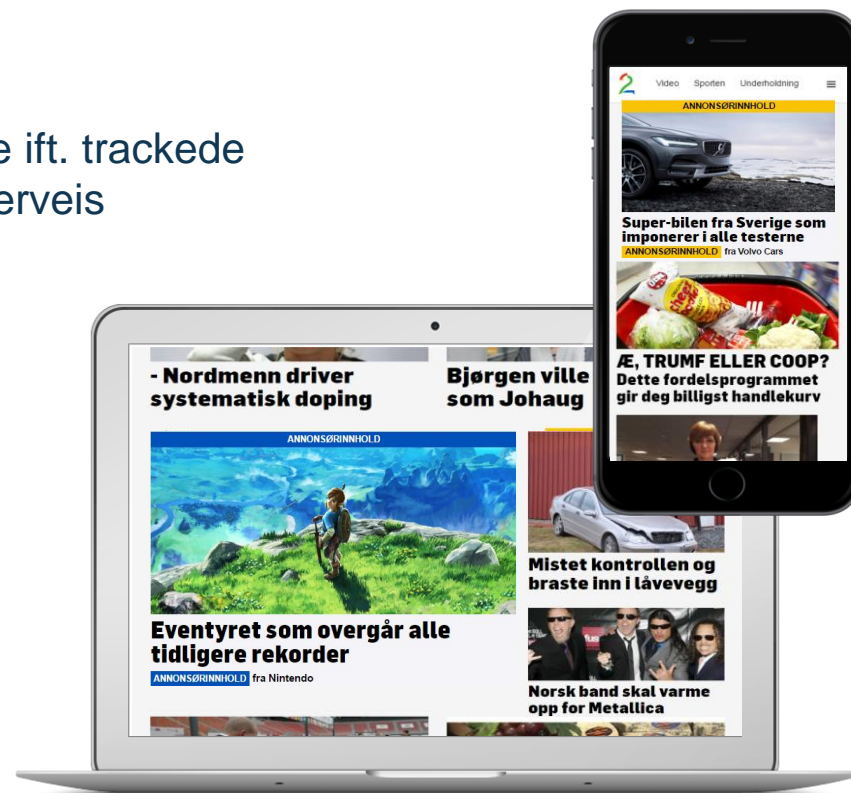
ANNONSENE SOM PASSER INN I TV2.no's REDAKSJONELLE MILJØ

PERFEKT TIL DISTRIBUTJON AV LETT INNHOLDSMARKEDSFØRING

- Annonsør/byrå kan fortløpende optimalisere annonsene ift. trackede resultater og enkelt endre vinklinger, bilde og tekst underveis
- Dyr annonseproduksjon blir helt overflødig
- Høyere oppmerksomhet, lettere å klikke

Demo

<http://www.tv2.no/marketed/native/editorial>



SPESIFIKASJONER

Pr. annonse leveres:

1 stk. bilde i god kvalitet. Minimum 1.91:1 Ratio – 1200 x 628

1 stk. URL adresse til en relevant landingsside

1 stk. clicktracker (valgfri)

1 stk. impressiontracker (valgfri)

1 stk. annonsetekst: Se neste slide

SPESIFIKASJONER – Annonsetekst

I TV 2s nativemal har man 2 tekstlinjer til rådighet

Hvor mange spaces dette utgjør avhenger av setningens ordsammensetning pga. linjeskift. Det er plass til 2 linjer a 25 bokstaver, men dersom siste ordet i øverste linjen bryter med linjeskift mister man en del av kapasiteten.

Mellomrom tar opp mindre plass enn bokstaver.
Mange mellomrom = noen flere mer tilgjengelige spaces.

Formelen for å finne ut hvor mange spaces man har til rådighet blir da slik:

50 – antall spaces fra bokstaven på space nr 25 til starten av samme ordet + (antall mellomrom x 0,45)

Max kapasitet med masse mellomrom: **73 spaces**

**Q w e r t y u i o p å a s d f g h j k
l ø æ z x c v b n m q w e r t y u l**

Max kapasitet ved perfekt linjeskift uten mellomrom: **51 spaces**

**Q w e r t y u i o p å a s d f g h j k l ø æ z x c
v b n m q w e r t y u i o p å a s d f g h j k l ø**

Max kapasitet med mest mulig ugunstig ordsammensetning: **27 spaces**

**Q
w e r t y u i o p å a s d f g h j k l ø æ z x c v**

1 space = Bokstav, ett tegn eller ett mellomrom

SLIK SETTER DU OPP KLIKKVENNLIGE NATIVEANNONSER

- **Annonsen må være relevant ift. innholdet på landingssiden!**
- Sett deg selv i surferens sko. What's in it for me? Hva gir det meg å klikke?
- Skriv titler du selv ville klikket på
- Spill på USPer. Hva er unikt ved deres produkt/vinkling/tilgift etc.
- Utnytt, men ikke overbruk klisjeene (Slik + Du vil ikke tro.. etc)
- Bruk tydelige bilder som passer godt med valgt vinkling. Unngå illustrasjonsbilder! (type PPT eller stockbilder)
- Ikke avslør alt i annonsen. Tenn og oppretthold brukerens nyskjerrighet
- Forbrukervinklinger fungerer godt! Tester eller annet? Ekspertuttalelser?
- Eksklusive historier /eksklusiv informasjon er gull
- Sett opp ulike varianter. Bruk det som fungerer best