



# Pomysły na rozwój aplikacji zarządzania reklamą w serwisie internetowym

W rozpisce zostały przedstawione możliwości proponowanego rozwiązania oraz koszty, które się z tym wiążą. Należy mieć na uwadze, że sprawa funkcjonalności aplikacji jest otwarta – w każdej chwili możemy dobudować nowy moduł, bądź zmodyfikować istniejący. Wszystko zależy od indywidualnych wymagań Klienta.



## Propozycje dodatkowych funkcji ...

Raz jeszcze zachęcam do zapoznania się z podręcznikiem dotyczącym omawianego narzędzia. Można tam znaleźć wiele poręcznych informacji. Dokument ten dostępny jest pod adresem: [http://www.lukaszpiec.pl/doc/spec/system\\_reklamowy.pdf](http://www.lukaszpiec.pl/doc/spec/system_reklamowy.pdf)

<b>Dodatek</b>	<b>Rozwinięcie</b>	<b>Szacowany koszt wdrożenia (netto)</b>
Możliwość publikowania reklam za pomocą skryptu JavaScript.	W podstawowej wersji reklama jest inicjowana poprzez funkcję PHP. JavaScript pozwala na większą uniwersalność skryptu, bowiem reklamy można inicjować w dowolnych miejscach, na różnych serwisach internetowych. Wystarczy odpowiednio dobrać rozmiary powierzchni reklamowej.	<b>xxx PLN</b>
Możliwość publikowania reklam w okienku POP-UP	Po wejściu na stronę pojawia się okienko, w którym odwiedzający widzi reklamę JPG/GIF, FLASH lub HTML. Okienko można w każdej chwili zamknąć, jest nieblokowane przez różnego rodzaju mechanizmy, które na ten cel są tworzone. Bardzo lekkie, nie obciąża przeglądarki użytkownika.	<b>xxx PLN</b>
Pula reklam „awaryjnych”	Istnieje możliwość przygotowania puli reklam tzw. „awaryjnych” – chodzi o sytuację, w której na dane miejsce reklamowe nie przypada żadna reklama, wtedy pojawia się tam pozycja z tejże puli. W ten sposób powierzchnia reklamowa zawsze jest czymś wypełniona.	<b>xxx PLN</b>

<b>Dodatek</b>	<b>Rozwinięcie</b>	<b>Szacowany koszt wdrożenia (netto)</b>
Powiadomienie E-mail /SMS dla administratora o zakończonej ekspozycji danej reklamy	W momencie, kiedy kończy się ekspozycja reklamy (ma to miejsce w przypadku osiągnięcia określonego limitu kliknięć lub wyświetleń; lub gdy dobiega końca ustawiony termin ekspozycji) system przesyła powiadomienie o tym fakcie do administratora lub innej wyznaczonej osoby.	<b>xxx PLN</b>
Statystyki dla osób, które reklamują się w serwisie, w którym znajduje się system reklamowy.	W momencie dodawania reklamy do systemu określamy także adres e-mail Klienta. Gdy dobiega końca czas ekspozycji, system wysyła adres e-mail na podany adres ze statystykami kliknięć i wyświetleń. Sama statystyka jest także informacją, że czas ekspozycji został zakończony.	<b>xxx PLN</b>
Możliwość zerowania statystyk danej reklamy	Nie wymaga wyjaśnienia.	<b>xxx PLN</b>



Dokument ma charakter koncepcyjny. Każdy z przedstawionych elementów został opracowany i zaproponowany na bazie zdobytych doświadczeń oraz konsultacji z zespołem programistów. **W razie dodatkowych pytań proszę o kontakt.**