



# Kompleksowa obsługa reklam na Twojej stronie internetowej

Szukasz dodatkowego źródła dochodu? Posiadasz serwis internetowy? To jest oferta dla Ciebie! Prezentowana aplikacja pomoże publikować oraz zarządzać reklamami (bannerami) na Twojej stronie internetowej. **Sprawdź to.**

Na kolejnych stronach tego dokumentu przedstawione zostały praktyczne przykłady zastosowania aplikacji. Co więcej, można także obejrzeć autentyczne zrzuty ekranu prezentujące funkcjonalność omawianego systemu reklamowego.



# Gdzie prezentowane są reklamy?

To podstawowe pytanie. Z reguły, gdy ktoś od nas kupuje reklamę, to jej cena jest uzależniona nie tylko od liczby wyświetleń, czy kliknięć, ale także od miejsca gdzie dana reklama ma być prezentowana. Są miejsca cenne i cenniejsze.

W prezentowanej aplikacji mamy możliwość definiowania niezliczonej liczby takich właśnie miejsc reklamowych. Oczywiście wszystko w oparciu o nasz serwis internetowy.

Na wstępie mamy kilka miejsc reklamowych, które można uznać za domyślne:

1. Okno pop-up
2. Dynamiczny skyscraper (porusza się w miarę przewijania strony)
3. Reklama „przyklejona” do dolnej krawędzi strony

The image shows a screenshot of the onet.pl website with several advertising placement locations highlighted:

- Okno pop-up:** Five yellow boxes with red borders are placed over various content areas on the page, labeled "Okno pop-up".
- Dynamiczny skyscraper:** A yellow vertical box on the right side of the page is labeled "Dynamiczny skyscraper (porusza się w miarę przewijania strony)". Two black arrows point downwards from this box, indicating its movement.
- Reklama „przyklejona” do dolnej krawędzi strony:** A yellow horizontal bar at the bottom of the page is labeled "Reklama „przyklejona” do dolnej krawędzi strony".

## **OKNO POP-UP**

Specjalnie przygotowany mechanizm generuje okno, które jest nieblokowane, żadna przeglądarka poprzez swoje zabezpieczenia nie sprawi, że odbiorca nie zobaczy okna reklamowego. Okno możemy zamknąć poprzez „krzyżyk” w prawym, górnym rogu.

Prócz samego zamknięcia okna istnieje możliwość jego przeniesienia w inne miejsce na ekranie. Jest to dodatkowa funkcjonalność, z której od czasu do czasu odbiorcy reklam korzystają. Tutaj zostało to także przewidziane.

Rozmiar reklamy (szerokość oraz wysokość) nie jest ograniczony w żaden sposób. Osoba zarządzająca systemem ma pełną dowolność, w ramach zdrowego rozsądku. Przyjęło się, że reklama po wyświetleniu nie powinna zajmować znaczącej powierzchni ekranu, warto dokładnie przemyśleć jej rozmiar.

## **DYNAMICZNY SKYSCRAPER (PORUSZA SIĘ W MIARĘ PRZEWIJANIA STRONY)**

Zazwyczaj rozmiar tego typu reklamy, to 120x600 pikseli lub 160x600 pikseli. Zatem mamy do czynienia z pionowym blokiem, co widać na załączonym schemacie (poprzednia strona). Ta forma reklamy ma to do siebie, że nawet jeśli jesteśmy na stronie, której treść wymaga skorzystania z suwaka przeglądarki (aby przejść „niżej”), reklama będzie podążać za suwakiem, cały czas będzie widoczna w prawym, górnym rogu ekranu.

## **REKLAMA „PRZYKLEJONA” DO DOLNEJ KRAWĘDZI STRONY**

Podobnie jak SKYSCRAPER – reklama jest widoczna na ekranie cały czas.

W przypadku tej reklamy jesteśmy ograniczeni zarówno wysokością, jak i szerokością. Wysokość domyślnie ustawiona została na 70 pikseli, ponieważ nie możemy zabierać potencjalnemu oglądającemu zbyt dużo powierzchni ekranu.

## PRZYKŁADOWE ZESTAWIENIE MIEJSC REKLAMOWYCH

Poniższy przykład prezentuje przykład rozmieszczenia miejsc reklamowych w Twoim serwisie internetowym. Pominięte zostały opisane wyżej miejsca DOMYŚLNE.

The screenshot shows the onet.pl homepage with several advertising spots highlighted in yellow boxes:

- BILLBOARD REKLAMOWY:** A large banner at the top of the page.
- POWIERZCHNIA REKLAMOWA:** A large rectangular area on the left side of the page.
- POWIERZCHNIA REKLAMOWA:** A large rectangular area on the right side of the page.
- REKLAMA TEKSTOWA:** A small rectangular area within the news section, specifically under the headline "USA i strefa euro zaczną z wolna wychodzić z recesji w 2010 r."

Komplet miejsc reklamowych powinien zostać uzgodniony przed instalacją aplikacji. Jednak w trakcie jej działania można (na życzenie Klienta) uzupełniać miejsca reklamowe o kolejne (zasugerowane).

# Jakie typy reklam są obsługiwane?

## REKLAMA GRAFICZNA (GIF, JPG, PNG)

Administrator wprowadza plik graficzny z reklamą.

System sprawdza czy rozmiary wprowadzonego obrazka są poprawne. Sprawdzenie to oparte jest o wybór miejsca, w którym reklama będzie publikowana. Do każdego miejsca reklamowego odgórnie przypisana jest szerokość lub wysokość, lub obie wartości (jeśli mamy ustalone rozmiary).

## ANIMACJA FLASH (SWF)

Przy wprowadzaniu tego typu reklamy administrator musi podać jej rozmiary – szerokość oraz wysokość (trzeba ją ręcznie wpisać). Następnie system sprawdzi czy podane rozmiary mieszczą się w zakresie, który jest ograniczony przez miejsce wybrane dla tej reklamy.

## KOD HTML (HTML, JAVASCRIPT ITD.)

Przewidziana została także sytuacja, w której pobieramy kod np. JavaScript z innego serwisu, który oferuje reklamy dla swoich Klientów. Za sprawą takiego kodu na naszej stronie są wyświetlane reklamy dodane w systemie, z którego kod np. JavaScript pochodzi.

Przykładem może być serwis: <http://www.tradedoubler.com/>

Ustawienie limitu:

Typ reklamy:

Wybór powierzchni reklamowej:  Aby przejrzeć dostępne reklamy reklamowe w formie powierzchni reklamowej numer 5 tj. reklama w oknie pop-up.

Miejsce:

Aktywna:



# Jak wygląda definiowanie reklamy?

Znalazłem pliki pomocy! Jeśli chcesz je przejrzeć - [rozwiń tekst](#)

Identyfikator, to nic innego jak nazwa reklamy.  
Jest pomocna przy rozróżnianiu reklam w panelu administracyjnym.

Identyfikator:

Data publikacji:  [Otwórz kalendarz](#)

**POLE OPCJONALNE!** - jeśli data nie zostanie ustawiona system będzie brał pod uwagę limit wyświetleń lub kliknięć, w zależności od ustawień reklamy.

Data zakończenia:  [Otwórz kalendarz](#)

Limit kliknięć:

Limit wyświetleń:

**UWAGA!** - reklama może działać w 4 trybach (opcjach). **Pierwsza opcja** - reklama jest wyświetlana do czasu, gdy nadejdzie termin określony w polu DATA ZAKOŃCZENIE. **Druga opcja** jest taka, że system wyświetla ją, aż zostanie przekroczony limit kliknięć, **trzecia opcja** - przekroczenie limitu wyświetleń. **Czwarta opcja** bierze pod uwagę zarówno kliknięcia, wyświetlenia, jak i datę zakończenia - jeśli którykolwiek z tych progów zostanie przekroczony, banner znika ze strony internetowej (nie jest wyświetlany).

Poniżej należy ustawić odpowiedni wariant

Ustawienie limitu:

Typ reklamy:

Wybór powierzchni reklamowej, to bardzo ważny moment. Aby przejrzeć dostępne powierzchnie reklamowe [kliknij tutaj](#) Jeśli dodajemy reklamę w formie KODU HTML istnieje obostrzenie - nie jest dostępna powierzchnia reklamowa numer 5 tj. reklama w oknie pop-up.

Miejsce:

Aktywna:

[przejdź dalej](#)

## IDENTYFIKATOR

Służy do jednoznacznej identyfikacji reklamy w systemie, dla wiadomości administratora. Możemy wpisać dowolną wartość.

## DATA PUBLIKACJI

Za pomocą bardzo poręcznego kalendarza wybieramy datę, od której reklama będzie dostępna w naszym serwisie internetowym. Do czego może się to przydać? Jest to idealne narzędzie do rozplanowania kampanii reklamowej.

Listopad 2008						
P	W	Ś	C	P	S	N
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

## DATA ZAKOŃCZENIA

To pole jest opcjonalne – obowiązuje tylko wtedy, gdy USTAWIENIE LIMITU zostało określone według daty zakończenia. Wtedy reklama jest publikowana do momentu nadejścia dnia/miesiąca/roku określonego jako DATA ZAKOŃCZENIA.

Znalazłem pliki pomocy! Jeśli chcesz je przejrzeć - [rozwij tekst](#)

Identyfikator, to nic innego jak nazwa reklamy.  
Jest pomocna przy rozróżnianiu reklam w panelu administracyjnym.

Identyfikator:

Data publikacji:  [Otwórz kalendarz](#)

**POLE OPCJONALNE!** - jeśli data nie zostanie ustawiona system będzie brał pod uwagę limit wyświetleń lub kliknięć, w zależności od ustawień reklamy.

Data zakończenia:  [Otwórz kalendarz](#)

Limit kliknięć:

Limit wyświetleń:

**UWAGA!** - reklama może działać w 4 trybach (opcjach). **Pierwsza opcja** - reklama jest wyświetlana do czasu, gdy nadejdzie termin określony w polu DATA ZAKOŃCZENIE. **Druga opcja** jest taka, że system wyświetla ją, aż zostanie przekroczony limit kliknięć, **trzecia opcja** - przekroczenie limitu wyświetleń. **Czwarta opcja** bierze pod uwagę zarówno kliknięcia, wyświetlenia, jak i datę zakończenia - jeśli którykolwiek z tych progów zostanie przekroczony, banner znika ze strony internetowej (nie jest wyświetlany).

Poniżej należy ustawić odpowiedni wariant

Ustawienie limitu:

Typ reklamy:

Wybór powierzchni reklamowej, to bardzo ważny moment. Aby przejrzeć dostępne powierzchnie reklamowe [kliknij tutaj](#). Jeśli dodajemy reklamę w formie KODU HTML istnieje obostrzenie - nie jest dostępna powierzchnia reklamowa numer 5 tj. reklama w oknie pop-up.

Miejsce:

Aktywna:

[przejdź dalej](#)

## LIMIT KLIKNIĘĆ

W momencie, gdy USTAWIENIE LIMITU zostanie określone według limitu kliknięć, pole należy obowiązkowo uzupełnić. W efekcie reklama będzie widoczna w serwisie do chwili, w której osiągnie odpowiedni pułap (liczbę) kliknięć.

## LIMIT WYŚWIETLEŃ

W momencie, gdy USTAWIENIE LIMITU zostanie określone według limitu wyświetleń, pole należy obowiązkowo uzupełnić. W efekcie reklama będzie widoczna w serwisie do chwili, w której osiągnie odpowiedni pułap (liczbę) wyświetleń.

System posiada zabezpieczenie, dzięki któremu jeden użytkownik może daną reklamę zobaczyć tylko X razy (domyślnie „10”). Gdy dana reklama zostanie wyświetlona X razy na ekranie jednego użytkownika, znika. Dotyczy to tylko i wyłącznie indywidualnej osoby, nie znika dla wszystkich.

## TYP REKLAMY

Określamy czy dodawana reklama, to obrazek (gif|JPG|png), flash (swf), czy może jest to reklama w formie kodu HTML. Typy reklam zostały opisane na stronie „3” dokumentu.

Znalazłem pliki pomocy! Jeśli chcesz je przejrzeć - [rozwiń tekst](#)

Identyfikator, to nic innego jak nazwa reklamy.  
Jest pomocna przy rozróżnianiu reklam w panelu administracyjnym.

Identyfikator:

Data publikacji:  [Otwórz kalendarz](#)

**POLE OPCJONALNE!** - jeśli data nie zostanie ustawiona system będzie brał pod uwagę limit wyświetleń lub kliknięć, w zależności od ustawień reklamy.

Data zakończenia:  [Otwórz kalendarz](#)

Limit kliknięć:

Limit wyświetleń:

**UWAGA!** - reklama może działać w 4 trybach (opcjach). **Pierwsza opcja** - reklama jest wyświetlana do czasu, gdy nadejdzie termin określony w polu DATA ZAKOŃCZENIE. **Druga opcja** jest taka, że system wyświetla ją, aż zostanie przekroczony limit kliknięć, **trzecia opcja** - przekroczenie limitu wyświetleń. **Czwarta opcja** bierze pod uwagę zarówno kliknięcia, wyświetlenia, jak i datę zakończenia - jeśli którykolwiek z tych progów zostanie przekroczony, banner znika ze strony internetowej (nie jest wyświetlany).

Poniżej należy ustawić odpowiedni wariant

Ustawienie limitu:

Typ reklamy:

Wybór powierzchni reklamowej, to bardzo ważny moment. Aby przejrzeć dostępne powierzchnie reklamowe [kliknij tutaj](#) Jeśli dodajemy reklamę w formie KODU HTML istnieje obostrzenie - nie jest dostępna powierzchnia reklamowa numer 5 tj. reklama w oknie pop-up.

Miejsce:

Aktywna:

[przejdź dalej](#)

## MIEJSCE

Na liście rozwijanej znajdują się miejsca reklamowe opisane na stronach „1” - „3” tego dokumentu. Na podstawie wyboru miejsc system przeanalizuje wprowadzoną reklamę.

Jeśli dodajemy reklamę w formie obrazkowej (gif|JPG|png) system zweryfikuje rozmiar wprowadzonego obrazka.

W przypadku reklamy typu flash (swf) system poprosi o zdefiniowanie szerokości oraz wysokości, a następnie wartości te zostaną porównane ze wzorcem przypisanym do danego miejsca reklamowego.

## AKTYWNA?

Za pomocą wyboru TAK|NIE możemy określić czy reklama będzie publikowana od razu, czy do momentu ustawienia opcji na TAK będzie dostępna tylko i wyłącznie w systemie zarządzania reklamą.

Do czego przydaje się ta funkcjonalność? Możemy wyłączyć daną reklamę, a następnie włączyć. Nie ma konieczności usuwania jej z systemu. To wygoda.



## Zbieranie informacji na temat reklamy

Każde kliknięcie w reklamę, a nawet jej wyświetlenie jest monitorowane. System zbiera informacji, nawet jeśli limity reklam nie są związane z kliknięciami lub wyświetleniami. Wszystko po to, aby przekazać wiadomość, czy dana reklama ma swoich interesantów / odbiorców.

System zabezpiecza sytuację, w której jeden użytkownik klika w reklamę 20 razy – dla aplikacji jest to 1 kliknięcie. Tak więc statystyki kliknięć nie są w żaden sposób „preparowane”.

Publikacja	Koniec	Nazwa	Miejsce	Wyświetlenia	Kliknięcia	Limit	
12-11-2008	04-05-2009	Janek01	reklama w lewej kolumnie, pionowa	632 / --- ostatnio 18-11-2008, 9:04	14 / --- ostatnio 17-11-2008, 16:05	obowiązuje data zakończenia	
04-11-2008	04-04-2009	Prestin01	reklama w lewej kolumnie, pionowa	1475 / --- ostatnio 18-11-2008, 9:03	29 / --- ostatnio 17-11-2008, 19:35	obowiązuje data zakończenia	
04-11-2008	04-04-2009	psych_pion	reklama w lewej kolumnie, pionowa	1361 / --- ostatnio 18-11-2008, 9:04	25 / --- ostatnio 17-11-2008, 8:57	obowiązuje data zakończenia	
03-11-2008	29-04-2009	psychorada_poziom01	reklama na podstronach, w miejsce komiksu	2950 / --- ostatnio 18-11-2008, 9:03	39 / --- ostatnio 17-11-2008, 19:19	obowiązuje data zakończenia	









Jak widać, mamy kompletne statystyki każdej z reklam zdefiniowanych w systemie. Dodatkowo znajdziemy informację, kiedy (konkretne data) miało miejsce ostatnie kliknięcie, bądź wyświetlenie.

Proszę zwrócić uwagę na zaznaczony fragment – 3 reklamy posiadają to samo miejsce reklamowe. Co wtedy? Nie ma mowy o żadnej kolizji, to normalna sytuacja. **Jeżeli na dane miejsce reklamowe administrator zdefiniuje więcej, niż jedną reklamę – system będzie losowo wybierał reklamę do wyświetlenia. Po odświeżeniu strony przez użytkownika zostanie wylosowana inna reklama.**

Taki zabieg podnosi także atrakcyjność naszego serwisu internetowego – użytkownicy widzą, że reklam jest kilka (więcej, niż jedna), stąd wnioskują, że serwis cieszy się dużym zainteresowaniem.

## Nawigacja – opcje dostępne dla reklamy

Każda reklama, która na dany moment znajduje się w systemie posiada dwie opcje związane z zarządzaniem. Są one sygnowane za pomocą ikon, które zostały zaznaczone na poniższym obrazku.

Publikacja	Koniec	Nazwa	Miejsce	Wyświetlenia	Kliknięcia	Limit	
12-11-2008	04-05-2009	Janek01	reklama w lewej kolumnie, pionowa	632 / --- ostatnio 18-11-2008,9:04	14 / --- ostatnio 17-11-2008,16:05	obowiązuje data zakończenia	 
04-11-2008	04-04-2009	Prestin01	reklama w lewej kolumnie, pionowa	1475 / --- ostatnio 18-11-2008,9:03	29 / --- ostatnio 17-11-2008,19:35	obowiązuje data zakończenia	 
04-11-2008	04-04-2009	psych_pion	reklama w lewej kolumnie, pionowa	1361 / --- ostatnio 18-11-2008,9:04	25 / --- ostatnio 17-11-2008,8:57	obowiązuje data zakończenia	 
03-11-2008	29-04-2009	psychorada_poziom01	reklama na podstronach, w miejsce komiksu	2950 / --- ostatnio 18-11-2008,9:03	39 / --- ostatnio 17-11-2008,19:19	obowiązuje data zakończenia	 

Ikonka „kosza”, to oczywiście usunięcie reklamy. Po kliknięciu system poprosi o potwierdzenie operacji. Po zatwierdzeniu, reklama zostanie trwale skasowana z bazy danych, wraz z jej statystykami.

Druga ikonka – „żarówka” – posiada dwa stany:

- Zapalona – sygnalizuje, że reklama jest aktywna. Dostępna w systemie, o ile limity na daną reklamę nie zostały osiągnięte.
- Zgaszona (wyłączona) – sygnalizuje, że reklama jest nieaktywna. Nawet jeżeli limity reklamowe nie zostały osiągnięte, użytkownicy nie mogą zobaczyć reklamy w danym miejscu reklamowym. Stan ten się zmieni po przełączeniu jej na aktywną (zapalona żarówka).

Jak przełączać stany zapalona <> zgaszona?

Wystarczy kliknąć w ikonkę „żarówki”. Po kliknięciu stan reklamy zmienia się na przeciwny. Ta operacja nie wymaga potwierdzenia od użytkownika, tak jak to ma miejsce w przypadku trwałego usunięcia reklamy z systemu.

## Dodatki do systemu, na życzenie

**Przedstawiona specyfikacja jest otwarta!** W każdej chwili – nawet gdy aplikacja działa na serwerze i sprawuje pieczę nad systemem reklamowym w serwisie "XYZ" – istnieje możliwość dobudowania funkcji, które zostaną zasugerowane.

Oczywiście każda z tych funkcji poddana będzie indywidualnej wycenie, trzeba o tym pamiętać.

Na podstawie doświadczeń związanych ze sprzedażą dodatków do opisywanej aplikacji, poniżej kilka przykładów funkcji, które stanowią DODATEK. Są to przykłady „z życia wzięte”.

1. Do każdej publikowanej reklamy przypisywany jest adres e-mail osoby, która zleciła stworzenie danej kampanii reklamowej. Po jej zakończeniu system automatycznie roześle informację o wynikach kampanii. To w jaki sposób wyniki zostaną przedstawione (PDF w załączniku, plik HTML, TEXT) pozostaje w sferze ustaleń pomiędzy zamawiającym, a autorem aplikacji.
2. W prawdzie większość serwerów w trosce o dobro swoich Klientów wykonuje automatyczne kopie bezpieczeństwa, jednakże bardzo często lepiej „dmuchać na zimne”, stąd propozycja modułu tworzenia kopii zapasowej. Kopia taka zawiera nie tylko pliki reklam (JPG/GIF/PNG, FLASH itd.), ale także pełne zestawienie statystyk.

## Rozwiązywanie problemów

W razie jakichkolwiek problemów z obsługą opisywanego narzędzia istnieje kilka sposobów uzyskania pomocy technicznej.

1. Kontakt telefoniczny, o każdej porze.
2. Kontakt za pomocą komunikatora internetowego (Gadu Gadu, Skype)
3. Kontakt za pośrednictwem poczty elektronicznej

Jeżeli żadna z powyższych metod nie doprowadzi do rozwiązania problemu, **zostanie przygotowany film video, na którym krok po kroku zostanie przedstawione rozwiązanie problemu.** W praktyce, jest to najlepsza, najprostsza, a zarazem najszybsza metoda!

# Wymagania techniczne

**Aplikacja nie wymaga specjalnej konfiguracji serwera oraz żadnych niezwykłych narzędzi. System opiera się o mechanizmy, które aktualnie posiada każdy – nawet darmowy – serwer WWW.**

Poniżej znajdują się lista wymogów funkcjonalnych.

Lista prezentuje zagadnienia, które pozwolą w 100% wykorzystać możliwości aplikacji.

1. 100MB przestrzeni dyskowej (przewidziane miejsce na kopie zapasowe)
2. baza danych MySQL (w zupełności wystarczy 10MB)
3. obsługa regułek modrewrite (to wymóg opcjonalny, aczkolwiek bardzo zalecany)
4. obsługa skryptów PHP

## **Ad.1.**

Dlaczego aż 100MB?

Chodzi tutaj o kopie zapasowe, które aplikacja może tworzyć – automatycznie oczywiście. To dość ciekawe rozwiązanie, bowiem zapobiega utracie zgromadzonych przez nas danych (waluty, baza danych banków, kursy walut). Swoją pracę należy szanować, zatem warto dbać o jej efekty.

Kopia może być (ale nie musi, zależy od ustawienia w konfiguracji narzędzia) tworzona automatycznie każdego dnia. System realizuje tę operację późno w nocy, mając na uwadze fakt, że wtedy „używalność” narzędzia przez potencjalnych klientów jest najmniejsza.

## **Ad.2.**

Wraz z instalacją narzędzia, programista (Łukasz Piec) tworzy strukturę bazy danych. W związku z tym bardzo proszę przy realizacji zlecenia o dostęp do serwera FTP (celem instalacji narzędzia) oraz dostęp do bazy danych. Instalacja narzędzia na wskazanym serwerze WWW wliczona jest w cenę, nie jest osobno odpłatna.

Czas instalacji oraz podłączenia aplikacji u Klienta nie powinien przekroczyć 2 dni roboczych. Po zakończonej pracy Klient jest informowany o jej wynikach. W razie problemów, tudzież komplikacji programista przekazuje uwagi oraz rady.

### **Ad. 3.**

Obsługa modrewrite przydaje się w stworzeniu aplikacji, która korzysta z tzw. „przyjaznych linków”. Działa to bardzo pozytywnie na mechanizmy indeksujące Google oraz innych wyszukiwarek, co za tym idzie – wpływa na pozycję w wynikach wyszukiwania. Drugi bardzo ważny i mocny argument, to bezpieczeństwa – korzystając z regułek modrewrite fizyczny adres kalkulatora jest zamaskowany, potencjalny napastnik ma problem z identyfikacją naszych plików.

### **Ad. 4.**

Obsługa skryptów PHP, to w obecnych czasach standard. Szczerze mówiąc nie spotkałem się z serwerem, który tego nie oferuje. Co więcej, można to znaleźć nawet na darmowych serwerach, których w sieci jest dużo. Aczkolwiek nie polecam! Warto zapłacić parę groszy (dosłownie) i cieszyć się „swoim” internetem.