



# TV Banner

Media kit



**Zobrazení až přes celou  
šířku obrazovky**



**Jednoduché na výrobu**



**Pokročilé možnosti cílení**



**Online řízení kampaně  
v reálném čase**



**Okamžité statistiky**



**Možnost prokliku  
do televizní aplikace**





## Popis formátu

TV Banner byl prvním formátem, který byl dostupný pro televizní reklamu v HbbTV. Nyní je možné si vybrat ze dvou velikostí a to Banner nebo Big Banner. S větším formátem, Big Bannerem, může být reklamní sdělení přes celou šířku obrazovky.

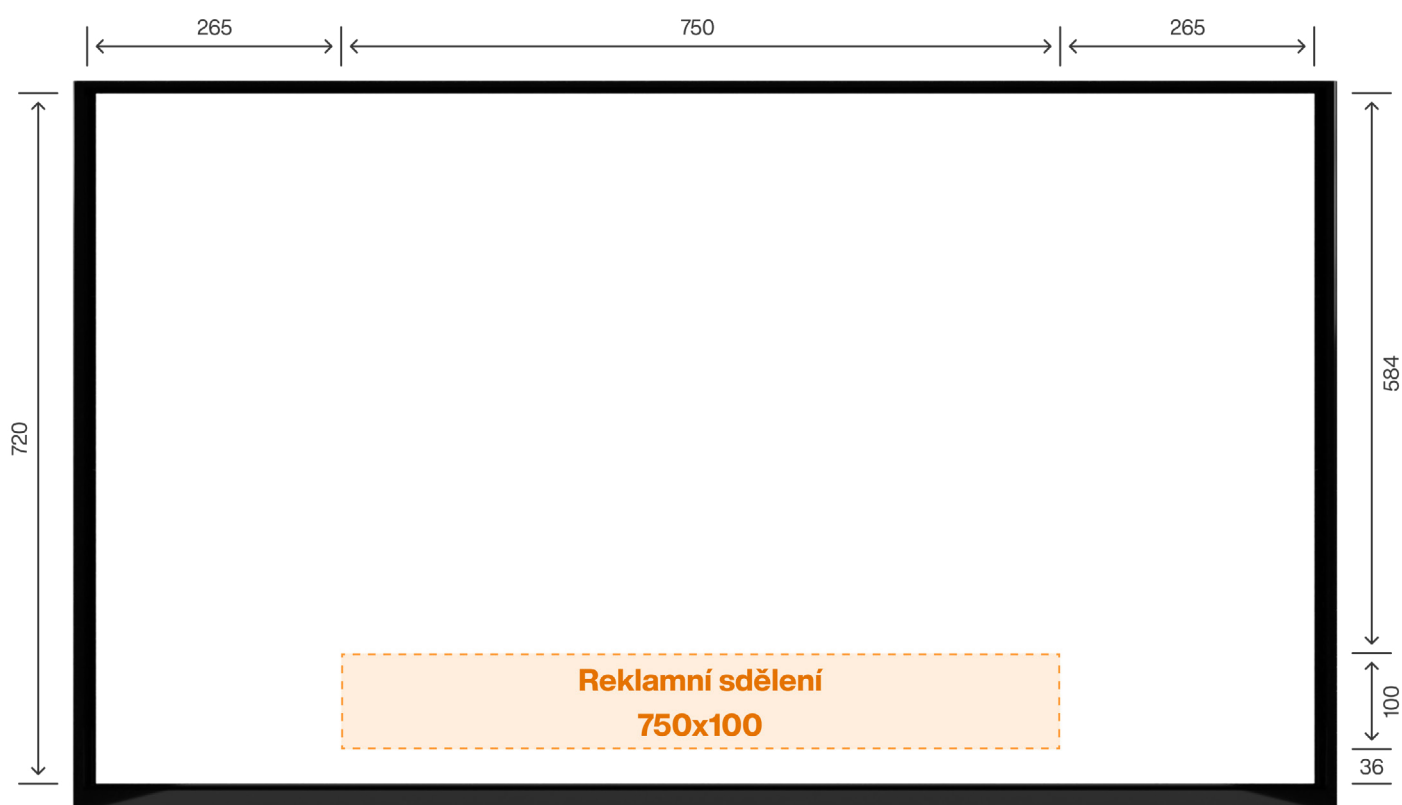
Společně s pokročilými možnostmi cílení se reklamní sdělení dostane k požadovanému publiku a zvyšuje tak pravděpodobnost úspěšné konverze. Dostupné statistiky dávají lepší možnost správy reklamní kampaně v televizi. Stejně jako ostatní televizní formáty lze TV Banner propojit s reklamní aplikací v HbbTV.

# Tvorba kreativy

Kreativu pro Banner i Big Banner si vytvoříte sami dle technických požadavků. U Big Banneru může v případě televizorů s menší plochou či rozlišením dojít k ořezu. Proto doporučujeme umístit hlavní sdělení doprostřed banneru tak, aby splňovalo rozměry velikosti ořezu, viz obrázek níže. Pro správné zobrazení obou velikostí bannerů v HbbTV, prosím, využijte inventory R2B2 HbbTV. Po nahrání banneru dojde ke schvalovacímu procesu ze strany R2B2.

## Proč musíme vaši kreativitu do HbbTV schvalovat?

Reklama v HbbTV se zobrazuje na televizních obrazovkách, kde reklamní obsah podléhá etickému kodexu reklamy. Proto i my jsme povinni dodržovat tento kodex a zodpovídáme za veškerý obsah reklamy, který se skrze naši reklamní síť dostane na televizní obrazovky.



# Technické specifikace



Banner  
750x100 px



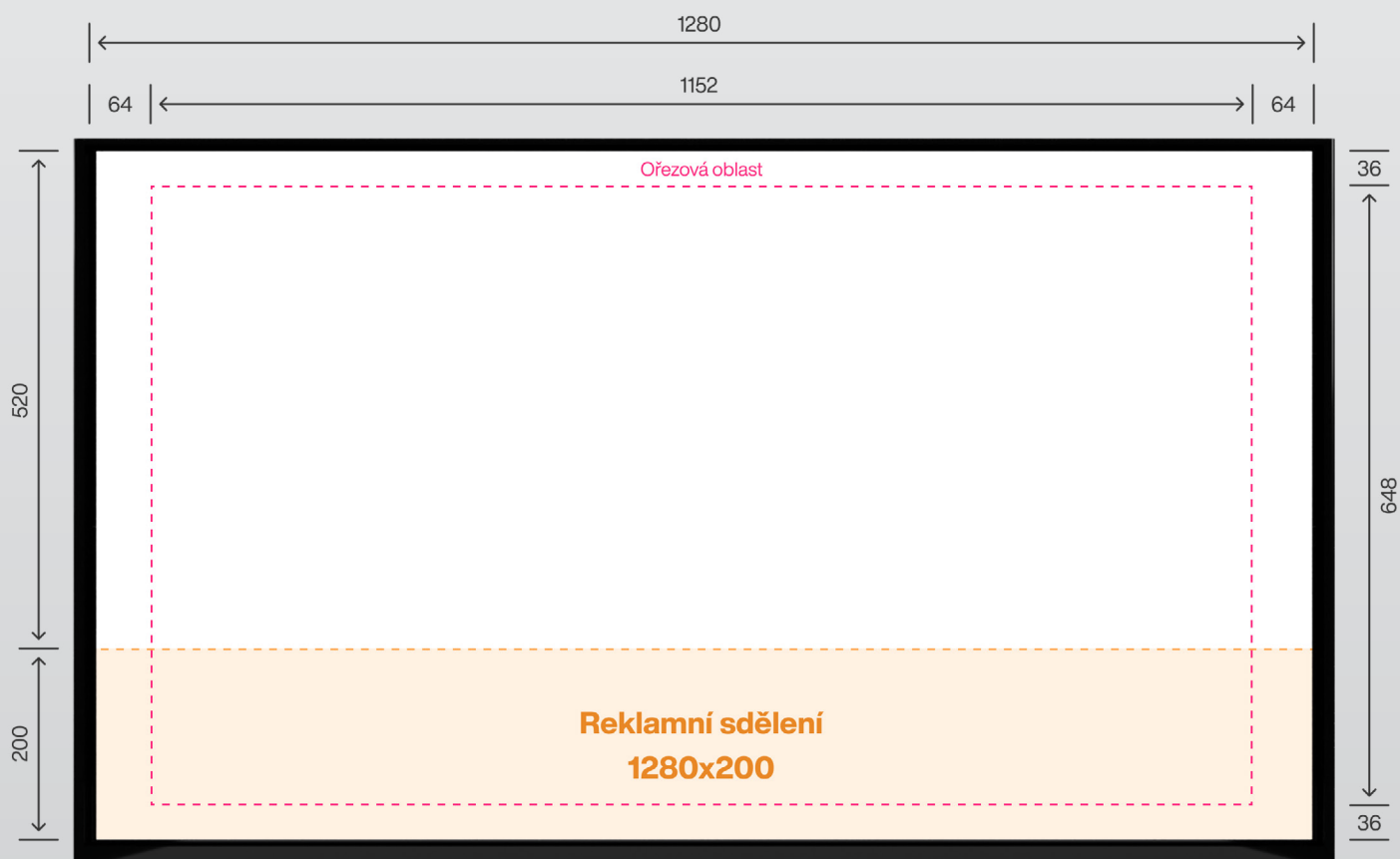
Big Banner  
1280x200 px  
ořez 1152x164 px



Maximální datová velikost  
250 kB/100 kB



Formáty  
JPG, PNG, GIF



# Dostupné televizní stanice



# Ukázky kreativ





## PŘÍPADOVÁ STUDIE

# 3 měsíce UPC internetu zdarma pro televizní diváky

Online team společnosti UPC Broadband Slovakia v rámci své novoroční promoční akce 3 měsíce UPC internetu zdarma využila HbbTV kampaň.

Prvním cílem bylo rozšíření zásahu celkové online kampaně o další obrazovku a to televizní. Druhým pak byl sběr leadů zájemců o produkty UPC.

Pro kampaň byla navržena interaktivní HbbTV aplikace přizpůsobená divákům s ovladačem v ruce. Do aplikace se mohli diváci dostat proklikem červeného tlačítka z bannerů zobrazených přímo na televizní obrazovce.

V kampani bylo zároveň provedeno A/B testování kreativ bannerů, které sloužily k prokliku do aplikace a následnému sběru leadů.

### Dosah reklamního sdělení

**156 000**

impresí

**27 000**

unikátních zařízení

**0,10 €**

za každé oslovení unikátní TV

### Výkon kampaně

**3,71 %**

CTR

**4 000+**

unikátních uživatelů aplikace

**100+**

leadů

