

Specyfikacja reklamowa

dla formatów emitowanych w ramach serwisu allegro.pl

Wersja 1.09 z dnia 05.01.2021

Zasady emisji formatów reklamowych bez Video	6
Warunki emisji	6
Wymagania ogólne	6
2.1. Nazewnictwo materiałów	6
2.2. Terminy dostarczania materiałów	7
2.3. Wymagania dotyczące kodu HTML5	7
Wytyczne Graficzne i Techniczne formatów bez Video	8
Przyciski Allegro dla partnerów - poprawne rozmieszczenie elementów etykiety i przycisków.	8
1.1. Przyciski Allegro dla partnerów - wytyczne względem zastosowań.	9
1.2. Przyciski Allegro dla partnerów - informacje dodatkowe.	10
1.3. Ilość produktów, jakie mogą znaleźć się na kreacji, zależnie od formatu:	10
1.4. Waga maksymalna plików	10
1.5. Disclaimery, noty prawne	10
Formaty reklamowe na Allegro bez formatów video- specyfikacja graficzna skrócona	11
Wytyczne Graficzne i Techniczne formatów z Video	12
Tło dla reklam video	12
Wytyczne dla plików video	13
Formaty reklamowe na Allegro z video- specyfikacja graficzna skrócona	14
Produkty	15
Formaty Premium bez video	15
1.1. Showcase	15
1.1.1. Showcase Strona Główna - desktop	15
1.1.2. Showcase - Mobile web	17
1.1.3. Showcase - Aplikacja mobilna Allegro	19
1.1.4. Category Showcase (poza kat. Motoryzacja, Sport i turystyka, Uroda i Supermarket) - desktop	21
1.1.5. Category Showcase (Kategoria Motoryzacja, Sport i Turystyka, Uroda i Supermarket) - desktop	23
Category Showcase (Kategoria Motoryzacja, Sport i Turystyka oraz Uroda)	24
1.1.6 Category Showcase - secondary	25
Category Showcase - secondary	26

1.2. Top header - desktop	27
1.3. Top header expand - desktop	29
1.4. Branded shop - desktop i mobile (RWD)	31
1.4.1. Warianty Branded Shop	33
1.4.1.1. Wersja 1 - z pojedynczą karuzelą z ofertami i nagłówkiem.	33
1.4.1.2. Wersja 2 - z karuzelami ofertowymi umieszczonymi w zakładkach.	34
1.4.1.3. Wersja 3 - z karuzelą ofertową i grupą wyróżnionych produktów obok.	35
1.4.1.3.1. Wersja 3-1 - z karuzelą ofertową i nagłówkiem graficznym oraz obrazkiem i wyróżnioną ofertą obok, w górnej części z modułem odliczania.	36
1.4.1.4. Wersja 4 - z karuzelami ofertowymi umieszczonymi w zakładkach oraz jedną, wyróżnioną ofertą obok.	37
1.4.1.5. Wersja 5 - z karuzelami ofertowymi umieszczonymi w zakładkach oraz czterema obrazkami, mogącymi kierować do innych grup produktów.	38
1.4.1.6. Wersja 6 - z dwiema, równorzędnymi karuzelami ofertowymi.	39
1.4.2. Definiowanie list produktów na potrzeby Branded Shop'u	40
1.4.2.1. Definiowanie listy produktowej w oparciu o ID ofert:	40
1.4.2.2. Definiowanie listy produktowej w oparciu o URL listingowy:	41
1.4.2.3. Określanie ilości elementów w liście produktowej	42
1.4.2.4 Łączenie obu metod	43
1.5. Category Branded shop (Kategoria Zdrowie i Dziecko) - desktop	44
Formaty Premium Video	45
2.1. Video top header expand - Strona główna	45
2.2. Video Branded Shop - Strona główna	47
2.2.1. Video Branded Shop v.1	47
2.2.2. Video Branded Shop v.2	49
Formaty Standard - listingowe	51
3.1. Top Listing Banner	51
3.1.1. Top listing banner - desktop	51
3.1.2. Top listing banner - mobile web	53
3.1.3. Top listing banner - Aplikacja mobilna Allegro	55
3.2. In listing banner - Aplikacja mobilna Allegro	57
3.3. Skyscraper - desktop	59
3.4. Half Page - desktop	61

3.5. Double Billboard - desktop	63
3.6. Triple Billboard - desktop	65
3.7. Wide Board - desktop	67
3.8. Parallax Board	69
3.8.1. Parallax Board - desktop	69
3.8.2.. Parallax Board - mobile web	71
3.9. Rectangle	73
3.9.1. Rectangle - desktop	73
3.9.2. Rectangle - mobile web	74
Pozostałe formaty	76
4.1. Login Box - desktop	76
4.2. Logo Suggest - desktop	78
4.3. Sponsored Links - desktop	79
4.4. Thank you page - desktop	80
Formaty Standard Video	81
5.1. Half Page Video 16:9 - desktop	81
5.2. Half Page Video 9:21- desktop	82
5.3. Double Billboard Video - desktop	83
5.4. Triple Billboard Video -desktop	84
5.5. Wide Board Video - desktop	85
5.6. Parallax Board Video - desktop	86
5.7. Rectangle Video - mobile web	87
Mailingi, Adsloty i Pushe	88
6.1. Mailing wewnętrzny	88
6.1.1. Szablon w wersji 1 - baner główny z ofertami w układzie dwukolumnowym	89
6.1.2. Szablon w wersji 2 - baner główny z ofertami w układzie potrójnym	90
6.2. Mailing zewnętrzny	91
6.2.1. Mailing w układzie blokowym	92
6.2.2. Mailing w formie obrazu	93
6.3. Slot reklamowy w newsletterze kategorialnym - Adslot	94
6.4. Push	96

6.5. Warunki emisji mailingów, adslotów i pushy	98
6.5.1. Wymagania ogólne	98
6.5.2. Zasady targetowania	99
6.5.3. Materiały do mailingu	99
6.5.4. Wymagania dodatkowe	100
Projekty Specjalne - Landing Page	101
7.1. Układ LP	102
7.2. Tapeta	102
7.3. Moduły	103
7.3.2. Grafiki mid-page	104
7.3.3. Prezentacja ofert	104
Karuzela ofert	105
Karuzele w zakładkach	106
Kafelki ofertowe	106
7.3.4. Wideo	108
7.3.5. Artykuły	108
7.3.6. Pinezki	109
7.3.7. Modal	109
7.3.8. Moduł rich-tekstowy	111
7.4. Moduły - ogólnie	111
7.5. Grafiki - ogólnie	111
7.6. Typografia	112
7.7. Przyciski	112
7.8. Linkowanie w ramach LP	113
7.9. Definiowanie list produktów na potrzeby Landing Page'y	114
7.9.1. Definiowanie listy produktowej w oparciu o ID ofert:	114
7.9.2. Definiowanie listy produktowej w oparciu o URL listingowy:	115
7.9.3 Określanie ilości elementów w liście produktowej	116
7.9.4. Łączenie obu metod	117
7.10. Publikowanie Landing Page'y	117
7.10.1 Zasady adresowania Landing Page'y	117

I. Zasady emisji formatów reklamowych bez Video

1. Warunki emisji

Wszystkie reklamy przeznaczone do emisji na stronach Allegro powinny spełniać warunki określone w regulaminie emisji reklam dostępnym na stronie <https://allegro.pl/reklama> oraz warunki specyfikacji technicznej dla reklam publikowanych w Allegro. Allegro może zweryfikować reklamę pod kątem jej zgodności z wyżej wymienionymi specyfikacjami i nie dopuścić do jej emisji bądź przerwać jej emisję w przypadku niespełnienia powyższych warunków.

Wyświetlenie reklamy na stronach portalu nie oznacza automatycznie, że Allegro stwierdziło zgodność reklamy ze specyfikacją reklamową.

Allegro decyduje o funkcjonalności stron a w ich projektowaniu bierze pod uwagę to, jak są one postrzegane przez użytkowników (user experience) i rezerwuje sobie prawo do odmowy emisji bądź zaprzestania emisji dowolnej reklamy, jeśli uzna ją za dokuczliwą lub szkodliwą dla użytkowników portalu.

2. Wymagania ogólne

2.1. Nazewnictwo materiałów

Zaleca się używanie nazewnictwa według poniższego wzorca:

[marka/zleceniodawca]_[nazwa-kampanii]_[produkt]_[rozmiar: dł. x szer]_[wersja]

(np. allegro_kampania-jesienna_parasol_750x200_v2.jpg)

2.1.1. W nazwach należy używać małe litery, podkreślniki oraz cyfry; niedozwolone jest używanie spacji oraz polskich znaków diakrytycznych (ą,ę,ć,ń,ó,ś,ż,ź) w nazwach.

2.1.2. Adresy URL powinny kierować do strony z certyfikatem SSL (zaczynać się od https)

2.1.3. Klienci używający kodów śledzących i konfigurujący po swojej stronie landing page linkujący do serwisu Allegro zobowiązany jest zgłosić potrzebę przygotowania kodów przez Allegro. Zabronione jest używanie własnych kodów UTM-ów.

2.2. Terminy dostarczania materiałów

Wszystkie gotowe, wykonane zgodnie ze Specyfikacją techniczną, materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia emisji reklam muszą być dostarczone nie później niż na 3 (trzy) Dni Robocze przed planowanym terminem ich emisji. W przypadku akcji specjalnych termin dostarczenia materiałów ustalany jest indywidualnie. Wszystkie materiały powinny być wykonane zgodnie z wytycznymi graficznymi i technicznymi, które stanowią dalszą część poniższego dokumentu.

W przeciwnym wypadku Allegro nie gwarantuje terminowego startu kampanii.

2.3. Wymagania dotyczące kodu HTML5

- Standardowe kreacje HTML muszą być przygotowane zgodnie ze specyfikacją emisji w Doubleclick Ad Manager (<https://support.google.com/admanager/answer/7046799?hl=pl>)
- Szczególnie istotny jest poprawnie zaimplementowany clickTag.
- Kreacje przygotowywane w Google Web Designer muszą być tworzone zgodnie z zasadami Doubleclick.
- Kod serwujący HTML5, po dostarczeniu przez Klienta, każdorazowo musi być przetestowany i zaakceptowany przez Wydawcę.
- Wszystkie elementy składowe kodu muszą być hostowane w całości u Partnera np. Sizmek / Doubleclick lub w całości na serwerach Wydawcy.
- Dopuszczalna waga kreacji (wraz z zaciągany kodem) może być dwa razy większa od standardowej (nie uwzględniając bibliotek JavaScript). W takim przypadku należy przygotować tzw. preloader (nie dotyczy layerów). Preloader to lekka grafika, która wyświetla się użytkownikom zanim pobrana zostanie właściwa kreacja.
- Kreacje muszą być przygotowane do emisji responsywnej (poprawne działanie przy zmianie rozmiarów kontenera)
- Kreacje nie mogą korzystać z bibliotek jQuery.
- Kod nie może jawnie wykorzystywać zdarzeń globalnych. np. Window.onload.
- Kod musi być zgodny z Friendly iFrame.
- Wydawca nie dostarcza danych związanych z interakcją użytkownika w obrębie kreacji HTML5. Taka funkcjonalność powinna być zapewniona po stronie kodu kreacji.
- Dla kreacji nietypowych, rozwijanych lub zawierających wideo, Wydawca zastrzega sobie prawo sformułowania dodatkowych wymagań, które należy spełnić przed emisją.

II. Wytyczne Graficzne i Techniczne formatów bez Video

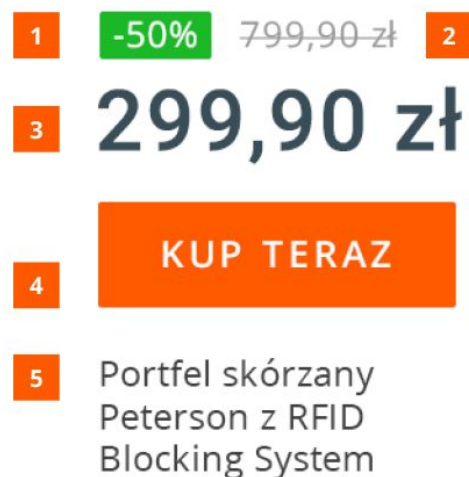
1. Przyciski Allegro dla partnerów - poprawne rozmieszczenie elementów etykiety i przycisków.

Szablony przycisków oraz ich realny rozmiar dedykowane różnym formatom reklamowym wyświetlanym na stronie.

Wielkość przycisków jak i ich składowych elementów jest wartością stałą i niezmienną.

Ważne! Poniższe przyciski, cenówki i etykiety produktowe stosujemy wyłącznie dla kreacji kierujących wewnątrz Allegro.
Nie należy ich (ani łudząco podobnych) stosować dla kreacji kierujących poza Allegro.

Poprawne rozmieszczenie elementów etykiety cenowej z przyciskami:



- 1 Wartość procentowa obniżki ceny
- 2 Cena przekreślona
- 3 Cena właściwa / cena od
- 4 Przycisk kup teraz / sprawdź
- 5 Pełna nazwa produktu

- Kolor ceny właściwej: RGB: 57/78/89, #394e59, na ciemnym tle RGB: 255/255/255, #ffffff;
- Kolor ceny przekreślonej: RGB: 0/0/0, #000000, na ciemnym tle RGB: 255/255/255, #ffffff (Opacity: 54%);
- Kolor nazwy produktu: RGB 0/0/0, #000000, na ciemnym tle biały RGB: 255/255/255, #ffffff (Opacity: 87%);
- Wartość obniżki, cena właściwa, przycisk i nazwa produktu powinny być wyrównane do lewej strony.
- **Przycisk „Kup teraz”:** stosujemy w przypadku produktów z konkretną ceną (kierujemy do konkretnej oferty);
- **Przycisk „Sprawdź”:** stosujemy w przypadku produktów z „ceną od”, gdy kierujemy do listingów lub na Landing Page;
- **Kolor przycisków - „Kup teraz” i „Sprawdź”:**
Kolor przycisku RGB: 255/90/0, #ff5a00; kolor tekstu: RGB: 255/255/255, #ffffff.
- W przypadku, gdy kreacja ma pomarańczowe / czerwone tło, dopuszczamy zastosowanie przycisków w inwersji:
apla przycisku: RGB: 255/255/255, #ffffff, tekst: RGB: 255/90/0, #ff5a00;

[Pobierz plik PSD z przyciskami i szablonami kreacji](#)

1.1. Przyciski Allegro dla partnerów - wytyczne względem zastosowań.

Etykieta podstawowa



Wielkość przycisku: **135x40 px**

Szablon przycisków dla formatów:
**1600x72 px, 1600x360 px, 600x200 px, 1200x400 px,
1200x300 px, 300x600 px, 750x200 px, 750x300 px,
932x250 px, 1920x640 px, 500x380 px, 1080x288 px;**

UWAGA! Nie stosujemy tej wielkości przycisków dla pozostałych formatów reklamowych! Bez względu na ilość produktów na formacie.

Etykiety dla małych formatów



Wielkość przycisku: **119x35 px**

Szablon przycisków dla formatów:
**960x252 px, 932x125 px, 160x600 px, 750x200 px,
320x100 px, 300x250 px, 500x380 px;**



Wielkość przycisku: **23x100 px**

Szablon przycisków dla formatu 320x100 px
(w przypadku, gdy chcemy umieścić etykietę produktową)

UWAGA! Nie stosujemy tej wielkości przycisków dla pozostałych formatów reklamowych! Bez względu na ilość produktów na formacie.

Etykieta mobilna (Aplikacja Allegro)



Wielkość przycisku: **360x106 px**

Szablon przycisków dla aplikacji mobilnej:
1600x572 px;

UWAGA! Nie stosujemy tej wielkości przycisków dla pozostałych formatów reklamowych! Bez względu na ilość produktów na formacie.

1.2. Przyciski Allegro dla partnerów - informacje dodatkowe.

- Nie zmieniamy rozmiarów przycisków.
- Nie zmieniamy krojów fontów, ich koloru, rozmiaru, pogrubienia.
- Fonty użyte w tekstach:
 - Roboto - [pobierz darmowe fonty z Google Fonts](#)
 - Open Sans - [pobierz darmowe fonty z Google Fonts](#)
- Nie zmieniamy odstępów pomiędzy elementami, nie przestawiamy elementów, np. przekreślonej ceny zamiast ceny właściwej. Jedynym wyjątkiem jest format Top Listing Banner, gdzie osobno umieszczamy blok z ceną i przyciskiem, a osobno etykietę produktową.

1.3. Ilość produktów, jakie mogą znaleźć się na kreacji, zależnie od formatu:

1200x300px, 1200x400 px, 1920x640 px - maksymalnie 3 produkty.

Na pozostałych formatach - maksymalnie 2 produkty.

1.4. Waga maksymalna plików

Maksymalna dopuszczalna waga jest określona indywidualnie dla każdego formatu, wszystkie wytyczne specyficzne dla formatów znajdują się w dalszej części dokumentu.

Ważne! W celu optymalizacji działania serwisu, Allegro zastrzega sobie prawo do dodatkowej kompresji plików.

1.5. Disclaimery, noty prawne

Dla wszystkich formatów emitowanych w ramach strony głównej Allegro, wszelkie noty prawne, tzw. "drobny druk" nie może przekraczać dwóch linii tekstu oraz musi być czytelny - dla formatów desktopowych będzie to czcionka o minimalnej wielkości 10 px, natomiast dla formatów mobilnych minimalne wielkości stosowanych czcionek są podane dla poszczególnych formatów.

2. Formaty reklamowe na Allegro bez formatów video - specyfikacja graficzna skrócona

Nazwa formatu i miejsce emisji	wymiar	Maks. waga	Typ pliku	Margines	uwagi
Showcase - Strona Główna Allegro	960x252 px	150 KB	jpg, png, gif (bez animacji)	20 px	obszar bezpieczny 630x252 px
Top Header - Strona Główna Allegro	1600x72 px	70 KB	jpg, png, gif (bez animacji)	10 px	
Top Header Expand - Strona Główna Allegro	1600x72 px, po rozwinięciu 1600x360 px	70 KB dla zwiniętego, 150 KB dla rozwiniętego	jpg, png, gif (bez animacji)	10 px	obszar bezpieczny szerokości 1248 px
Showcase - Strony kategorii (oprócz kat. motoryzacja, sport i turystyka oraz uroda)	1200x400 px	150 KB (formaty statyczne) 300 KB (HTML5)	jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;	25 px	
Showcase - Strona kategorii motoryzacja, sport i turystyka oraz uroda	1200x300 px	150 KB (formaty statyczne) 300 KB (HTML5)	jpg, png, gif (bez animacji), HTML5	25 px	
Top-Listing Banner - listingi	932x125 px	50 KB (formaty statyczne) 100 KB (HTML5)	jpg, png, gif (bez animacji), HTML5	10 px	
Skyscraper - listingi	160 x 600 px	40 KB (formaty statyczne) 80 KB (HTML5)	jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;	10 px	
Half Page - listingi oraz Thank You Page	300 x 600 px	100 KB (formaty statyczne) 200 KB (HTML5)	jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;	25 px	
Double Billboard - listingi	750 x 200 px	40 KB (formaty statyczne) 80 KB (HTML5);	jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;	10 px	
Triple Billboard - listingi	750 x 300 px	50 KB (formaty statyczne) 100 KB (HTML5);	jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;	10 px	
Wide Board - listingi	932 x 250 px	75 KB (formaty statyczne) 150 KB (HTML5)	jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;	10 px	
Parallax Board - ROS	1920 x 640 px	200 KB	jpg, png, gif (bez animacji)	25 px	
Branded Shop	2560x400 px (tło) 600x200 px (logo)	200 KB (tło), 50 KB (logo)	tło: jpg, png, gif (bez animacji); logo: przezroczysty png	n/d	specyfikacja tutaj
Showcase - Aplikacja mobilna	1600x572 px	150 KB	jpg, png, gif (bez animacji);	25 px	Minimalny rozmiar czcionki – 28 px
In Listing Banner - Aplikacja mobilna	1080x288 px	100 KB	jpg, png, gif (bez animacji);	25 px	Minimalny rozmiar czcionki – 16 px
Showcase mobile - RWD	600x200 px	100 KB	jpg, png, gif (bez animacji);	10 px	Minimalny rozmiar czcionki – 10 px.
Mobile Top Listing - RWD	320x100 px	40 KB	jpg, png, gif (bez animacji);	5 px	
Rectangle - Mobile (RWD)	300x250 px	40 KB	jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;	10 px	Minimalny rozmiar czcionki – 10 px.
Mailing	szerokość - 600 px	500 KB (100 KB dla HTML + 400KB dla pozostałych elementów)	HTML + jpg, png, gif	n/d	Specyfikacja tutaj

III. Wytyczne Graficzne i Techniczne formatów z Video

1. Tło dla reklam video

Formaty video, które nie są emitowane w postaci HTML5 należy przygotować analogicznie, jak [formaty statyczne](#) - taki plik będzie grafiką tła, na którym wyświetlane będzie video. Na tejże grafice należy zarezerwować wolne miejsce, w którym wyświetlony zostanie player video. Należy przy tym uwzględnić, jakie proporcje będzie miał wyświetlany film - 16:9 lub 21:9.

Obszar o tych proporcjach powinien zostać wolny od komunikacji, jednak nie należy go w żaden sposób wyróżniać.

Umieszczając video na grafice tła, możemy określać, w której części kreacji zostanie wyświetlony player (lewo / środek / prawo) - należy to uwzględnić przy projektowaniu kreacji.

Przykładowo, plik tła dla formatu double billboard video, przygotowany tak:



w emisji będzie wyglądał następująco (przy założeniu, że video będzie w formacie 16:9 i osadzone z prawej strony):



2. Wytyczne dla plików video

- Dopuszczalne formaty pliku źródłowego dostarczanego przez Reklamodawcę: MPEG, AVI, MOV, QT, MP4.
- Film bazowy w pliku źródłowym powinien być jak najwyższej jakości. Maksymalna waga materiału źródłowego to 0.5 GB.
- Maksymalny czas trwania filmu to 3 minuty.
- Minimalne wymagania dla materiału źródłowego:
 - Rozdzielczość dla formatu video 16:9 to 1920x1080.
 - Rozdzielczość dla formatu video 21:9 to 2560x1080.
 - Poziom dźwięku nominalny: -18 dBFS.
 - Poziom maksymalny: -14 dBFS.
 - Bitrate: 4500 - 6000 kbps
 - Liczba klatek na sekundę: 25.

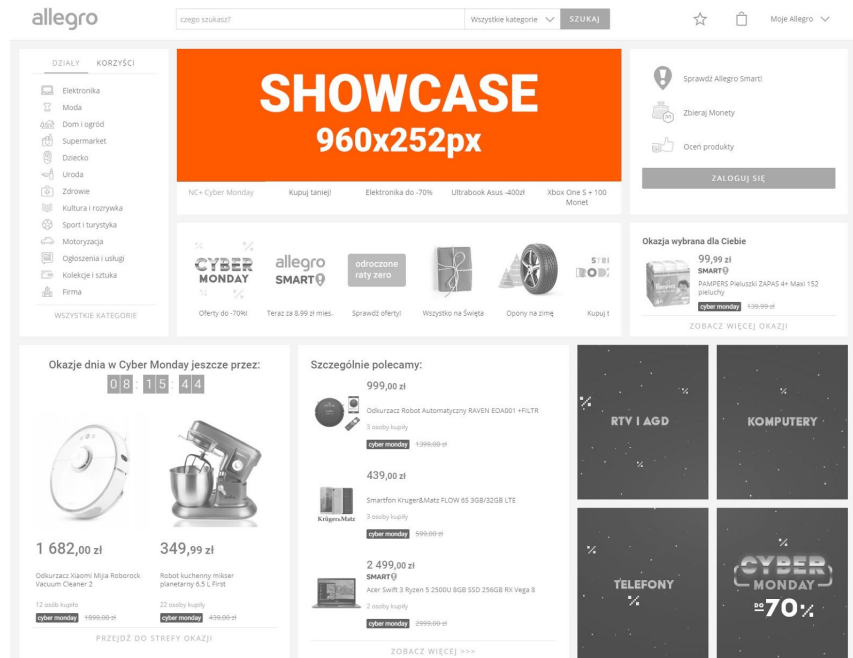
3. Formaty reklamowe na Allegro z video- specyfikacja graficzna skrócona

	Wartości rekomendowane
Kodek video	H.264, H.265, MPEG-2 Video, DV, MPEG-4 Video (Part 2), H.263, WMV, webM
Kodek audio	AAC, MPEG Audio Layer I-III, WMA, AMR, AC-3, surowe PCM
Bitrate video	1 MB/s, 2.5 MB/s, 5 MB/s, 8 MB/s, 12 MB/s, 16 MB/s, 35-45 MB/s
Bitrate audio	384 kb/s
Aspect ratio/Rozmiar	1:1 / 1080x1080
	16:9 / 1280x720, 1366x768, 1600x900, 1920x1080* , 2560x1440, 3840x2160, 5120x2880, 7680x4320
	21:9 / 2560x1080* , 3440x1440, 5120x2160
	32:9 / 3840x1080* , 5120x1440
	9:16 / 1080x1920* , 1440x2560, 2160x3840, 2880x5120, 4320x7680
Liczba klatek	24, 25* , 30, 48, 50, 60
Maksymalna waga	1GB

**Sugerowane parametry*

IV. Produkty

1. Formaty Premium bez video



1.1. Showcase

1.1.1. Showcase Strona Główna - desktop

Klasyczny bestseller

Jest to format, który daje najlepszą widoczność w serwisie – Blisko **3 mln odsłon dziennie oraz 1,2 mln Unikalnych Użytkowników**. Showcase na Stronie Głównej zapewnia skuteczne budowanie świadomości marki, możliwość wyróżnienia się spośród ofert konkurencji i sposobność komunikacji z bardzo liczną grupą konsumentów.



Targetowanie - brak



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro - wyłącznie na pierwszej pozycji.



Model rozliczenia - FF

Showcase



Umieszczenie: Strona główna Allegro;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **960x252 px**
(obszar bezpieczny - 630x252 px);
Maksymalna waga: **150 KB**;
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 20 px dla przycisków, tekstu, logotypów;
Disclaimer, noty prawne - maksymalnie dwie linie tekstu.

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: dla małych formatów.

Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

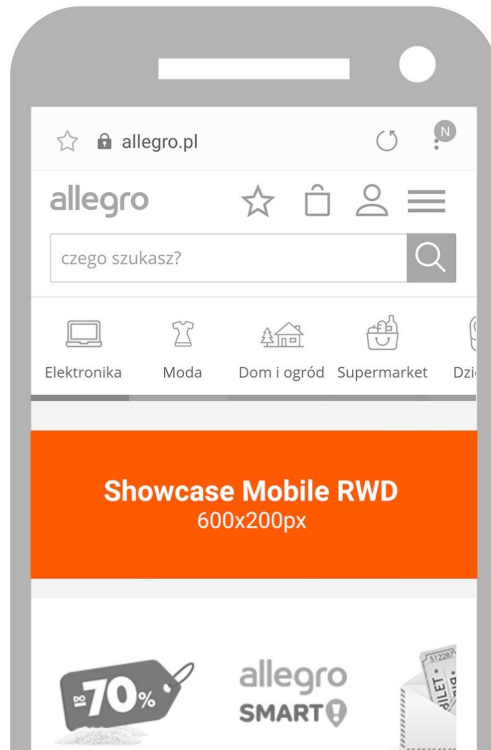
Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie ,
kod mierzący kliknięcia

Tekst alternatywny ALT wyświetlający się na stronie głównej,
należy dołączyć do materiałów (do 21 znaków)

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)

1.1.2. Showcase - Mobile web



Allegro prezentuje najbardziej widoczny format serwisu również użytkownikom mobilnym, którzy nie korzystają z aplikacji Allegro. W rotacji dostępnych jest 5 kreacji. Format osiąga 0,8 mln odsłon dziennie.

 Targetowanie - brak	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro - wyłącznie na pierwszej pozycji.	 Model rozliczenia - FF
--	--	---

Showcase mobile - RWD (Strona Główna i strony kategorii)



Umiejscowienie: Strona główna, Strony Kategorii, reklama widoczna na przeglądarkach w urządzeniach mobilnych.

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **600x200 px**;
Maksymalna waga: **100 KB**.
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;
Minimalny rozmiar czcionki – **10 px**
Disclaimery, noty prawne - maksymalnie dwie linie tekstu.

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

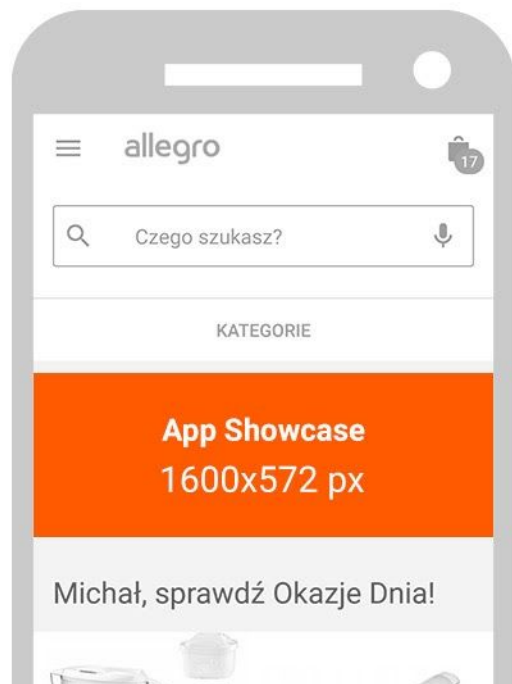
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



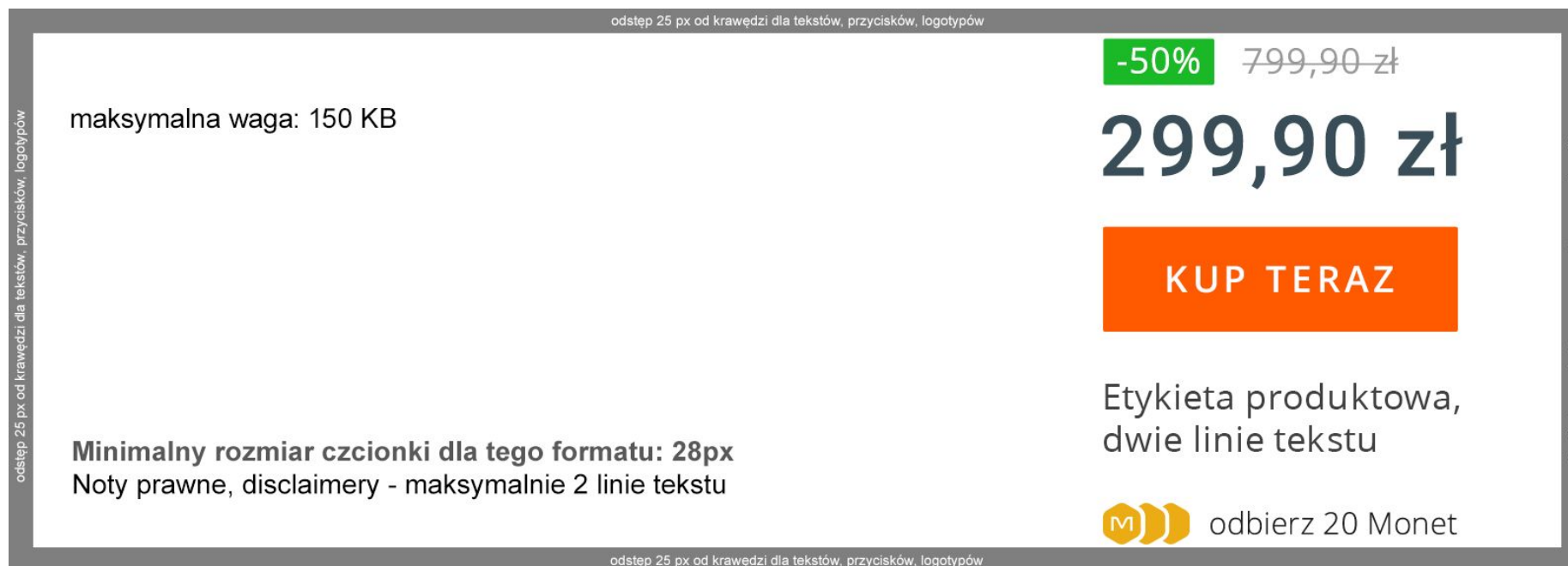
1.1.3. Showcase - Aplikacja mobilna Allegro

Mobile first!

Aplikacja Allegro to numer 1 - 80% wartości m-commerce w Polsce. Zoptymalizowany mobilnie baner dociera do blisko 1 mln unikalnych użytkowników dziennie. Dzięki rozmiarowi i pozycji reklama wewnątrz aplikacji jest doskonałym rozwiązaniem, by skomunikować się z użytkownikami urządzeń przenośnych i zwiększyć świadomość marki.

W rotacji dostępne są 3 kreacje.

 Targetowanie - brak	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - FF
--	--	---



Umiejscowienie: Aplikacja Allegro, strona główna;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **1600x572 px**;
Maksymalna waga: **150 KB**.
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 25 px dla przycisków, tekstu, logotypów;
Minimalny rozmiar czcionki – **28px**
Disclaimery, noty prawne - maksymalnie dwie linie tekstu.

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: mobilne.

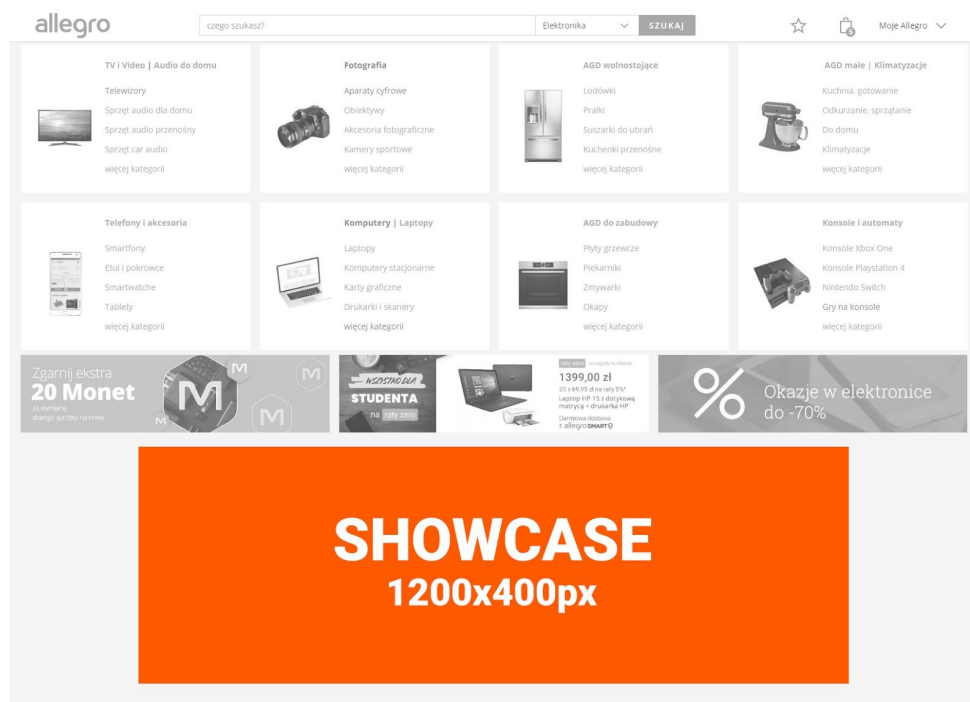
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

Opcjonalnie: kod mierzący kliknięcia, brak możliwości wpięcia pixela śledzącego wyświetlenia

[**Pobierz szablon \(plik PSD\)**](#)

[**POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)**](#)



1.1.4. Category Showcase (poza kat. Motoryzacja, Sport i turystyka, Uroda i Supermarket) - desktop

Ilość + jakość

Najbardziej widoczna reklama na stronie wybranej kategorii = pierwsza rzecz, którą widzi kupujący. Efektywny przyciągacz uwagi, dzięki któremu skontaktujesz się z właściwą grupą docelową we właściwym miejscu.

 Targetowanie - behawioralne	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro, wyłącznie na pierwszej pozycji	 Model rozliczenia - CPM
---	---	---

Category Showcase (poza kat. Motoryzacja, Sport i turystyka oraz Uroda)



Umiejscowienie: Strony kategorii (poza kat. Motoryzacja, Sport i turystyka oraz Uroda);

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **1200x400 px;**
Maksymalna waga: **150 KB (formaty statyczne) / 300 KB (HTML5);**
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;
Margines: 25 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

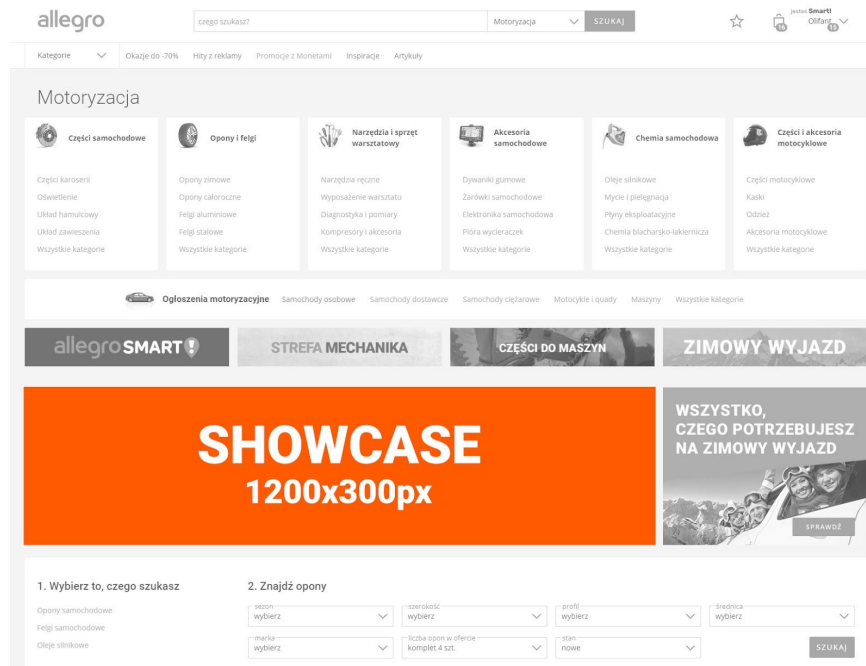
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia).

Opcjonalnie: kody mierzące odłony w formacie ,
kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)

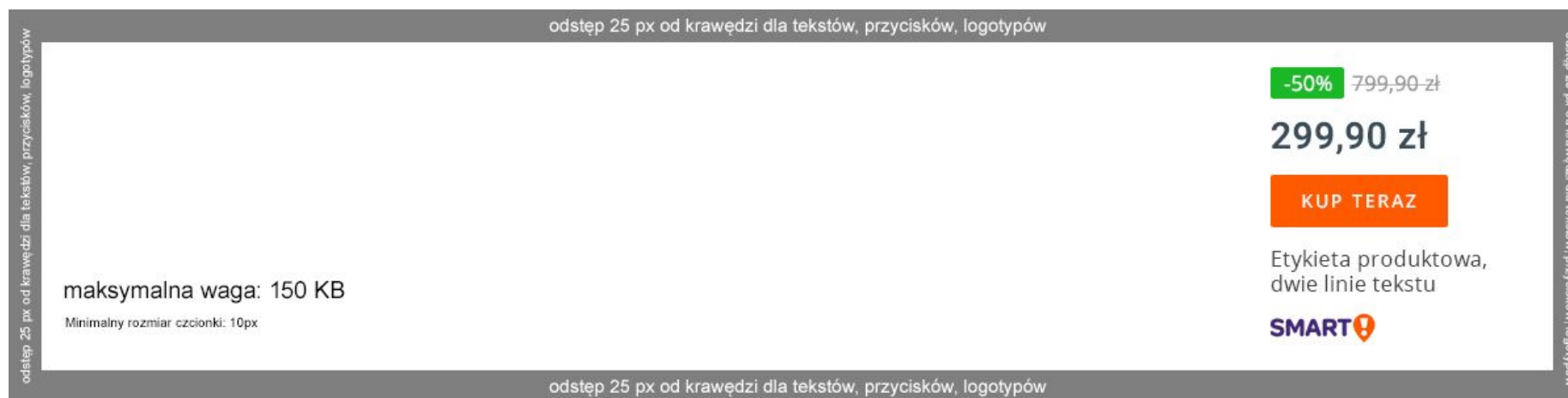


1.1.5. Category Showcase (Kategoria Motoryzacja, Sport i Turystyka, Uroda i Supermarket) - desktop

Precyzja dotarcia do użytkownika

 Targetowanie - behawioralne	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro, wyłącznie na pierwszej pozycji	 Model rozliczenia - CPM
--	--	--

Category Showcase (Kategoria Motoryzacja, Sport i Turystyka oraz Uroda)



Umiejscowienie: Strona kategorii - motoryzacja, sport i turystyka oraz uroda;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **1200x300 px**;
Maksymalna waga: **150 KB**;
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 25 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

Opcjonalnie: kody mierzące odstęp w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)

1.1.6 Category Showcase - secondary

allegro Motorystyka SZUKAJ ☆ Smart Smart Smart

Kategorie Okazje do -70% Hit z reklamy Promocje z Monetami Inspiracje Artykuły

Motorystyka

Części samochodowe

Części karoserii
Oświetlenie
Układ hamulcowy
Układ zawieszania
Wszystkie kategorie

Opony i felgi

Opony zimowe
Opony całoroczne
Felgi aluminiowe
Felgi stalowe
Wszystkie kategorie

Narzędzia i sprzęt warsztatowy

Narzędzia ręczne
Wypożyczenie warsztatu
Diagnostyka i pomiary
Kompresory i akcesoria
Wszystkie kategorie

Akcesoria samochodowe

Dywanki gumowe
Żarówki samochodowe
Elektronika samochodowa
Pióra wycieraczek
Wszystkie kategorie

Chemia samochodowa

Oleje silnikowe
Myjcie i pielęgnacja
Płynny eksploatacyjne
Chemia biacharsko-lakierowa
Wszystkie kategorie

Części i akcesoria motocyklowe

Części motocyklowe
Kaski
Odzież
Akcesoria motocyklowe
Wszystkie kategorie

Ogłoszenia motoryzacyjne Samochody osobowe Samochody dostawcze Samochody ciężarowe Motocykle i quadry Maszynty Wszystkie kategorie

allegro **SMART**

STREFA MECHANIKA

CZĘŚCI DO MASZYN

ZIMOWY WYJAZD

ZADBAJ O WIDOCZNOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO

SHOWCASE 400x300px

SPRAWDŹ

Oświetlenie samochodowe

1. Wybierz to, czego szukasz

Opory samochodowe
Felgi samochodowe
Oleje silnikowe

2. Znajdź opony

sezon
wybierz

szerokość
wybierz

profil
wybierz

średnica
wybierz

liczba opon w ofercie
komplet 4 szt.

stan
nowe

SZUKAJ



Targetowanie - behawioralne



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro



Model rozliczenia - CPM



Umiejscowienie: Strona kategorii - motoryzacja, sport i turystyka oraz uroda;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **400x300 px;**

Maksymalna waga: **50 KB;**

Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);

Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

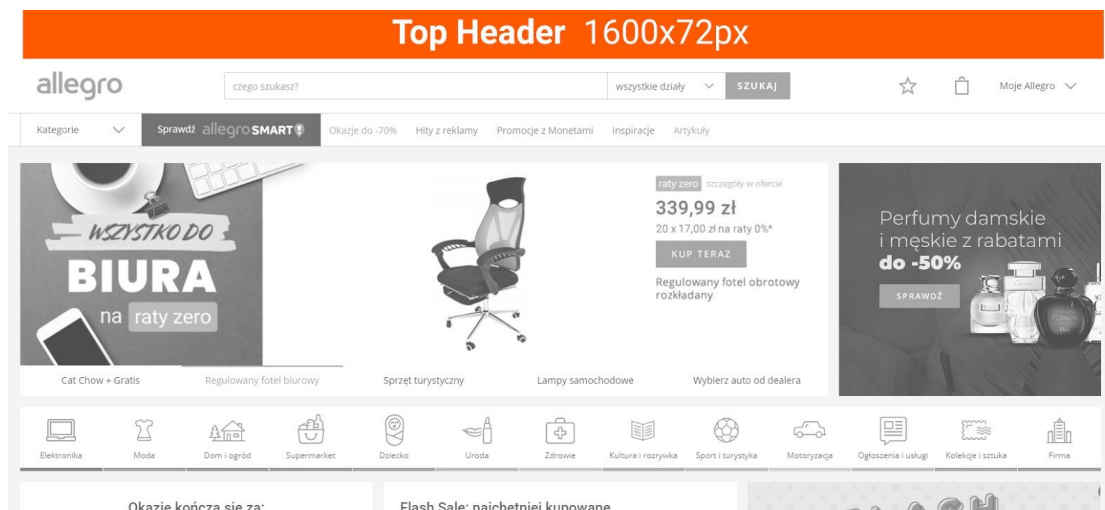
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

Opcjonalnie: kody mierzące odstony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



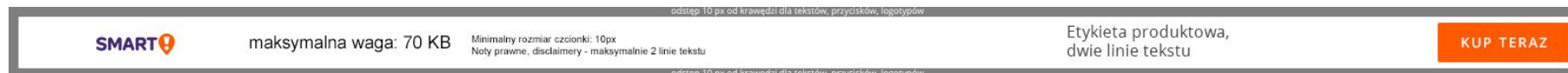
1.2. Top header - desktop

Szeroki zasięg

Top header to format, który ładuje się szybciej niż reszta strony, dobrze pokazuje szerokie treści, w pierwszej kolejności zwraca uwagę użytkownika. Reklama zasięgowa z możliwym linkowaniem zarówno wewnętrznym, jak i zewnętrznym.

 Targetowanie - brak	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - FF
--	--	---

Top header



Umiejscowienie: Strona główna Allegro;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **1600x72 px;**
Maksymalna waga: **70 KB;**
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;
Disclaimer, noty prawne - maksymalnie dwie linie tekstu.

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Wyłącznie przycisk, wersja podstawowa.

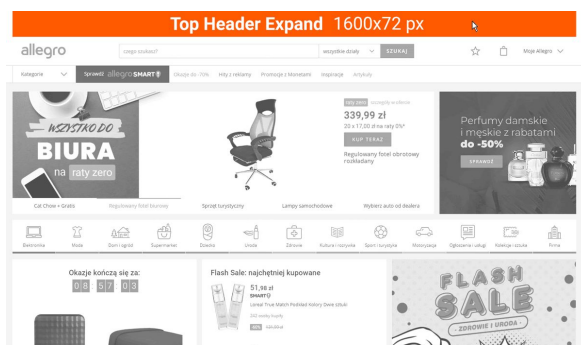
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

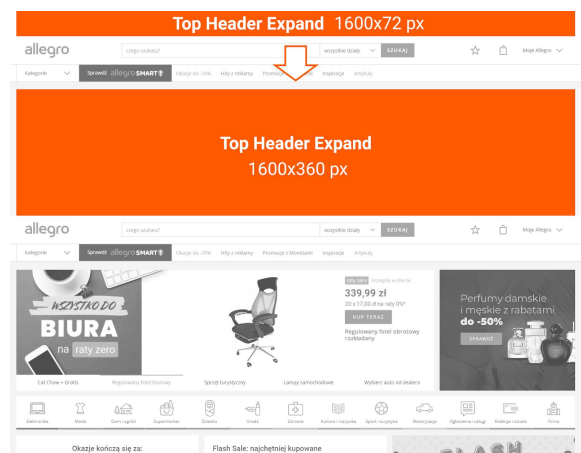
[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



1.3. Top header expand - desktop

Platforma Allegro oferuje również wersję expandowaną tego formatu, który po interakcji użytkownika rozwija się, umożliwiając wyświetlenie jeszcze więcej treści.



Targetowanie - brak

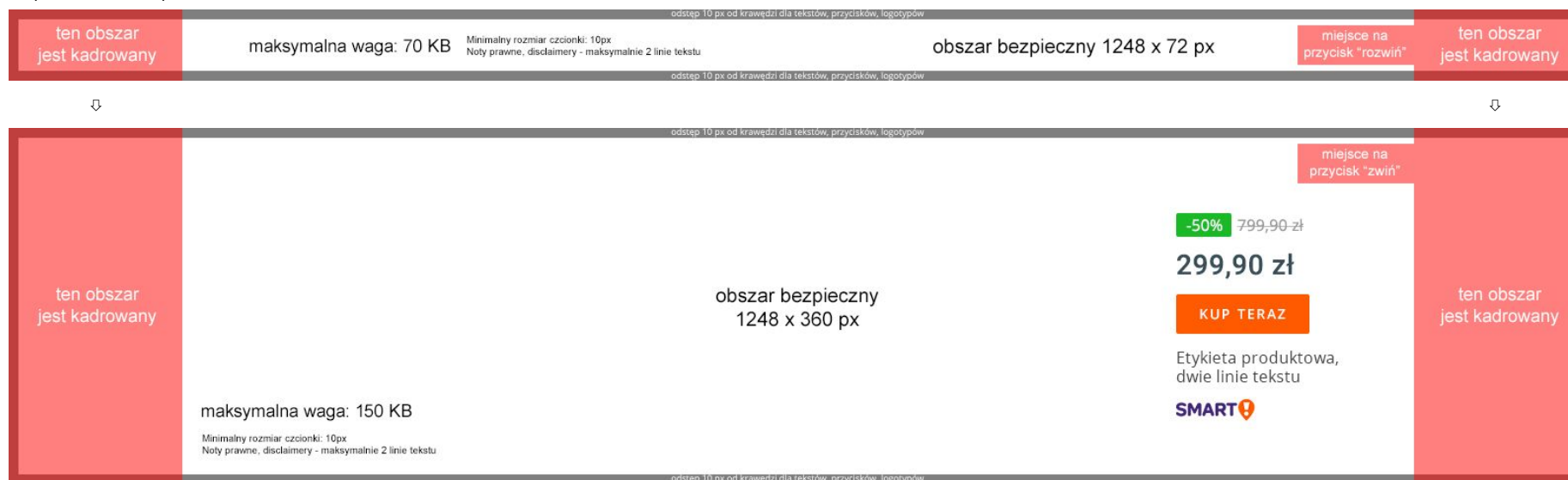


Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro



Model rozliczenia - FF

Top header expand



Umiejscowienie: Strona główna Allegro, nad nagłówkiem, rozwijany po kliknięciu - **dwa osobne obrazy**;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **1600x72 px, po rozwinięciu 1600x360 px**
(obszar bezpieczny - 1248 px);
Maksymalna waga: **70 KB dla zwiniętego, 150 KB dla rozwiniętego**;
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;
Disclaimer, noty prawne - maksymalnie dwie linie tekstu.

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa:
podstawowe - umieszczone tylko na kreacji rozwiniętej.

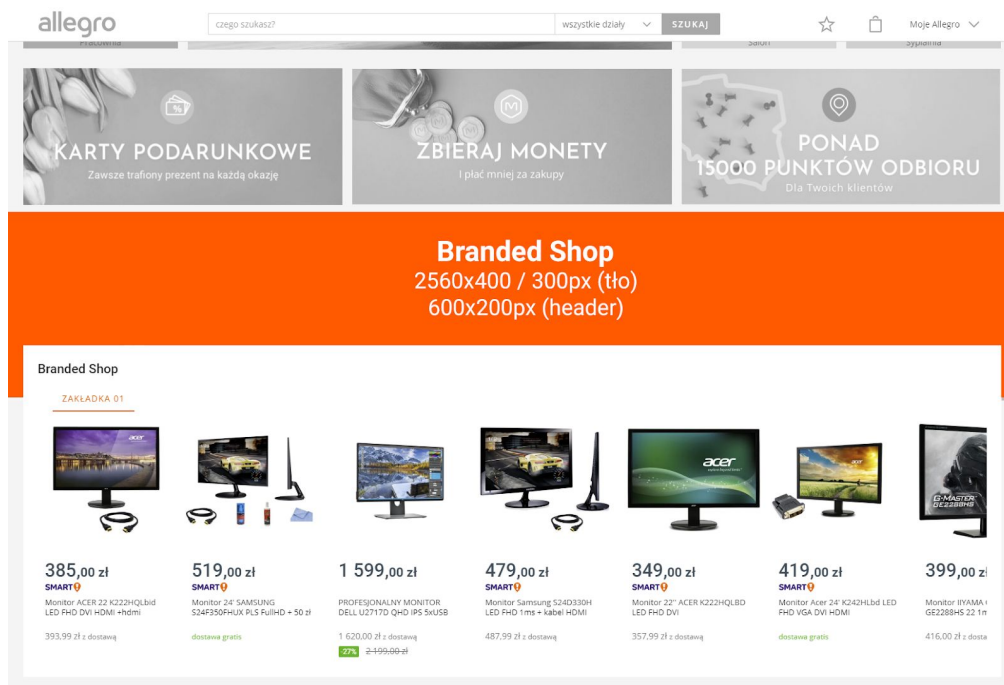
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



1.4. Branded shop - desktop i mobile (RWD)

Różnorodność komunikacji z Użytkownikiem

Branded Shop na Allegro to sekcja na stronie głównej, złożona z określonej ilości komponentów, a jej zadaniem jest głównie wsparcie konwersji. Format jest dedykowany dla kampanii reklamowych prowadzących ruch do wewnątrz serwisu. Reklama natywna zawiera predefiniowane moduły umożliwiające prezentację ofert / treści klienta. Branded Shop jest dostępny w 7 wersjach szablonu. Szczegóły techniczne i graficzne wszystkich wersji, opisane są poniżej.

 Targetowanie - brak	 Linkowanie wyłącznie do Allegro	 Model rozliczenia - FF
---	---	--

Branded shop

Umiejscowienie:

strona główna, strony kategorii;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar:

2560 x 400 / 300 px lub 1920 x 400 / 300 px (tło)
600x200 px (logo)

Maksymalna waga:

200 KB (tło), 50 KB (logo);

Typ pliku:

tło: jpg, png, gif (bez animacji);

logo: przezroczysty png

Tło jest kadrowane, zależnie od rozdzielczości urządzenia, nie należy na nim umieszczać jakiegokolwiek komunikacji.

Brak możliwości wpięcia kodów

Zdjęcia produktów są automatycznie pobierane z ofert, zgodnie z ID oferty.

Istnieje 8 wersji szablonów Branded Shopu. Dla wszystkich podstawowe komponenty (tło i logo) mają takie same wymagania

Jeśli prezentujemy oferty, to należy podać listę ich ID po przecinku. Dla modułów z ofertami, grafikami, filmem, wchodzących w skład Branded Shopu można podać tytuł, będzie on wyświetlany ponad ofertami / grafiką / filmem.

Poniżej przedstawiamy możliwe warianty Branded Shop'u i informacje o specyficznych dla wariantu wymaganiach.

1.4.1. Warianty Branded Shop

1.4.1.1. Wersja 1 - z pojedynczą karuzelą z ofertami i nagłówkiem.

allegro

zakupy takie jak Ty

Przykładowy tekst / tytuł nad karuzelą z ofertami

							
	-56% 800,00 zł 349,90 zł SMART	109,99 zł SMART	-56% 184,00 zł 79,90 zł SMART	139,99 zł SMART	-50% 549,00 zł 269,90 zł SMART	95,00 zł SMART	99,99 SMART
sell Hobbs	Zegarek męski Casio G-Shock GA-700DE stoper WR200	Ariel kapsułki do prania 3w1 MSpring 80 sztuk	Portfel męski Puccini skórzany czarny na prezent	Ariel kapsułki do prania Lenor 3w1 3x 36 sztuk	Zegarek męski Timex TW4B09100 chrono datownik 100M	Suszarka do włosów z jonizacją Remington D5219 3w1	Suszarka do włosów Pro-Air Turl
	356,89 zł z dostawą	117,99 zł z dostawą	86,89 zł z dostawą	147,99 zł z dostawą	276,89 zł z dostawą	darmowa dostawa	darmowa dostawa

ZOBACZ WIĘCEJ

1.4.1.2. Wersja 2 - z karuzelami ofertowymi umieszczonymi w zakładkach.

allegro

zakupy takie jak Ty

Przykładowy tekst / tytuł nad karuzelą z ofertami

ZAKŁADKA 1 ZAKŁADKA 2 ZAKŁADKA 3 ZAKŁADKA 4 ZAKŁADKA 5 ZAKŁADKA 6



64,99 zł
SMART
Fairy Platinum tabletki do zmywarek 100 sztuk



wyprzedaż 59,90 zł
28,49 zł
SMART
6x Żarówka LED Philips E14 5,5W = 40W 470lm



wyprzedaż 449,00 zł
139,00 zł
SMART
Prostownica do włosów Remington S8590



wyprzedaż 59,90 zł
28,49 zł
SMART
6x Żarówka LED Philips GU10 4,7W = 50W 345lm



Smart! okazja 104,99 zł
59,90 zł
SMART
Fairy Platinum tabletki do zmywarek 100 sztuk



-47% 379,00 zł
199,90 zł
SMART
Zegarek damski Timex Metropolitan złoty mesh 30M



299,97 zł
SMART
Fairy Platinum tabletki do zmywarek 600 sztuk

ZOBACZ WSZYSTKIE OFERTY

1.4.1.3. Wersja 3 - z karuzelą ofertową i grupą wyróżnionych produktów obok.

allegro

zakupy takie jak Ty

Przykładowy tekst / tytuł nad karuzelą z ofertami



64,99 zł
SMART
Fairy Platinum tabletki do zmywarek 100 sztuk
72,99 zł z dostawą



wyprzedaż 59,90 zł
28,49 zł
SMART
6x Żarówka LED Philips E14 5,5W = 40W 470lm
36,48 zł z dostawą



wyprzedaż 449,00 zł
139,00 zł
SMART
Prostownica do włosów Remington S8590
darmowa dostawa



wyprzedaż 59,90 zł
28,49 zł
SMART
6x Żarówka LED Philips GU10 4,7W = 50W 345lm
36,48 zł z dostawą



Smart! okazja 104,99 zł
59,90 zł
SMART
Fairy Platinum tabletki do zmywarek 100 sztuk
67,90 zł z dostawą

ZOBACZ WSZYSTKIE OFERTY

Top Oferty



wyprzedaż 149,00 zł
139,00 zł
SMART
Prostownica do włosów Remington S8590
darmowa dostawa



99,99 zł
SMART
Suszarka do włosów Remington Pro-Air Turbo D5220
darmowa dostawa



wyprzedaż 99,00 zł
85,00 zł
SMART
Blender do koktajli Russell Hobbs 21350-56
darmowa dostawa

- W prawej kolumnie umieszczamy zawsze 3 oferty, ich lista może być dłuższa, jednak wyświetlone z niej zostaną pierwsze trzy aktywne oferty.

1.4.1.3.1. Wersja 3-1 - z karuzelą ofertową i nagłówkiem graficznym oraz obrazkiem i wyróżnioną ofertą obok, w górnej części z modułem odliczania.

allegro
zakupy takie jak Ty

Festiwal Wyprzedaży

3 4 9 : 0 8 : 0 7 : 4 1
DNI GODZIN MINUT SEKUND

Przykładowy tekst / tytuł nad karuzelą z ofertami

Produkt	Wyprzedaż (zł)	Cena (zł)
Fairy Platinum tabletki do zmywarek 100 sztuk	64,99 zł	SMART
6x Żarówka LED Philips E14 5,5W = 40W 470lm	28,49 zł	SMART
Prostownica do włosów Remington S8590	139,00 zł	SMART
6x Żarówka LED Philips GU10 4,7W = 50W 345lm	28,49 zł	SMART
Fairy Platinum zmywarek 100 sztuk	59,90 zł	Smart! okazja

Top Oferta

Najlepsze oferty

-56% 184,00 zł
79,90 zł
SMART
Portfel męski Puccini skórzany czarny na prezent
86,89 zł z dostawą

ZOBACZ WIĘCEJ

- W przypadku urządzeń mobilnych logo i claim zostają zastąpione przez odliczanie.
- W prawej kolumnie umieszczamy banner 600x200 px oraz jedną ofertę, ich lista może być dłuższa, jednak wyświetlona z niej zostanie pierwsza aktywna oferta.
- Dla modułu z odliczaniem należy zdefiniować datę kończącą promocję / wyprzedaż.

1.4.1.4. Wersja 4 - z karuzelami ofertowymi umieszczonymi w zakładkach oraz jedną, wyróżnioną ofertą obok.

allegro
zakupy takie jak Ty

Przykładowy tekst / tytuł nad karuzelą z ofertami

ZAKŁADKA 1 ZAKŁADKA 2 ZAKŁADKA 3 ZAKŁADKA 4 ZAKŁADKA 5

 64,99 zł SMART Fairy Platinum tabletki do zmywarek 100 sztuk	 wyprzedaż 59,99 zł 28,49 zł SMART 6x Żarówka LED Philips E14 5,5W = 40W 470lm	 wyprzedaż 149,99 zł 139,00 zł SMART Prostownica do włosów Remington S8590	 wyprzedaż 59,99 zł 28,49 zł SMART 6x Żarówka LED Philips GU10 4,7W = 50W 345lm	 Smart! okazja 104,99 zł 59,90 zł SMART Fairy Platinum tabletki do zmywarek 100 sztuk
--	---	--	--	--

ZOBACZ WIĘCEJ

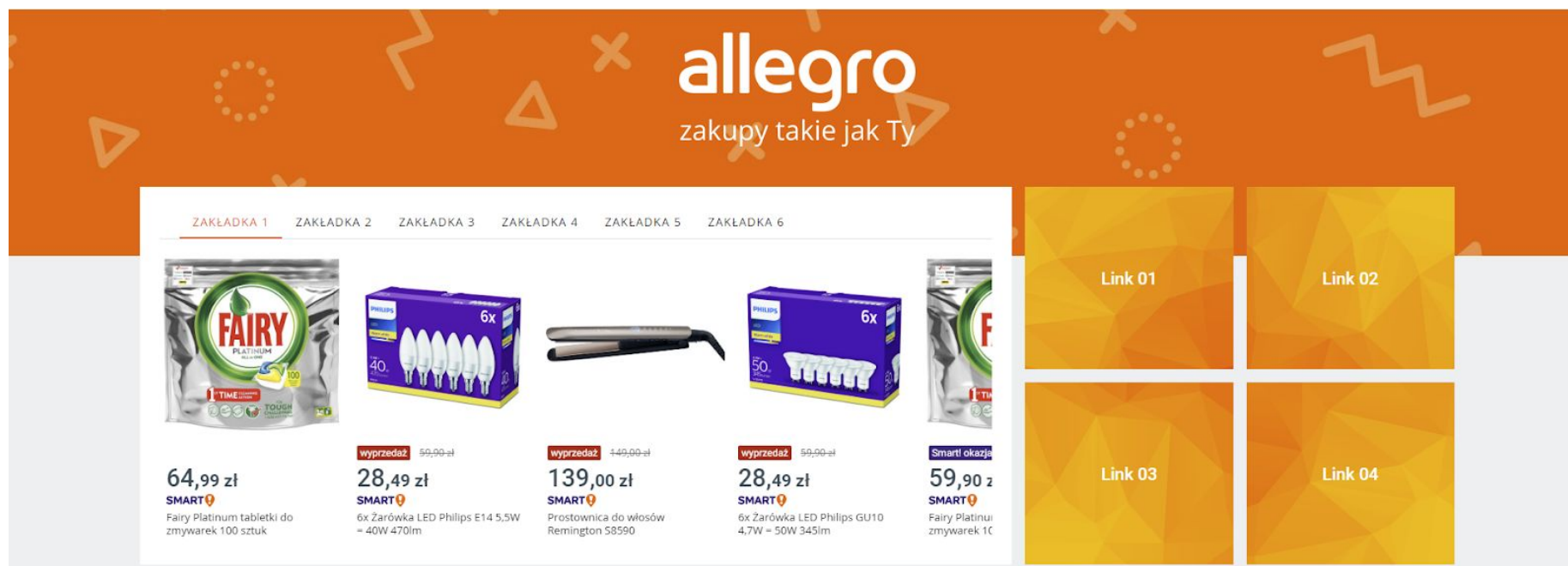
Top Oferta



LICYTACJA - 5 godz.
177,50 zł
SMART
Buty sportowe damskie Reebok Trainfusion Nine r 39
185,49 zł z dostawą

- W prawej kolumnie wyróżniona jest jedna oferta, ich lista może być dłuższa, jednak wyświetlona z niej zostanie pierwsza aktywna oferta.

1.4.1.5. Wersja 5 - z karuzelami ofertowymi umieszczonymi w zakładkach oraz czterema obrazkami, mogącymi kierować do innych grup produktów.



- 4 kafelki z grafikami, każdy o wymiarze 270x270 px i wadze max. 30 KB

1.4.1.6. Wersja 6 - z dwiema, równorzędnymi karuzelami ofertowymi.

allegro

zakupy takie jak Ty

Przykładowy tekst / tytuł nad karuzelą z ofertami

			
64,99 zł SMART Fairy Platinum tabletki do zmywarek 100 sztuk	wyprzedaż 59,90 zł 28,49 zł SMART 6x Żarówka LED Philips E14 5,5W = 40W 470lm	wyprzedaż 149,00 zł 139,00 zł SMART Prostownica do włosów Remington S8590	wyprze 28, SMAR 6x Żar 4,7W =
72,99 zł z dostawą	36,48 zł z dostawą	darmowa dostawa	36,48

ZOBACZ WIĘCEJ

Przykładowy tekst / tytuł nad karuzelą z ofertami

			
wyprzedaż 149,00 zł 139,00 zł SMART Prostownica do włosów Remington S8590	99,99 zł SMART Suszarka do włosów Remington Pro-Air Turbo D5220	wyprzedaż 89,00 zł 85,00 zł SMART Blender do koktajli Russell Hobbs 21350-56	96, SMAR Tryme Remin
darmowa dostawa	darmowa dostawa	darmowa dostawa	darmowa

ZOBACZ WIĘCEJ

1.4.2. Definiowanie list produktów na potrzeby Branded Shop'u

W ramach struktury Branded Shop prezentujemy oferty produktów wystawionych na Allegro, należy zdefiniować listy produktów dla każdego modułu / zakładki / karuzeli. Można zrobić to na kilka sposobów;

1.4.2.1. Definiowanie listy produktowej w oparciu o ID ofert:

Należy dostarczyć listę ID ofert, osobną dla każdego modułu, zakładki, czy karuzeli produktowej.

Należy przygotować listę, zawierającą wyłącznie ID ofert, czyli ciąg cyfr przyporządkowany danej ofercie - znajdujący się w samej ofercie, w narzędziach dla sprzedających, czy wreszcie będący ostatnim elementem adresu URL.

Lista powinna zostać dostarczona w pliku tekstowym, pliku doc / xls i powinna zawierać wyłącznie lub w osobnej kolumnie, ID produktów (w przypadku dokumentów tekstowych, przedzielonych przecinkiem).

Przykładowa Lista ID dla grupy produktów powinna wyglądać jak poniżej. Listę należy poprzedzić tytułem modułu, jaki zostanie wyświetlony na stronie:

Telewizory - najlepsze ceny:

7657206536,7562962165,7586132459,7586128287,7431237338,7575375821,7657172155,7760527383,7718999727,7655595440

Powyższa lista w Branded Shopie prezentuje ofertę sprzedawanych telewizorów, których adresy na Allegro wyglądają następująco:

<https://allegro.pl/telewizor-40-4k-led-samsung-ue40nu7192-smarttv-i7657206536.html>
<https://allegro.pl/oferta/telewizor-65-samsung-ue65nu7172-3840x2160-smarttv-7562962165>
<https://allegro.pl/oferta/telewizor-kiano-slim-tv-40-cale-gw24-pl-super-cena-7586132459>
<https://allegro.pl/oferta/telewizor-kiano-slim-tv-22-cale-gw24-pl-super-cena-7586128287>
<https://allegro.pl/telewizor-samsung-ue55nu7172u-4k-uhd-smart-tv-wifi-i7431237338.html>
<https://allegro.pl/samsung-ue55nu7172-telewizor-led-smart-ultra-hd-4k-i7575375821.html>
<https://allegro.pl/telewizor-40-4k-samsung-ue40nu7122-smarttv-i7657172155.html>
<https://allegro.pl/telewizor-4k-led-uhd-lg-70uk6500-smart-tv-srebrny-i7760527383.html>
<https://allegro.pl/telewizor-49-kruger-matz-4k-ultra-hd-smart-i7718999727.html>
<https://allegro.pl/oferta/telewizor-led-43-samsung-ue43nu7092-4k-uhd-smart-7655595440>

WAŻNE - w ramach danej grupy ID ofert nie mogą się powtarzać.

Na podstawie takiej listy po stronie Allegro tworzymy grupę produktową, której możemy nadać jedną z poniższych metod sortowania, z których najważniejsze to:

- Brak sortowania - oferty będą wyświetlane w kolejności podanej na liście;
- Kolejność zoptymalizowana przez wewnętrzny algorytm Allegro pod kątem wskaźnika CTR
- Losowa kolejność przy każdej wizycie

Można zastosować także sortowanie:

- Według ceny (od najwyższej / od najniższej);
- Według ceny wraz z dostawą (od najwyższej / od najniższej);
- Według popularności
- Najbliżej do zakończenia
- Najnowsze oferty jako pierwsze

1.4.2.2. Definiowanie listy produktowej w oparciu o URL listingowy:

Nie podajemy tu konkretnych ID produktów, lecz korzystamy z mechanizmu wyszukiwania i filtrowania w ramach Allegro - lista produktów jest generowana automatycznie, na podstawie zadanego **URLa z listingu** na Allegro.

Jak uzyskać taki URL?

Należy skorzystać z nawigacji w serwisie / wyszukiwarki + filtrów na listingu i po uzyskaniu oczekiwanej zawartości listingu, zapisać taki URL, a następnie załączyć go do zlecenia emisji.

Przykładowa ścieżka do uzyskania takiego adresu - przyjmijmy, że chcemy wyświetlić w karuzeli wszystkie oferty na telewizory marki **Samsung**, o przekątnej **od 40 do 60 cali**, w lokalizacji **Warszawa**, które dodatkowo są premiowane **Monetami**.

Ze strony głównej Allegro przechodzimy do kategorii **Elektronika** i od razu do kategorii **Telewizory**, następnie korzystając z wyszukiwarki, wpisujemy tam frazę **Samsung**, w ten sposób otrzymujemy następujący URL:

<https://allegro.pl/kategoria/tv-i-video-telewizory-257732?bmatch=baseline-product-cl-eyesa2-dict43-ele-1-4-0318&string=Samsung>

Następnie, korzystając z filtrów w lewej kolumnie, wybieramy lokalizację - **Warszawa** oraz przekątną ekranu od **40" do 60" + Monety Allegro**, wynikiem będzie następujący URL:

<https://allegro.pl/kategoria/tv-i-video-telewizory-257732?string=Samsung&bmatch=baseline-product-cl-eyesa2-dict43-ele-1-4-0318&city=Warszawa&state=7&przekatna-ekranu-od=40&przekatna-ekranu-do=60&monety=1>

Zdefiniowanie takiej listy skutkowało wyświetleniem w module z produktami w Branded Shopie dokładnie tych produktów, jakie widzimy na listingu, przy czym nie zawsze w tej samej kolejności.

Tak przygotowaną listę produktową możemy, analogicznie jak opartą o ID produktów, sortować wedle tych samych parametrów:

- Kolejność zoptymalizowana przez wewnętrzny algorytm Allegro pod kątem wskaźnika CTR
- Losowa kolejność przy każdej wizycie.

Można zastosować także sortowanie.

- Według ceny (od najwyższej / od najniższej);
- Według ceny wraz z dostawą (od najwyższej / od najniższej);
- Według popularności;
- Najbliżej do zakończenia;
- Najnowsze oferty jako pierwsze.

1.4.2.3. Określanie ilości elementów w liście produktowej

Tworząc listę produktów należy pamiętać że, zależnie od modułu, w jakim prezentowane są produkty, mamy możliwość wyświetlenia ich określonej ilości w pierwszym widoku (przed przewinięciem karuzeli), przykładowo dla karuzeli o pełnej szerokości (1600px) będzie to maksymalnie 7 ofert - należy przy tym przyjąć, że w ramach cyklu życia promocji na Branded Shopie część produktów może zostać wyprzedanych lub może wygasnąć.

W związku z tym, dla każdego z modułów prezentowanych na pełną szerokość strony należy przygotować listę produktów będącą dwukrotnością standardowo wyświetlanych, czyli w tym wypadku 14 ofert. **Limit w ramach pojedynczej listy dla modułu w Branded Shopie to 15 ofert.**

Należy rozróżnić dwa ograniczenia ilości ofert:

1. Liczebność grupy, wynikająca bądź z ilości podanych ID ofert, bądź z ręcznie określonego dla listingu limitu ofert.
2. Ilość ofert **wyświetlanych w ramach danego modułu.**

Liczba 1 może być znacząco większa od liczby 2, dzięki czemu uzyskujemy zapas ofert, na wypadek wyprzedania się wyświetlanych początkowo.

Przykładowo - w ramach modułu karuzeli w Branded Shopie wyświetlamy 15 produktów, jednak lista produktów zasilająca ten moduł liczy sobie 40 ofert - wyświetlone zostanie pierwsze 15 z nich, jednak po wyprzedaniu lub wygaśnięciu jednej z tych 15 ofert do karuzeli zostanie zaciągnięta kolejna z listy 40.

Dodatkowo, aby zapobiec brakom w karuzeli produktowej, powstałym na skutek wyprzedania poszczególnych ofert lub ich wygaśnięcia, możemy połączyć obie metody definiowania listy produktowej tak, aby najpierw wyświetlać produkty określone według ID oferty, a następnie uzupełnić je listą zbudowaną na podstawie URLa listingowego. Zostało to opisane poniżej.

1.4.2.4 Łączenie obu metod

Obie metody definiowania list produktowych możemy łączyć - tworząc grupę na podstawie zarówno ID produktów, jak i URL listingowego.

Przykładowo - mamy wybrane 3 produkty, które chcemy umieścić na początku karuzeli:

<https://allegro.pl/oferta/telewizor-thomson-55ud6306-8255142963>;

<https://allegro.pl/oferta/telewizor-50-lg-50um7500-led-4k-uhd-hdr-smart-tv-9128481035>;

<https://allegro.pl/oferta/telewizor-lg-led-55um7510-4k-uhd-smart-hdr-8499871917>.

A w dalszej kolejności chcemy uzupełnić produktami z poniższego listingu, sortowanymi od najniższej ceny:

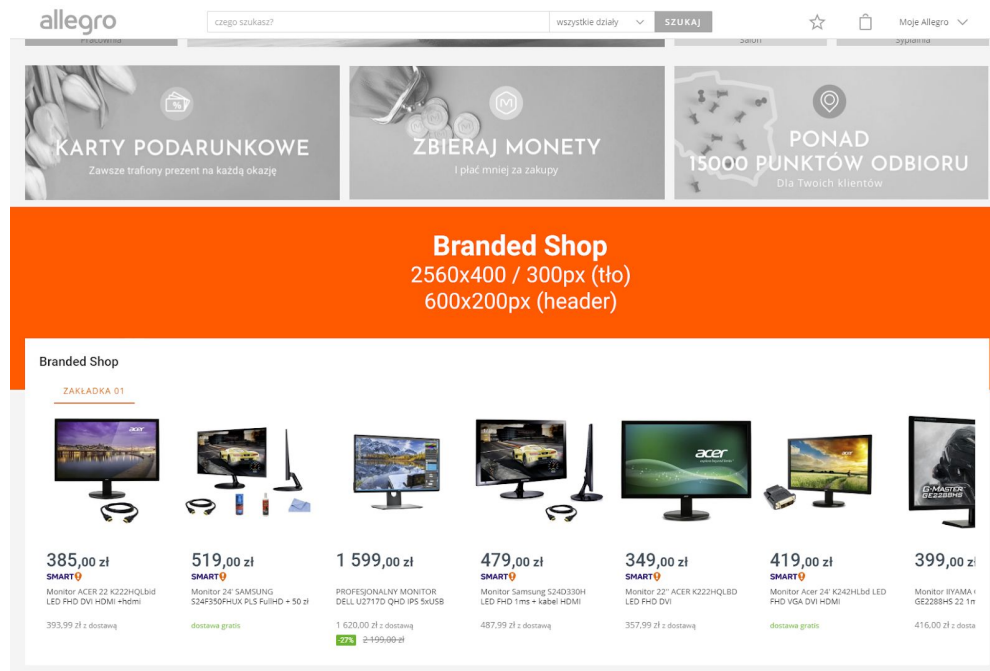
<https://allegro.pl/uzytkownik/Allegro/tv-i-video-telewizory-257732?bmatch=baseline-product-cl-eyesa2-dict43-ele-1-4-0318>

Podajemy zatem w zleceniu te 3 ID ofert: **8255142963, 9128481035, 8499871917**

oraz URL listingowy: <https://allegro.pl/uzytkownik/Allegro/tv-i-video-telewizory-257732?bmatch=baseline-product-cl-eyesa2-dict43-ele-1-4-0318>

z zaznaczeniem, że oferty wyszczególnione po ID mają wyświetlić się wedle zadanej kolejności, a kolejne, pobierane z listingu, od najniższej ceny.

Uzyskamy w ten sposób karuzelę, gdzie pierwsze 3 pozycje zajmują oferty podane wedle ID, natomiast pozostałe zostaną zaciągnięte z listingu, wedle zadanego sortowania.



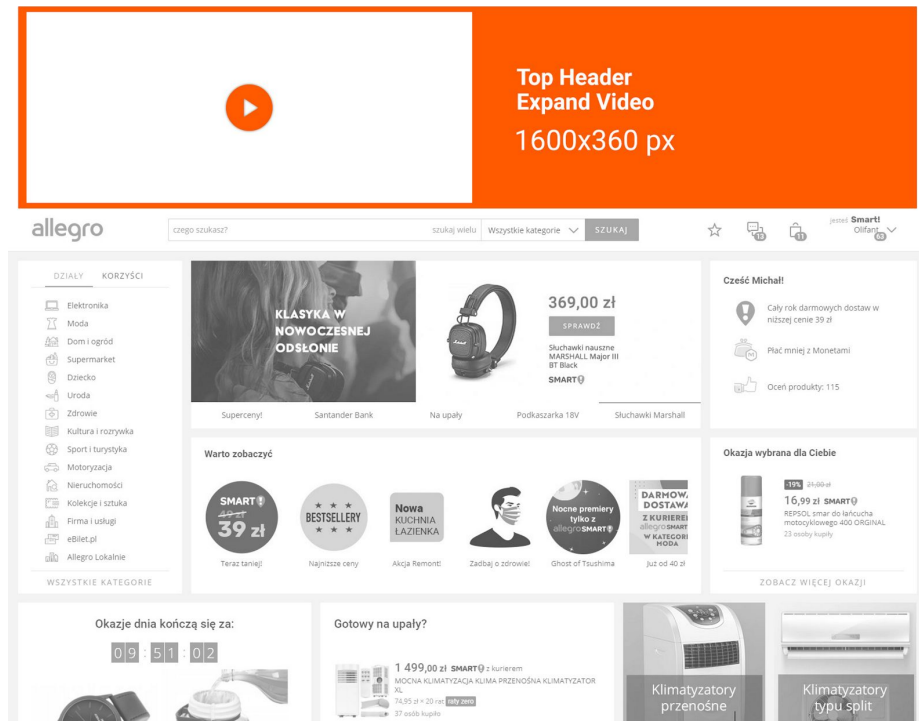
1.5. Category Branded shop (Kategoria Zdrowie i Dziecko) - desktop

Różnorodność komunikacji z Użytkownikiem

Branded shop może być prezentowany nie tylko na stronie głównej serwisu, ale również na stronach głównych wszystkich kategorii. Format jest również dostępny w 8 wersjach szablonu. Szczegóły techniczne i graficzne wszystkich wersji, opisane są w [wytocznych graficznych poszczególnych wariantów](#).

 Targetowanie - brak	 Linkowanie wyłącznie do Allegro	 Model rozliczenia - FF
---	--	---

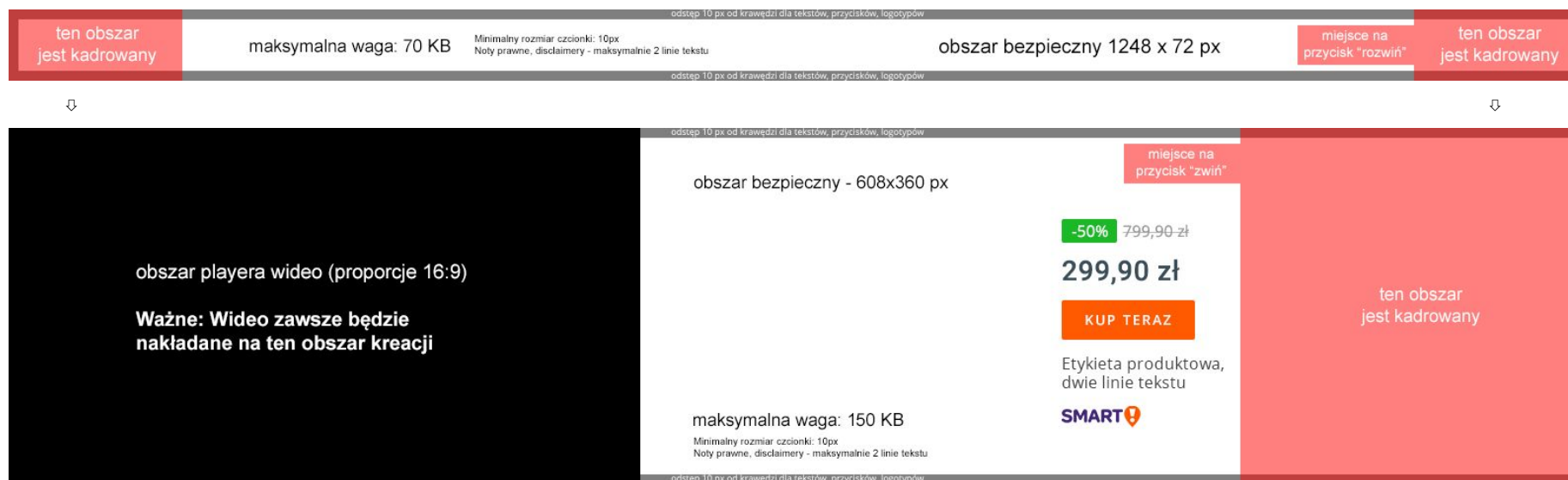
2. Formaty Premium Video



2.1. Video top header expand - Strona główna

 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
---	--	--	--

Video Top Header Expand



Umieszczenie: Strona główna Allegro, nad nagłówkiem, rozwijany po kliknięciu - **dwa osobne obrazy**;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **1600x72 px, po rozwinięciu 1600x360 px**
(obszar bezpieczny - 1248 px);
Maksymalna waga: **70 KB dla zwiniętego, 150 KB dla rozwiniętego**;
Tło: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;
Disclaimer, noty prawne - maksymalnie dwie linie tekstu.

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa:
podstawowe - umieszczone tylko na kreacji rozwiniętej.

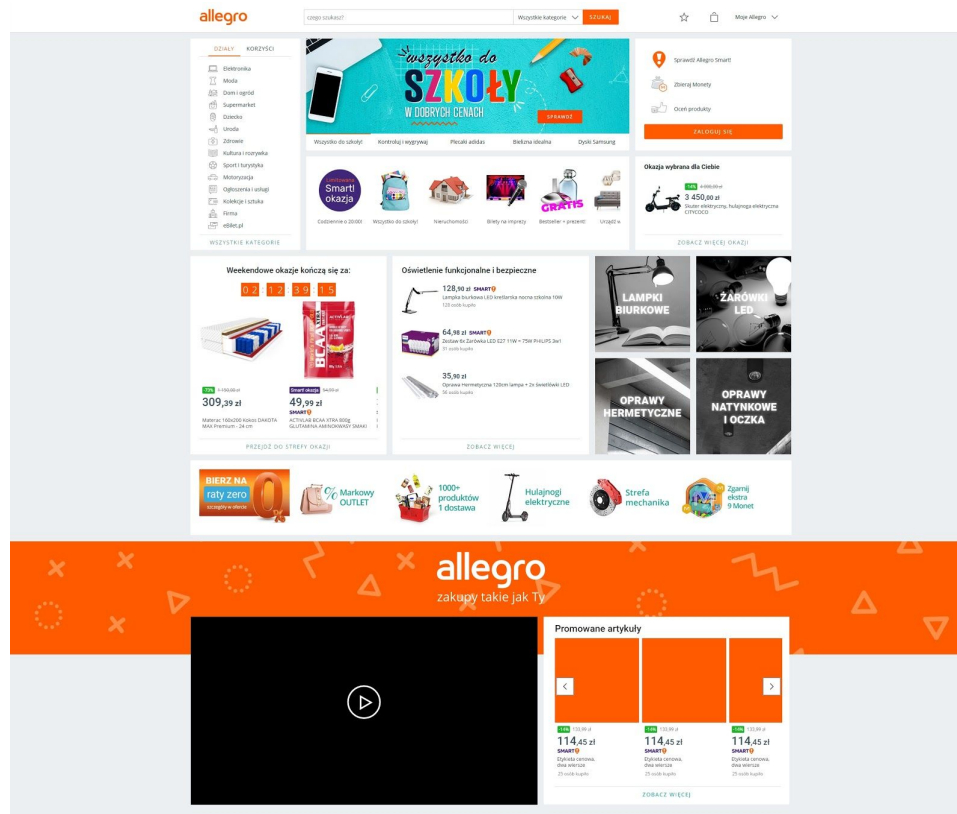
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

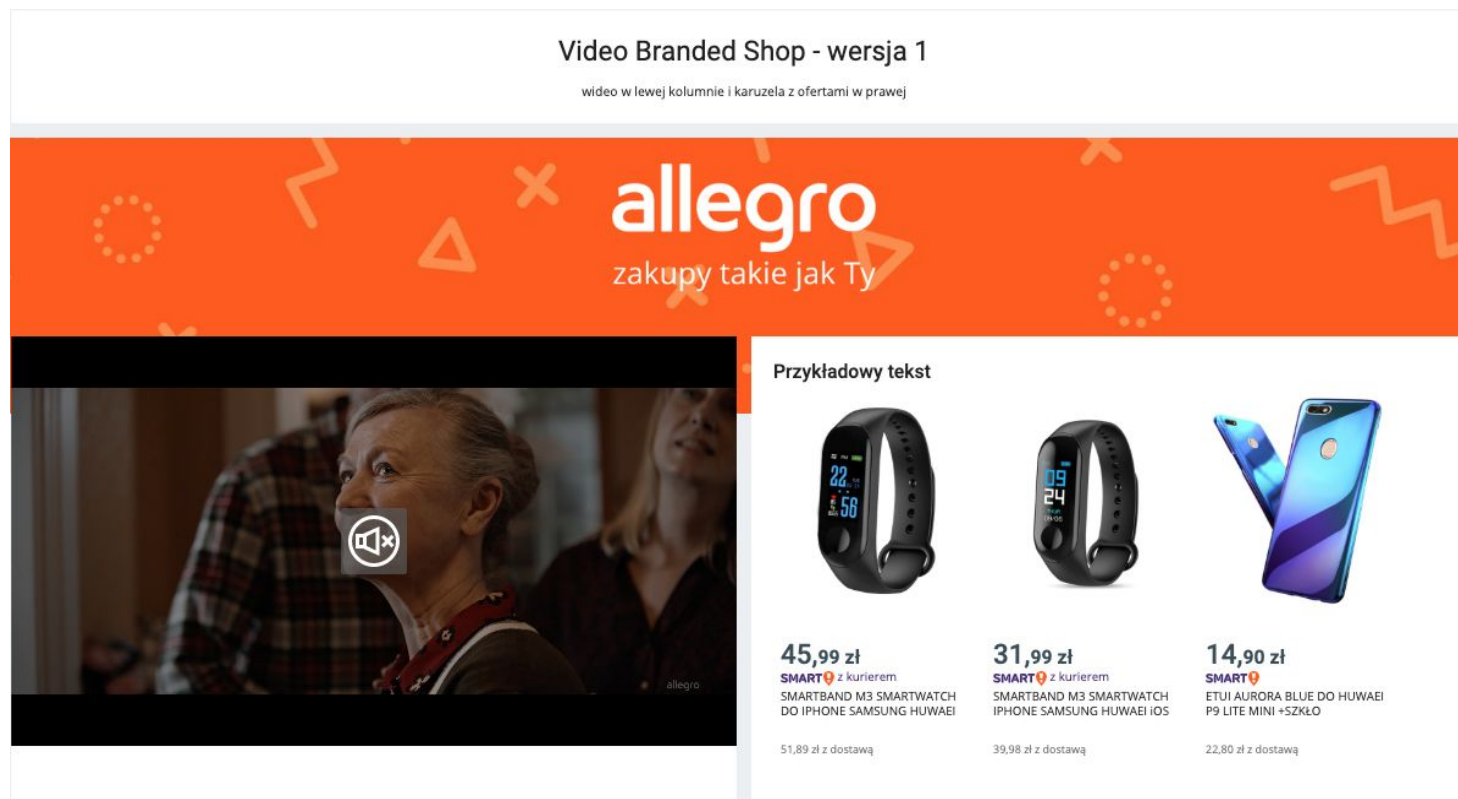
[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



2.2. Video Branded Shop - Strona główna

2.2.1. Video Branded Shop v.1

 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii	 Linkowanie wyłącznie do Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
---	--	--	--



Umiejscowienie:

strona główna

Specyfikacja techniczna:

Wymiar:

2560 x 400 / 300 px lub 1920 x 400 / 300 px (tło)

600x200 px (logo)

Maksymalna waga:

200 KB (tło), 50 KB (logo);

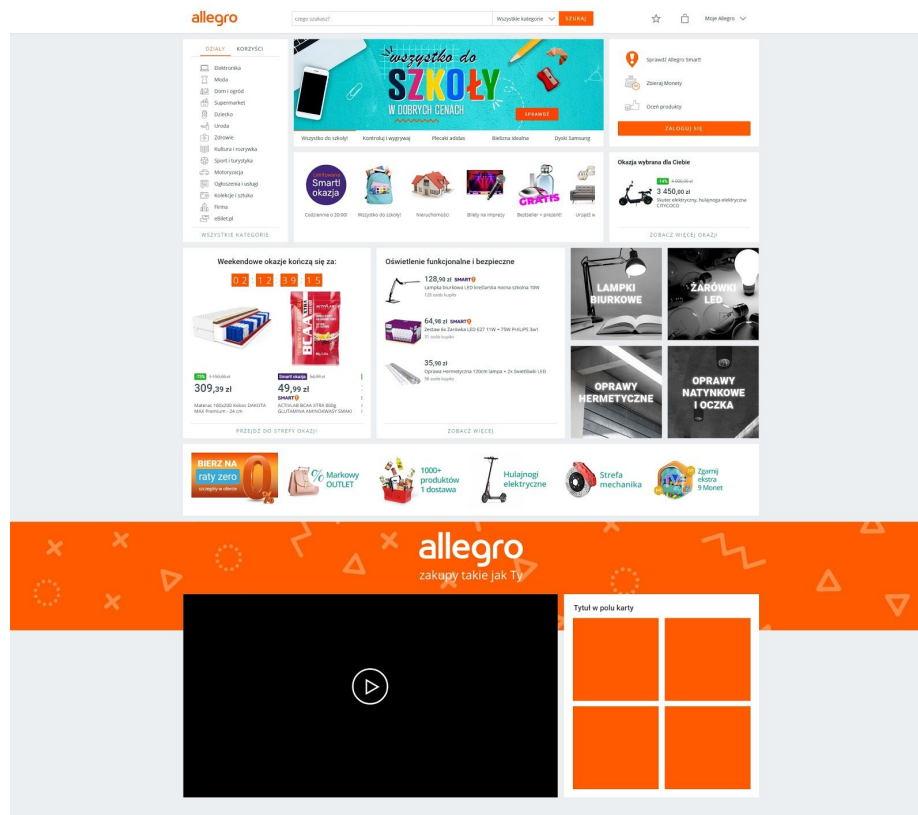
Tło: jpg, png, gif (bez animacji);

Logo: przezroczysty png

Tło jest kadrowane, zależnie od rozdzielczości urządzenia, nie należy na nim umieszczać jakiegokolwiek komunikacji.

Brak możliwości wpięcia kodów

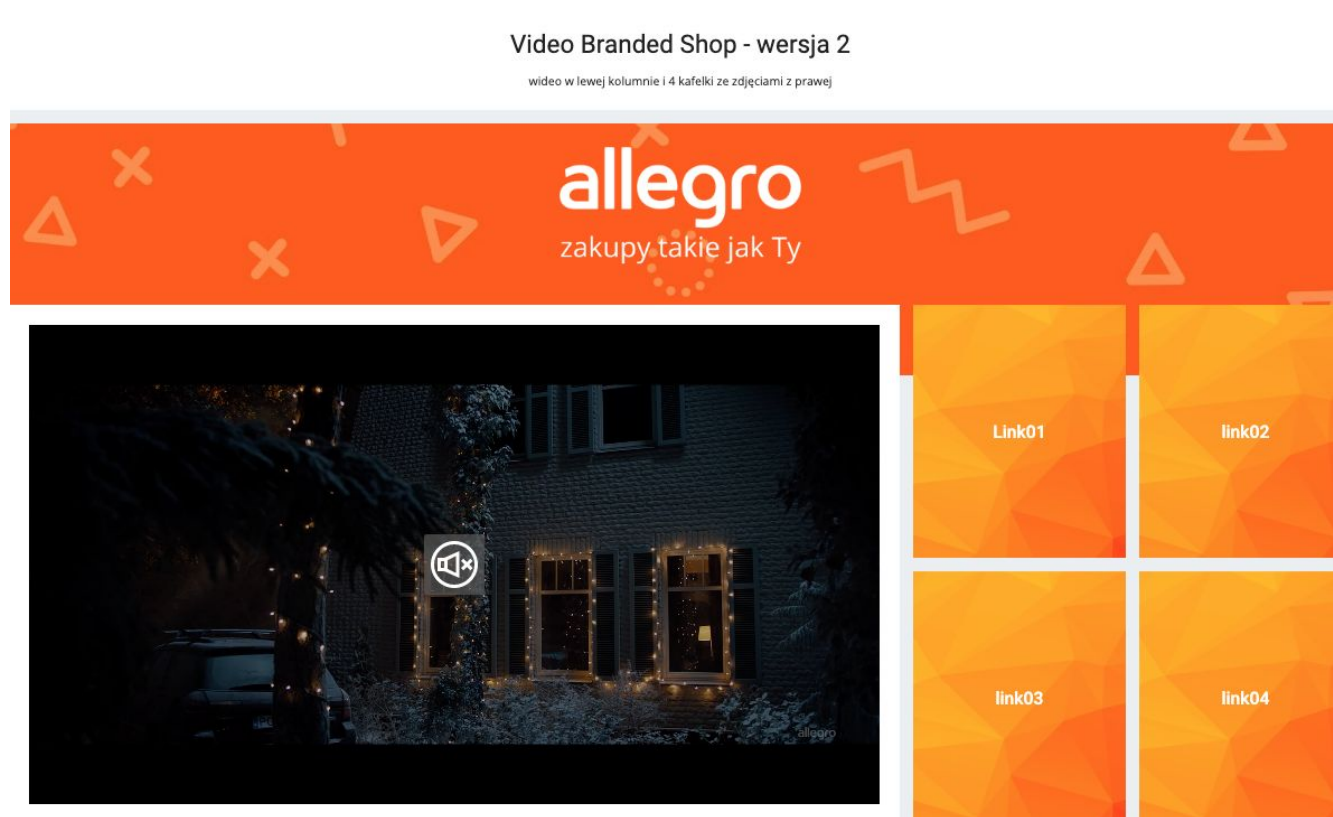
Materiał video musi być zgodny z [wymogami](#) do plików video.



2.2.2. Video Branded Shop v.2

 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii	 Linkowanie wyłącznie do Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
---	--	--	--

Video Branded Shop v.2 - [Live preview](#)



Umiejscowienie:

strona główna

Specyfikacja techniczna:

Wymiar:

2560 x 400 / 300 px lub 1920 x 400 / 300 px (tło)

600x200 px (logo)

Maksymalna waga:

200 KB (tło), 50 KB (logo);

Specyfikacja dla formatów reklamowych, emitowanych w ramach serwisu allegro.pl

Tło: jpg, png, gif (bez animacji);

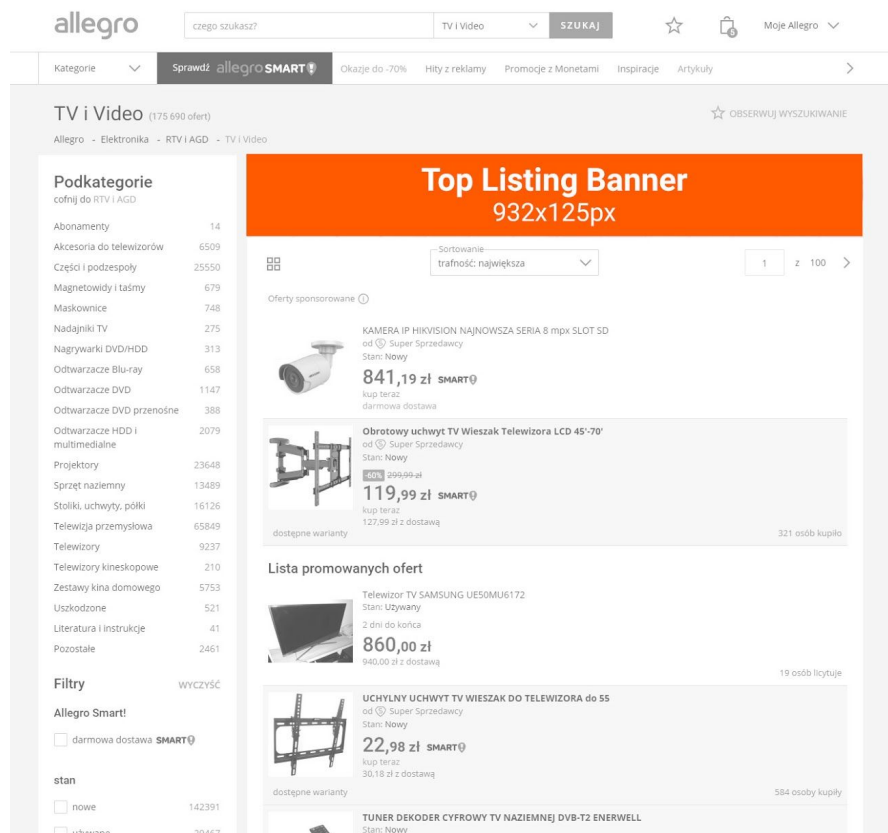
Logo: przezroczysty png

Tło jest kadrowane, zależnie od rozdzielczości urządzenia, nie należy na nim umieszczać jakiegokolwiek komunikacji.

Brak możliwości wpięcia kodów

Materiał video musi być zgodny z [wytycznymi](#) do plików video.

3. Formaty Standard - listingowe



3.1. Top Listing Banner

3.1.1. Top listing banner - desktop

Wygraj na listingu!

Bardzo widoczna reklama, wyświetla się nad listą ofert, zatem pozwala dotrzeć do osób zainteresowanych określoną linią produktów i wyróżnić się spośród konkurencji. Skuteczne narzędzie służące do kształtowania decyzji zakupowych Twojej grupy docelowej.



Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro w kategorii Motoryzacja i Ogłoszenia



Model rozliczenia - CPM

Top-Listing Banner - listingi



Umieszczenie: Listingi, reklama wyświetlana nad listą ofert;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **932x125 px**;
Maksymalna waga: **50 KB (formaty statyczne) / 100 KB (HTML5)**;
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: dla małych formatów.

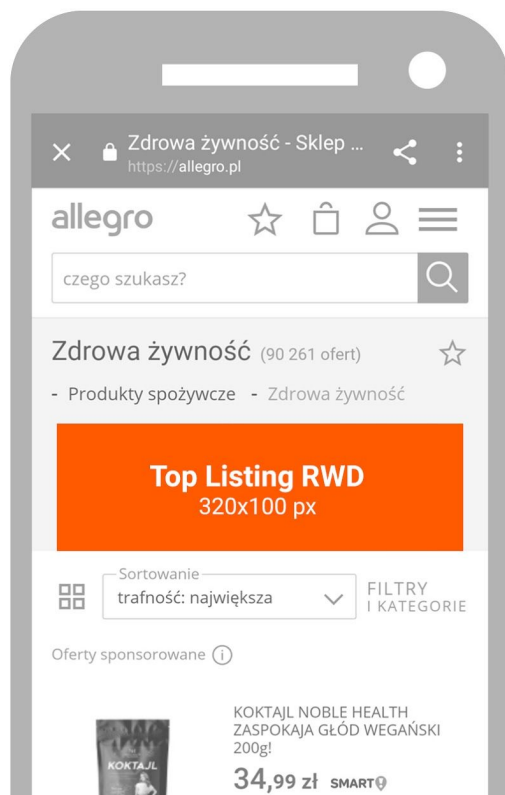
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



3.1.2. Top listing banner - mobile web

Mobile na topie

Top-listing banner w wersji mobilnej wyświetla się na RWD. Format ma na celu zainteresować użytkowników z określonymi intencjami zakupowym, którzy szukają produktów na smartfonie i zachęcić ich do skorzystania z Twojej oferty.

 Targetowanie - behawioralne, po słowach kluczowych, po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM
---	--	--

Top Listing - RWD - Listingi



Umiejscowienie: listingi, reklama widoczna na przeglądarkach w urządzeniach mobilnych;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **320x100 px**;
Maksymalna waga: **40 KB**.
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 5 px dla przycisków, tekstu, logotypów;
Minimalny rozmiar czcionki – **10 px**
Disclaimer, noty prawne - maksymalnie dwie linie tekstu.

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Tylko przycisk, wersja dla małych formatów lub mała mobilna (nie ma obowiązku umieszczania przycisku).

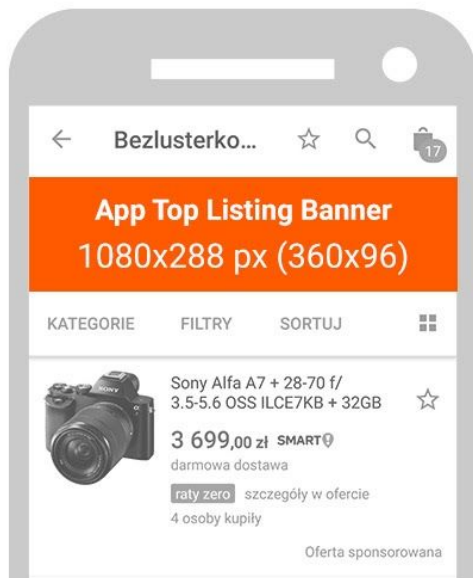
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie (nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia)

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



3.1.3. Top listing banner - Aplikacja mobilna Allegro

Bardzo dobrze widoczna reklama, która wyświetlana jest nad listą ofert. Dociera do osób zainteresowanych określoną linią produktów. Wyróżnia się spośród konkurencji, skutecznie kształtując decyzje zakupowe wskazanej grupy docelowej.



Targetowanie - kontekstowe, na słowa kluczowe i po drzewie kategorii



Linkowanie do wewnątrz Allegro



Model rozliczenia - CPM

Top listing banner - Aplikacja mobilna Allegro



Umiejscowienie: Aplikacja Allegro, listingi;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **1080x288 px**; (wyświetlany jako 360x96px)
Maksymalna waga: **100 KB**.
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 25 px dla przycisków, tekstu, logotypów;
Minimalny rozmiar czcionki – **16px**

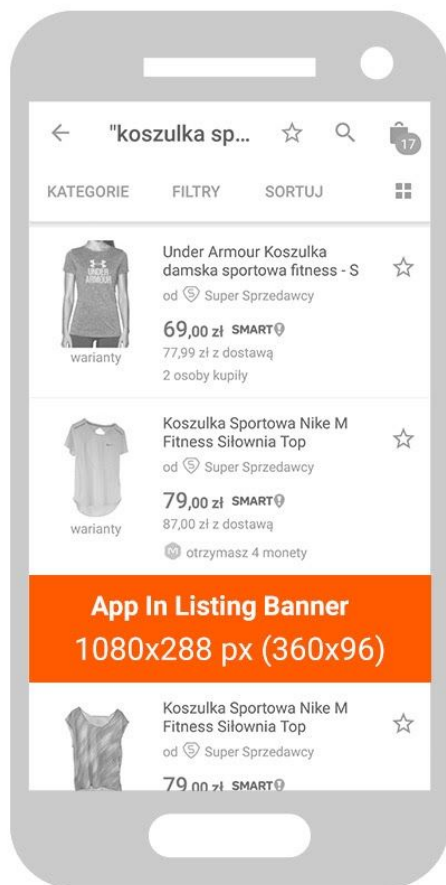
Kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

Opcjonalnie: kod mierzący kliknięcia, możliwość wpięcia pixela śledzącego wyświetlenia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



3.2. In listing banner - Aplikacja mobilna Allegro

Reklama wyświetlana jest pomiędzy ofertami w listingu. Pojawia się co 12 oferta, dzięki temu dociera do użytkowników wytrwale poszukujących odpowiedniego przedmiotu z linii produktowej. Przyciąga uwagę kreatywną prezentacją produktu na listingu i efektywnie zachęca użytkownika do zapoznania się z ofertą



Targetowanie - na słowa kluczowe, kontekstowe i po drzewie kategorii

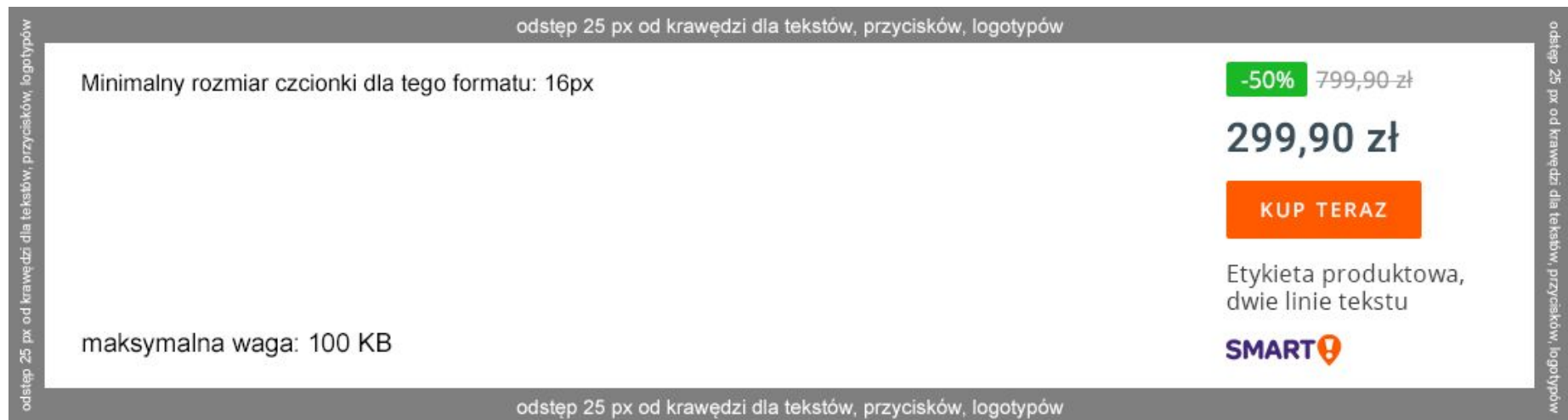


Linkowanie do wewnątrz Allegro



Model rozliczenia - CPM

In listing banner - Aplikacja mobilna Allegro



Umieszczenie: Aplikacja Allegro, listingi;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **1080x288 px**; (wyświetlany jako 360x96px)
Maksymalna waga: **100 KB**.
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 25 px dla przycisków, tekstu, logotypów;
Minimalny rozmiar czcionki – **16px**

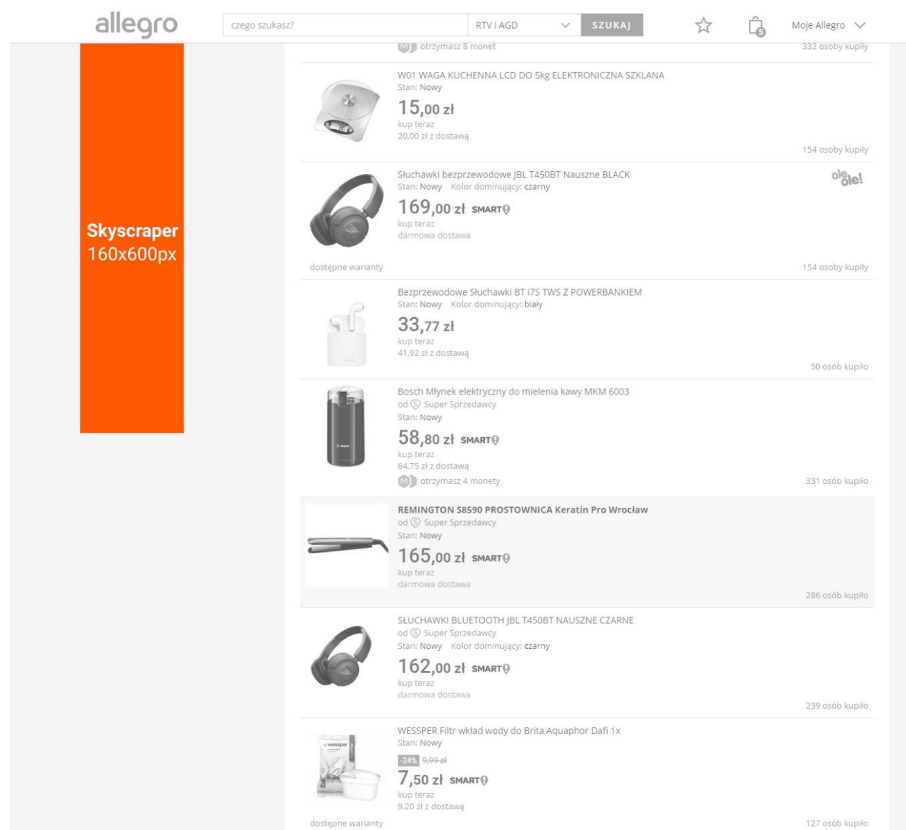
Kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

Opcjonalnie: kod mierzący kliknięcia, możliwość wpięcia pixela śledzącego wyświetlenia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



3.3. Skyscraper - desktop

The sky is the limit!

Wyświetlany po lewej stronie od listingu przyciąga uwagę użytkowników i umożliwia ekspozycję zaawansowanych animacji (HTML5). Ożyw tekst, buttony, grafikę! Możesz precyzyjnie

wyselekcjonować grupę osób, do których trafisz. Skuteczny sposób na przekierowanie ruchu na Twój produkt.



Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro w przypadku wybranych kategorii reklamodawców, ustalone indywidualnie



Model rozliczenia - CPM



Umiejscowienie: Listingi (lewa kolumna);

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **160x600 px;**

Maksymalna waga: **40 KB (formaty statyczne) / 80 KB (HTML5);**

Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;

Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: dla małych formatów.

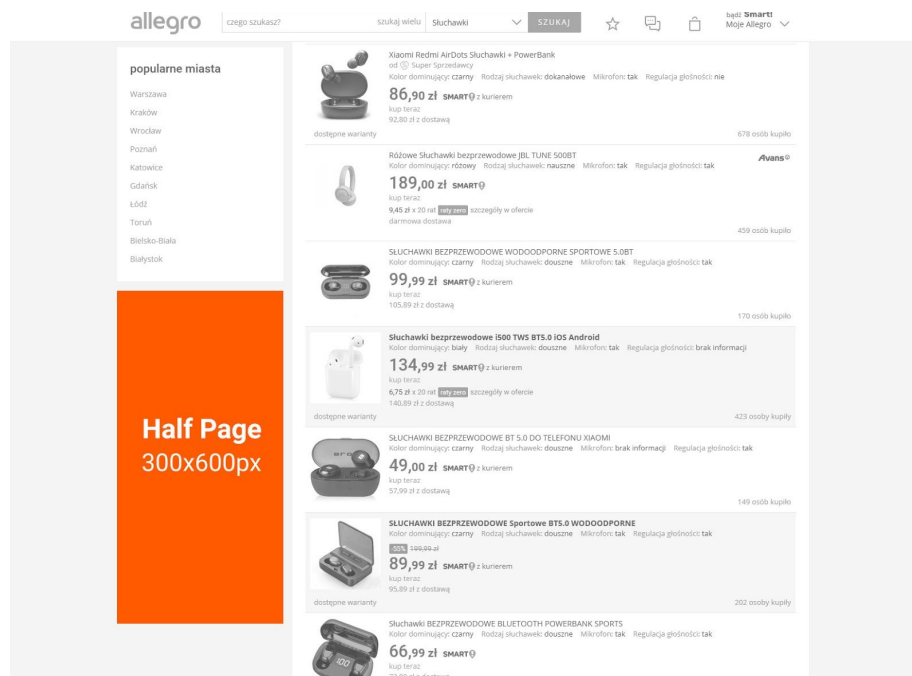
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

brak wymogów.

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



3.4. Half Page - desktop

Przyciąga pełną uwagę!

Prawie 2 razy szerszy niż skyscraper i tak samo jak on wyświetlany po lewej stronie od listingu przyciąga uwagę użytkowników.

Umożliwia precyzyjne dotarcie do wyselekcjonowanej grupy osób z bardzo angażującymi kreacjami i animacjami także w formacie HTML5. Skuteczny sposób na przekierowanie ruchu na Twój produkt i prezentację jego zalet.



Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro w przypadku wybranych kategorii reklamodawców, ustalane indywidualnie



Model rozliczenia - CPM

Half Page - listingi oraz Thank You Page



Umieszczenie:

Listingi (lewa kolumna) oraz strona po dokonaniu zakupu / wystawieniu przedmiotu;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **300x600 px**;
Maksymalna waga: **100 KB (formaty statyczne) / 200 KB (HTML5)**;
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;
Margines: 25 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

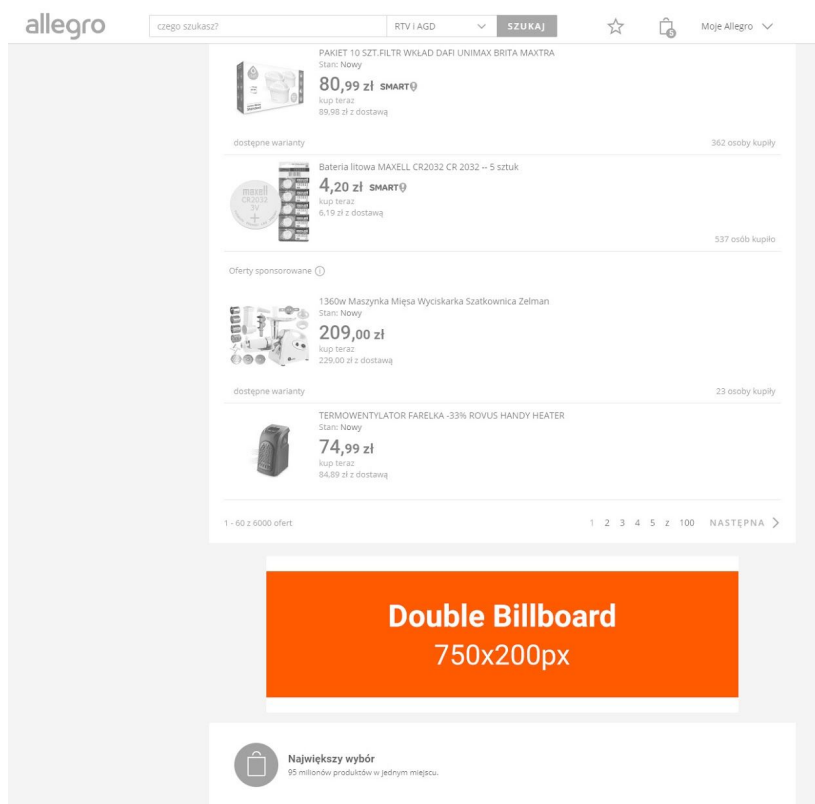
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

brak wymogów.

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



3.5. Double Billboard - desktop

Kto szuka, ten znajdzie...

Double Billboard jest zlokalizowany pod listingiem i daje możliwość dotarcia do tych konsumentów, którzy szukają specyficznej oferty, szczegółowo analizują możliwe alternatywy, porównują ceny, są zdeterminowani, by znaleźć najlepszą ofertę.



Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro w przypadku wybranych kategorii reklamodawców, ustalane indywidualnie



Model rozliczenia - CPM

Double Billboard - listingi



Umiejscowienie: Listing, reklama wyświetlana pod listą ofert;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **750x200 px**;
Maksymalna waga: **40 KB (formaty statyczne) / 80 KB (HTML5)**;
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa:
podstawowe / dla małych formatów.

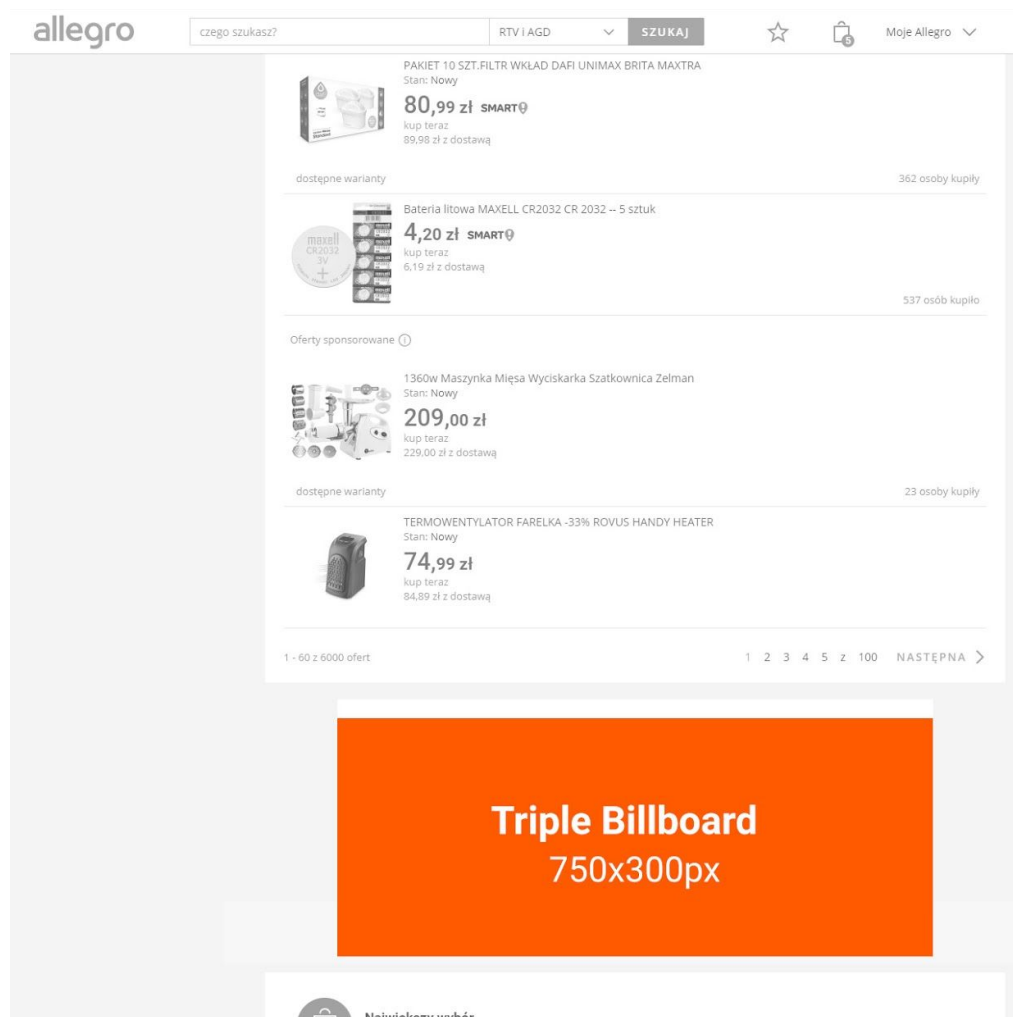
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

brak wymogów.

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



3.6. Triple Billboard - desktop

Podobnie jak Double Billboard, Triple Billboard zlokalizowany jest również pod listingiem i daje możliwość dotarcia do tych konsumentów, którzy szukają specyficznej oferty, szczegółowo analizują możliwe alternatywy, porównują ceny, są zdeterminowani, by znaleźć najlepszą ofertę. Triple Billboard daje jednak większą powierzchnię komunikacji.



Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro w przypadku wybranych kategorii reklamodawców, ustalane indywidualnie



Model rozliczenia - CPM



Umiejscowienie: Listing, reklama wyświetlana pod listą ofert;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **750x300 px;**
Maksymalna waga: **50 KB (formaty statyczne) / 100 KB (HTML5);**
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

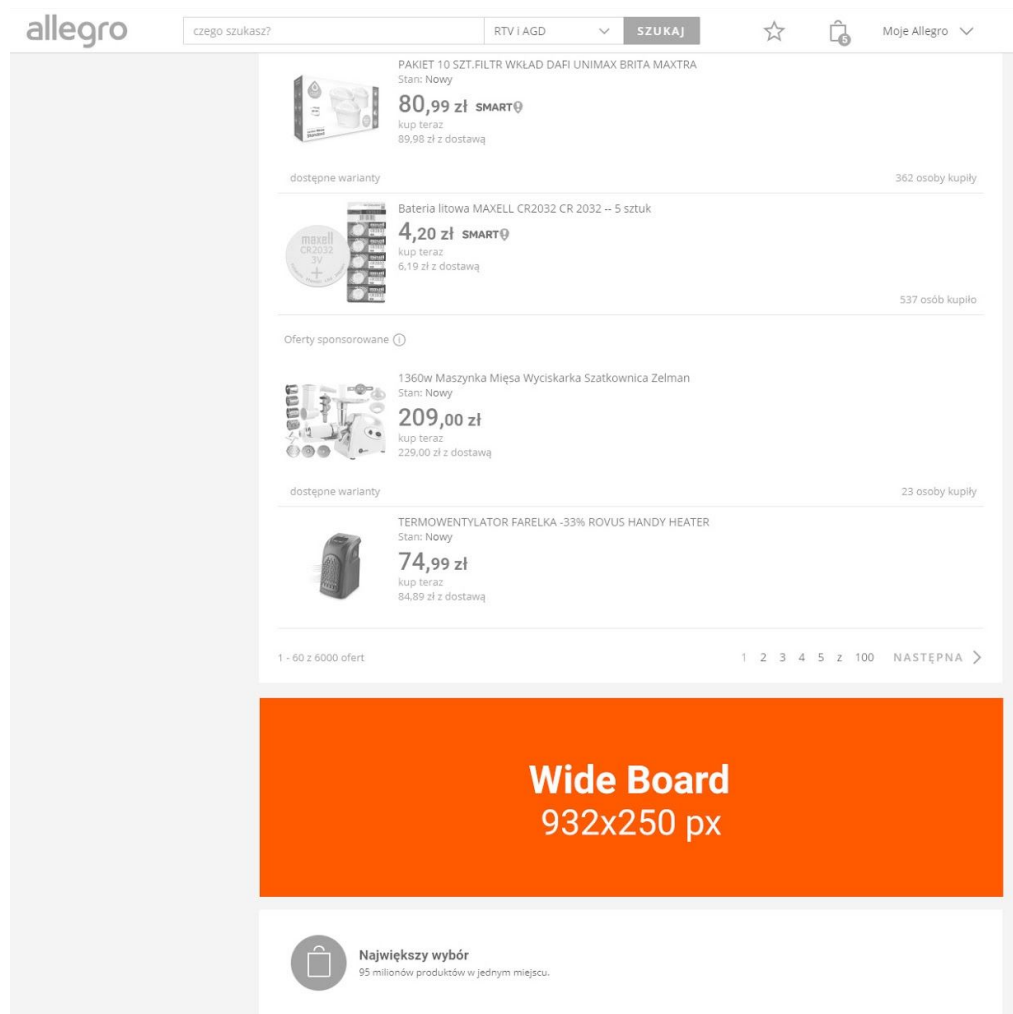
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

brak wymogów.

Opcjonalnie: kody mierzące odstępny w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



3.7. Wide Board - desktop

Lokalizacja pod listingiem i jeszcze większa powierzchnia reklamowa.



Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro w przypadku wybranych kategorii reklamodawców, ustalane indywidualnie



Model rozliczenia - CPM

Wide Board - listingi



Umiejscowienie: Listing, reklama wyświetlana pod listą ofert;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **932x250 px;**
Maksymalna waga: **75 KB (formaty statyczne) / 150 KB (HTML5);**
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji), HTML5;
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

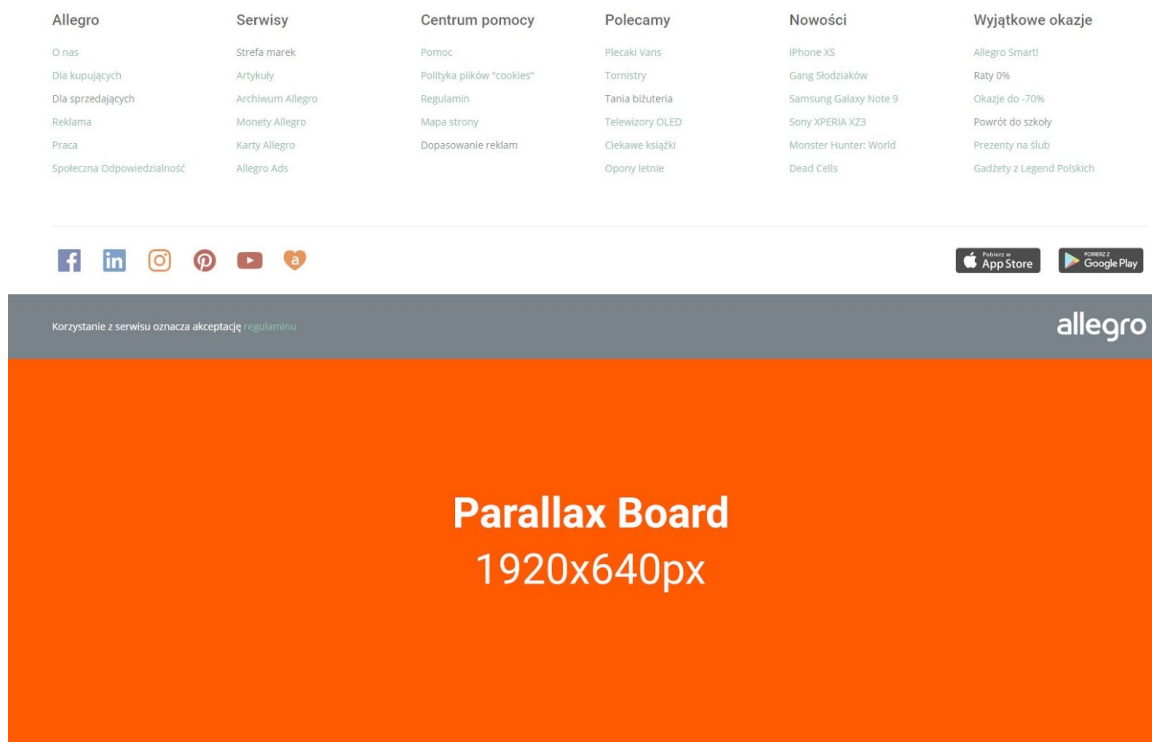
brak wymogów.

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)

3.8. Parallax Board



3.8.1. Parallax Board - desktop

Duży format

Reklama wyświetla się po przewinięciu przez użytkownika strony do samego dołu. Parallax Board jest formatem skalownym do okna przeglądarki. Nieinwazyjny, przyjazny dla użytkownika w odbiorze, oferujący wyjątkowo dużą powierzchnię reklamową.

 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro w przypadku wybranych kategorii reklamodawców, ustalane indywidualnie	 Model rozliczenia - CPM
---	--	--



Umiejscowienie: strona główna, kategorie, listing, strona produktu, reklama widoczna na dole strony, rozwija się podczas przewijania;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **1920x640 px**, skalowana do szerokości okna przeglądarki;
Maksymalna waga: **200 KB**;
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 25 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

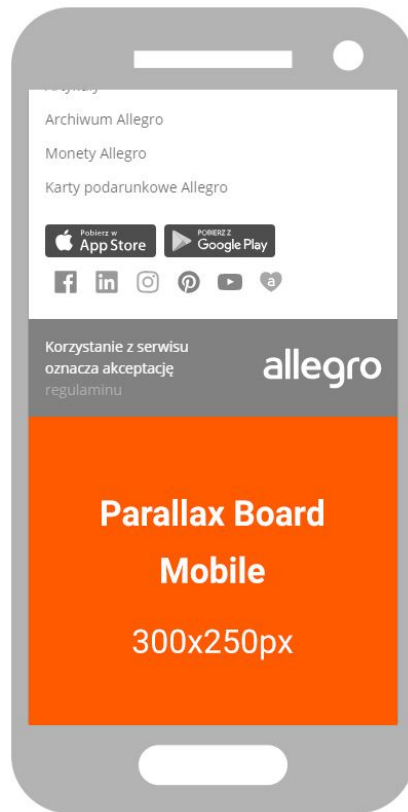
Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia).

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)

3.8.2. Parallax Board - mobile web



Targetowanie - behawioralne, po słowach kluczowych, po drzewie kategorii



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro w przypadku wybranych kategorii reklamodawców, ustalane indywidualnie



Model rozliczenia - CPM



Umiejscowienie: strona główna, kategorie, listing, strona produktu, reklama widoczna na dole strony, rozwija się podczas przewijania;

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **300x250 px;;**
Maksymalna waga: **40 KB;**
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

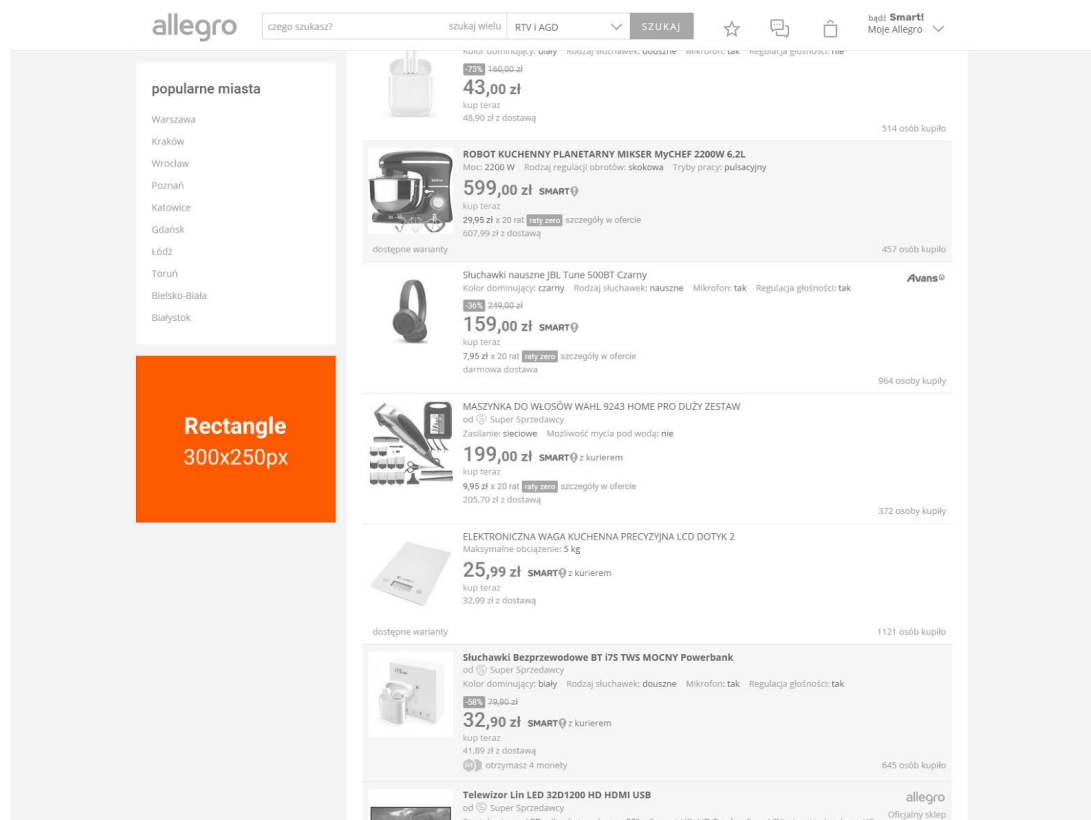
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia).

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



3.9. Rectangle

3.9.1. Rectangle - desktop

Format okołolistingowy, dający możliwość dotarcia do tych konsumentów, którzy szczegółowo analizują możliwe alternatywy, porównują ceny, są zdeterminowani, by znaleźć najlepszą ofertę



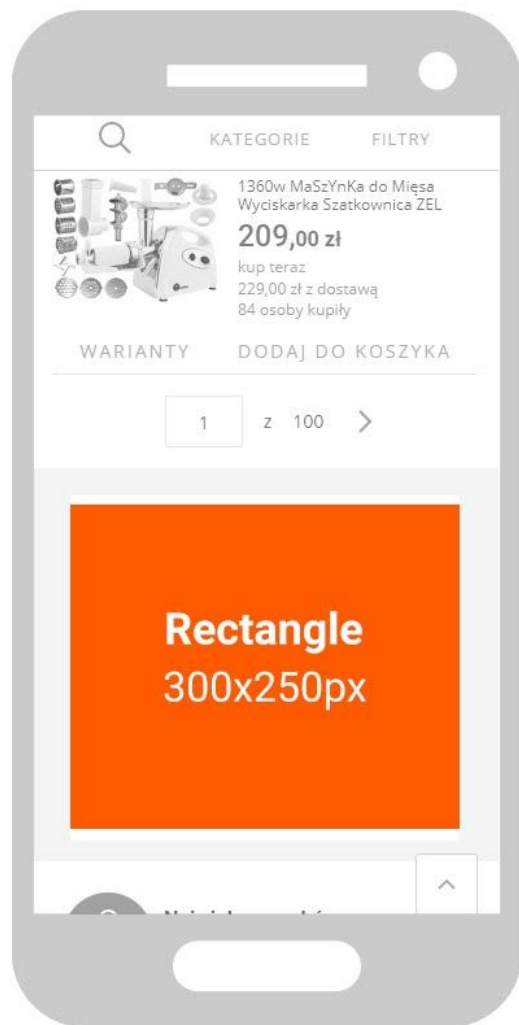
Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro w przypadku wybranych kategorii reklamodawców, ustalone indywidualnie



Model rozliczenia - CPM



3.9.2. Rectangle - mobile web

Dla mobilnych poszukiwaczy ofert!

Rectangle jest zlokalizowany pod listingiem na urządzeniach mobilnych i podobnie jak Double Billboard daje możliwość dotarcia do tych konsumentów, którzy szczegółowo analizują możliwe alternatywy, porównują ceny, są zdeterminowani, by znaleźć najlepszą ofertę.



Targetowanie - behawioralne,
po słowach kluczowych,
po drzewie kategorii



Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro



Model rozliczenia - CPM

Rectangle - desktop, mobile (RWD), search, listingi



Umiejscowienie: listingi mobile (RWD), wyniki wyszukiwania, listingi desktopowe (lewa kolumna);

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **300x250 px;**
Maksymalna waga: **40 KB (formaty statyczne) / 75KB (HTML5);**
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji); HTML 5;
Margines: 10 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: dla małych formatów.

Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

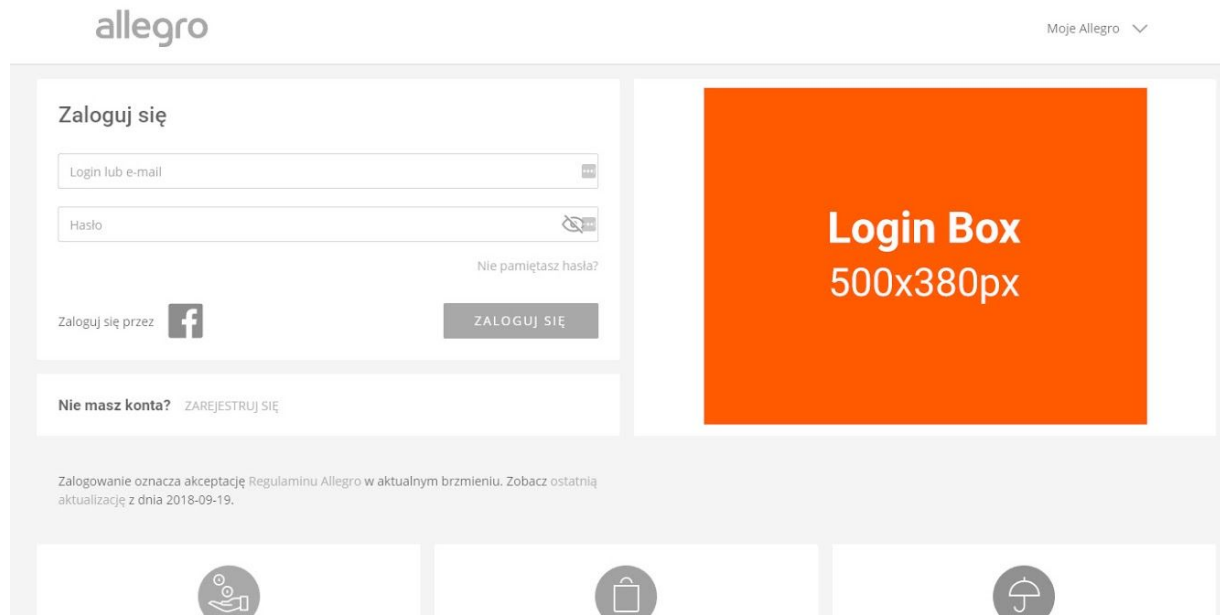
Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia).

Opcjonalnie: kody mierzące odsłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)

4. Pozostałe formaty



4.1. Login Box - desktop

Zainteresuj Allegrowiczów

Reklama dociera do konsumentów posiadających konto na Allegro, którzy właśnie zdecydowali się zrobić zakupy online. Czy powinniśmy ich zachęcić, by spojrzeli na Twoją ofertę?

 Targetowanie - behawioralne	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - FF
---	---	--



Umiejscowienie: strona logowania (desktop);

Specyfikacja techniczna:

Wymiar: **500x380 px;**
Maksymalna waga: **50 KB;**
Typ pliku: jpg, png, gif (bez animacji);
Margines: 20 px dla przycisków, tekstu, logotypów;

Jeśli kreacja kieruje do Allegro:

Przycisk, cenówka i etykieta produktowa: podstawowe.

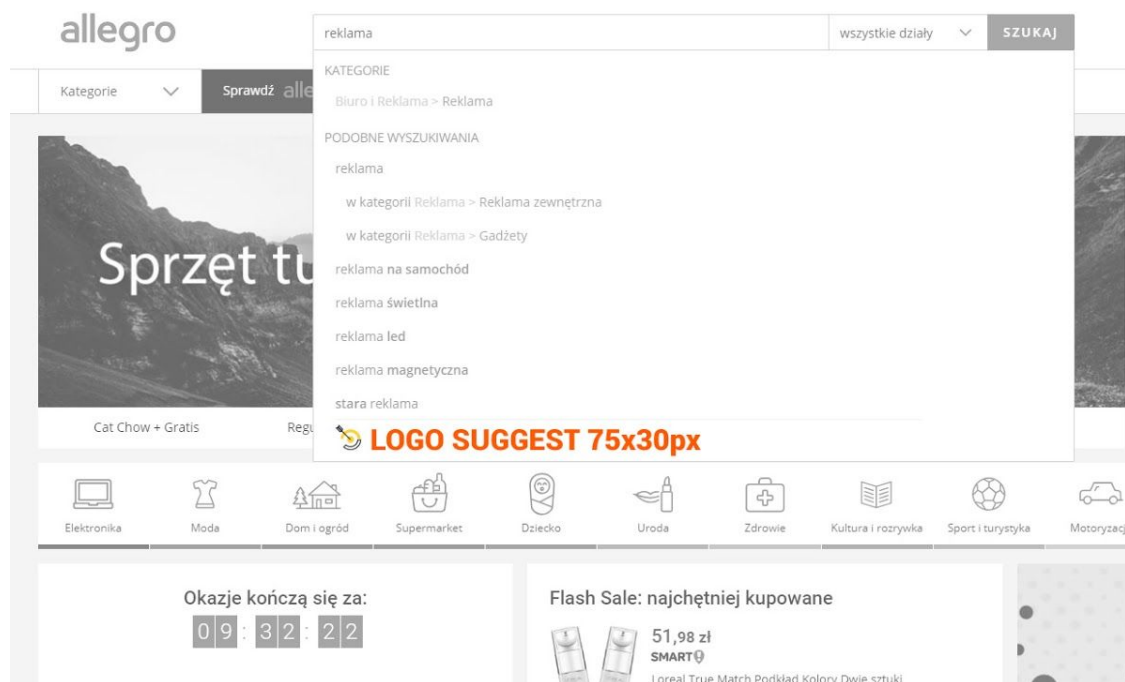
Jeśli kreacja kieruje poza Allegro:

Napis REKLAMA, jak w szablonie
(nie należy zmieniać jego wyglądu, ani umiejscowienia).

Opcjonalnie: kody mierzące odśłony w formacie , kod mierzący kliknięcia

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



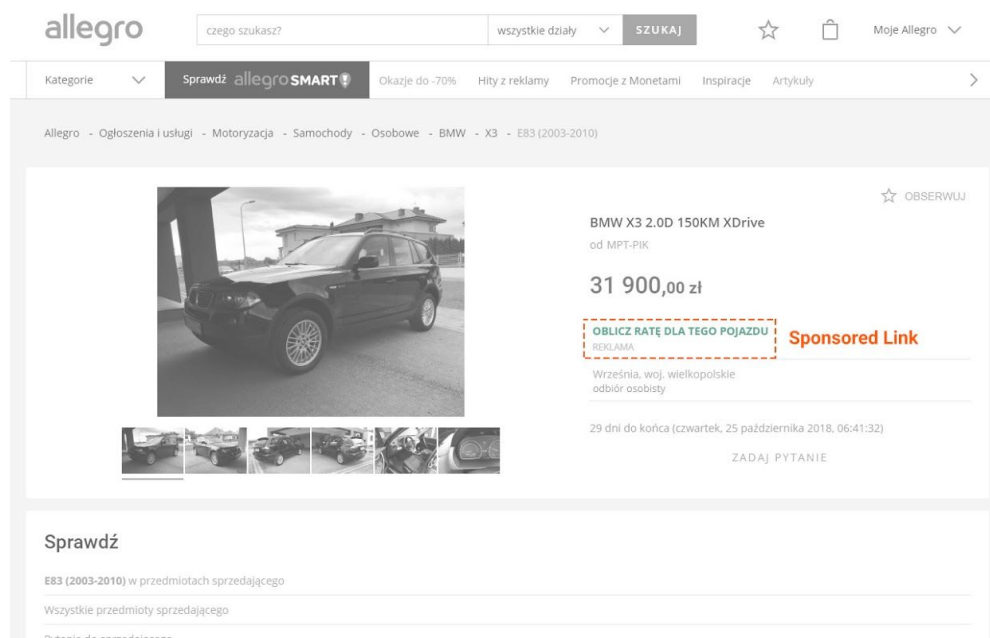
4.2. Logo Suggest - desktop

Daj się znaleźć!

Logo jest wyświetlane po wpisaniu słów i/lub fraz kluczowych. Możliwość dotarcia do precyzyjnie wyselekcjonowanej grupy docelowej. Ułatwiony proces odnalezienia Twojej oferty. Ponad **1,3 mld zapytań** w wyszukiwarce Allegro miesięcznie!

Możliwe jest wpicie wyłącznie kodów redirectowych (bez odsłon). Na format może składać się do 21 znaków opisu.

 Targetowanie - słowa kluczowe	 Linkowanie wyłącznie do Allegro	 Model rozliczenia - FF
--	--	---

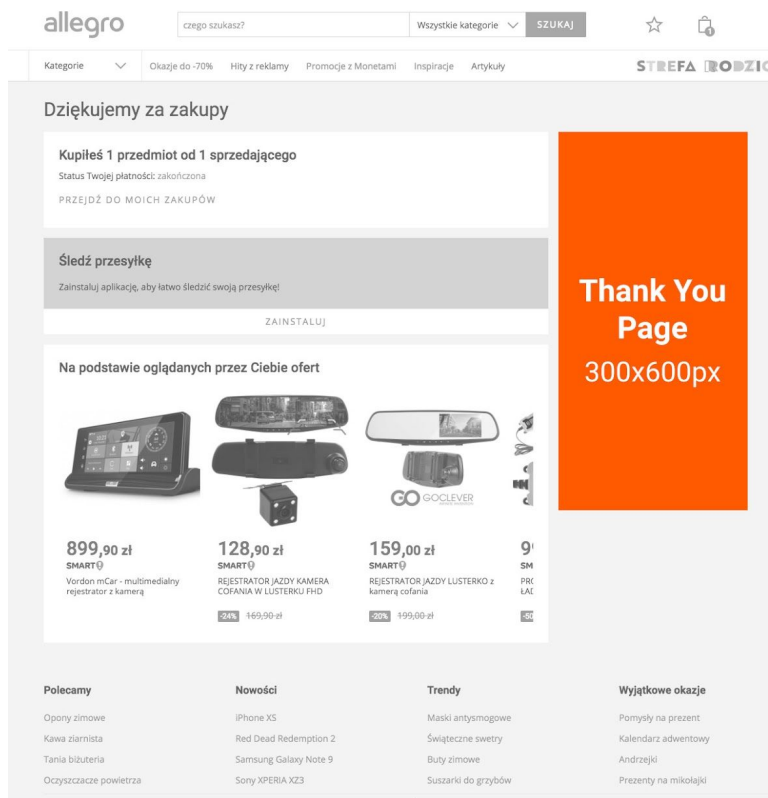


4.3. Sponsored Links - desktop

Ciągnie swój do swego!

Możliwość dotarcia do konsumentów, którzy już zdefiniowali swój cel zakupowy związany ze specyficzną ofertą, linią produktową, modelem albo marką poprzez sprawdzone rozwiązanie. Linki sponsorowane są związane kontekstowo ze szczegółami oferty. Nie sposób ich pominąć w obrębie showitem'u. Reklama dostosowana do produktów z kategorii Motoryzacja, najlepiej performująca z usługami bankowymi, ubezpieczeniowymi lub w inny sposób powiązana z produktem.

 Targetowanie - po kategorii lub subkategorii motoryzacja	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - FF
--	---	--



4.4. Thank you page - desktop

Komunikat do aktywnych użytkowników

Idealny format dla Klientów, którzy chcą dotrzeć do aktywnych Allegrowiczów – kupujących i wystawiających oferty. Daje możliwość przygotowania różnych kreacji, wyświetlanych w zależności od kategorii zakupowej.

[Pobierz szablon \(plik PSD\)](#)

[POBIERZ ZBIORCZY SZABLON DLA WSZYSTKICH FORMATÓW \(PSD\)](#)



Targetowanie - behawioralne

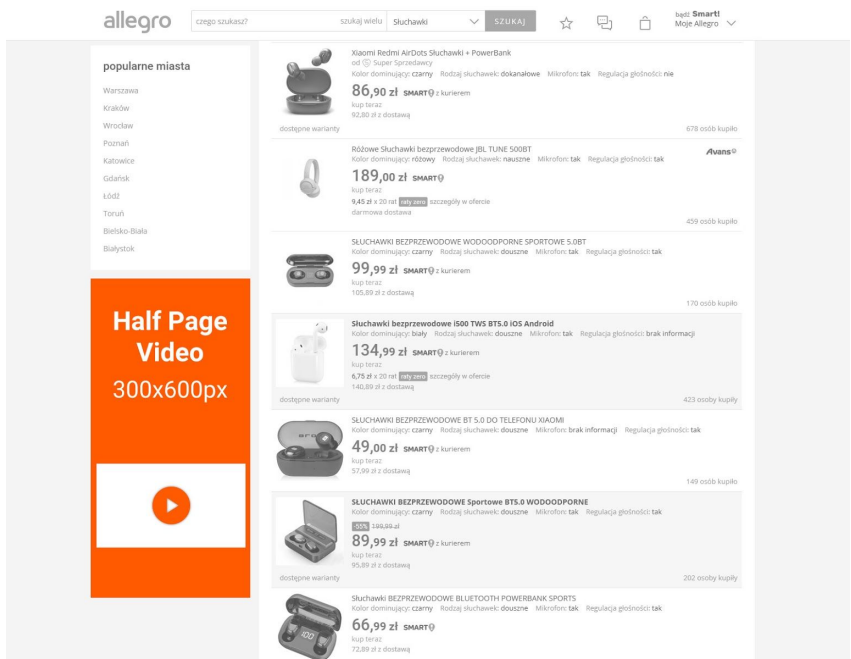


Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro



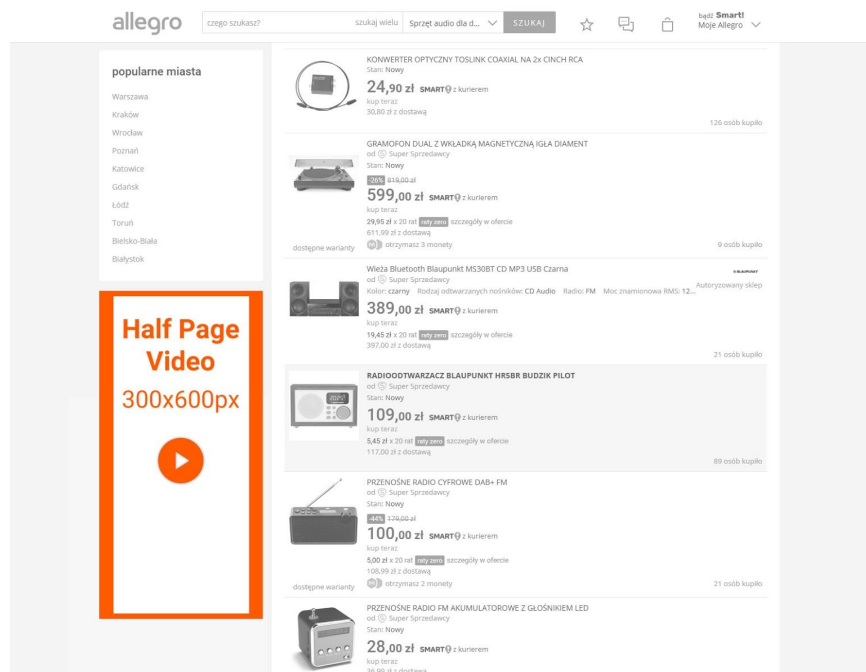
Model rozliczenia - FF

5. Formaty Standard Video



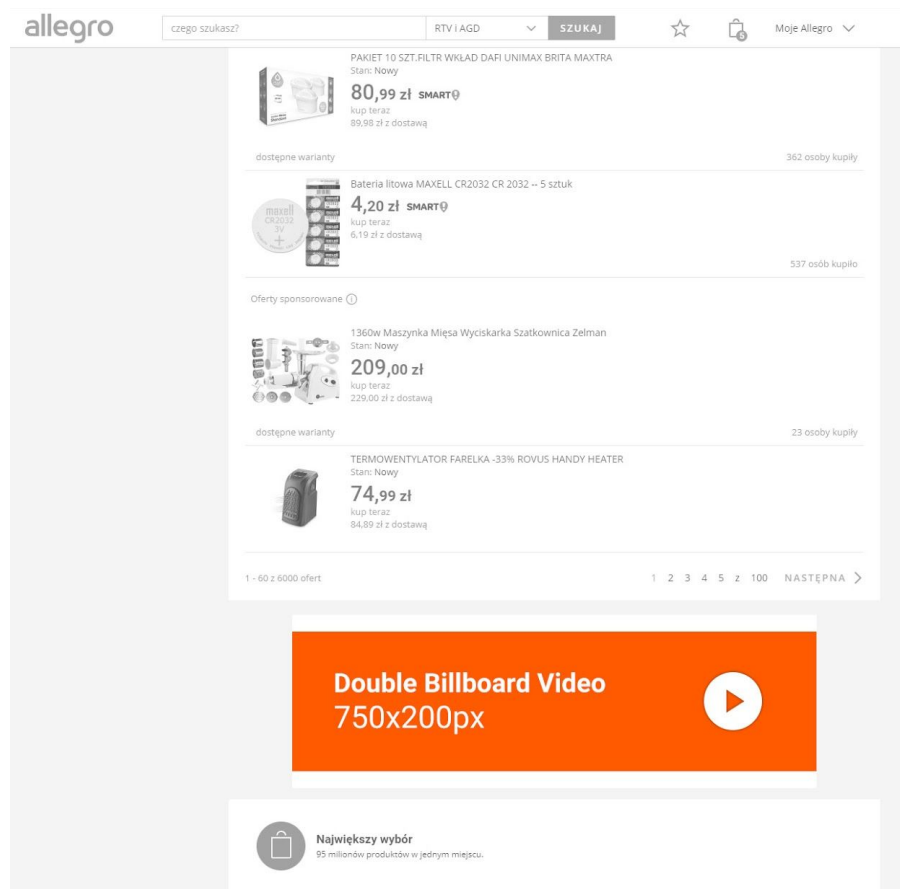
5.1. Half Page Video 16:9 - desktop

 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe, po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
---	--	--	--



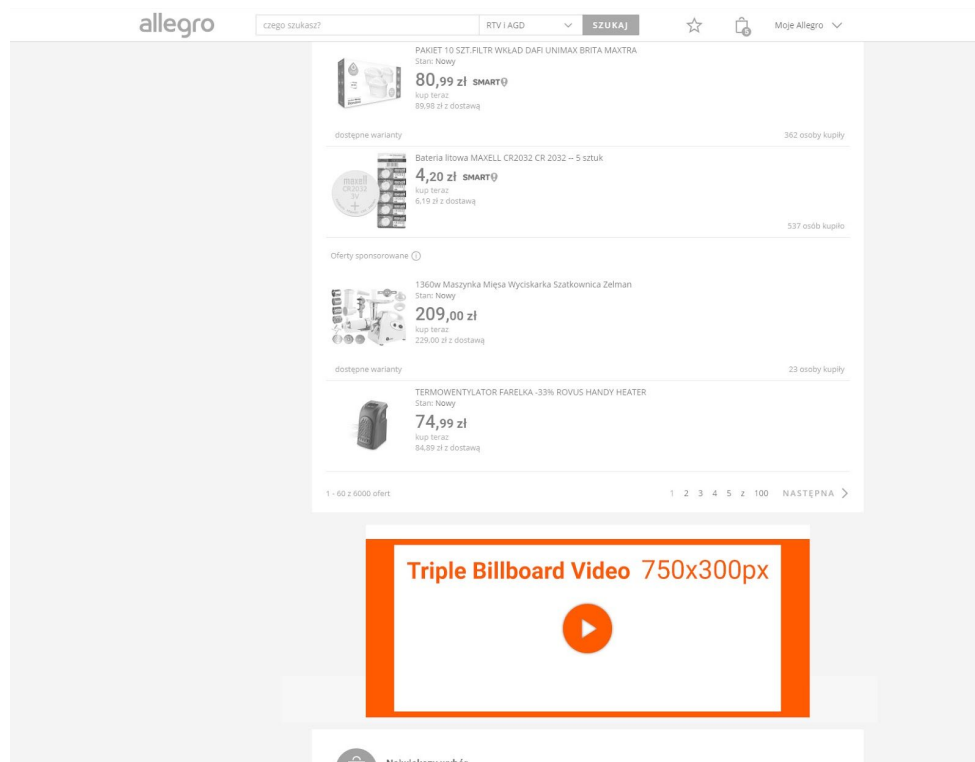
5.2. Half Page Video 9:21- desktop

 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe i po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
--	--	--	--



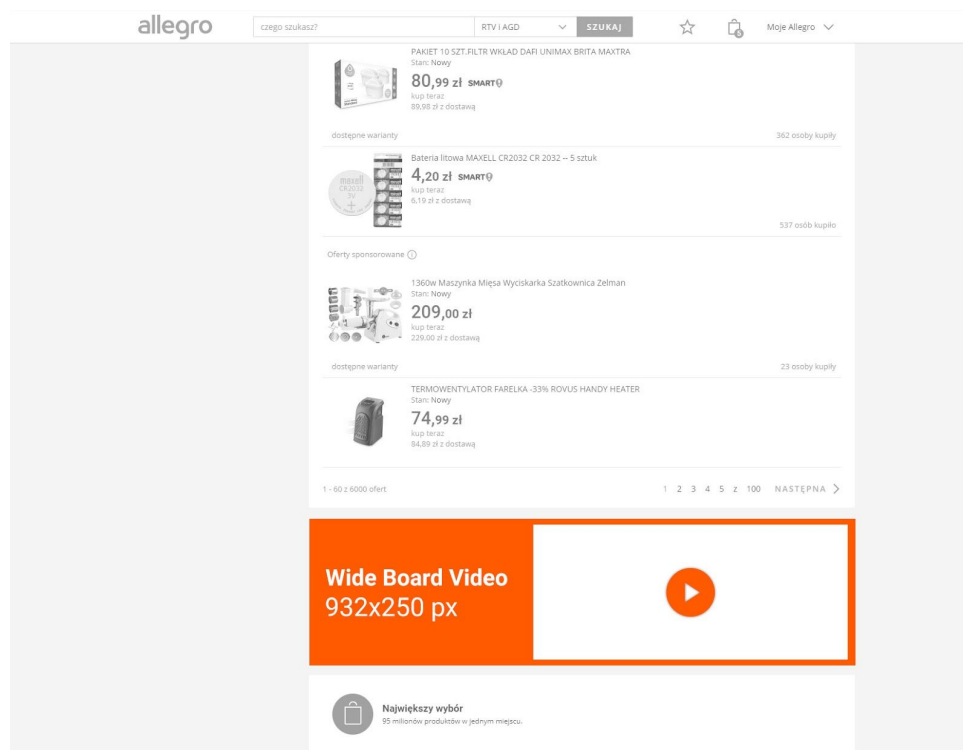
5.3. Double Billboard Video - desktop

 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
--	--	--	--



5.4. Triple Billboard Video -desktop

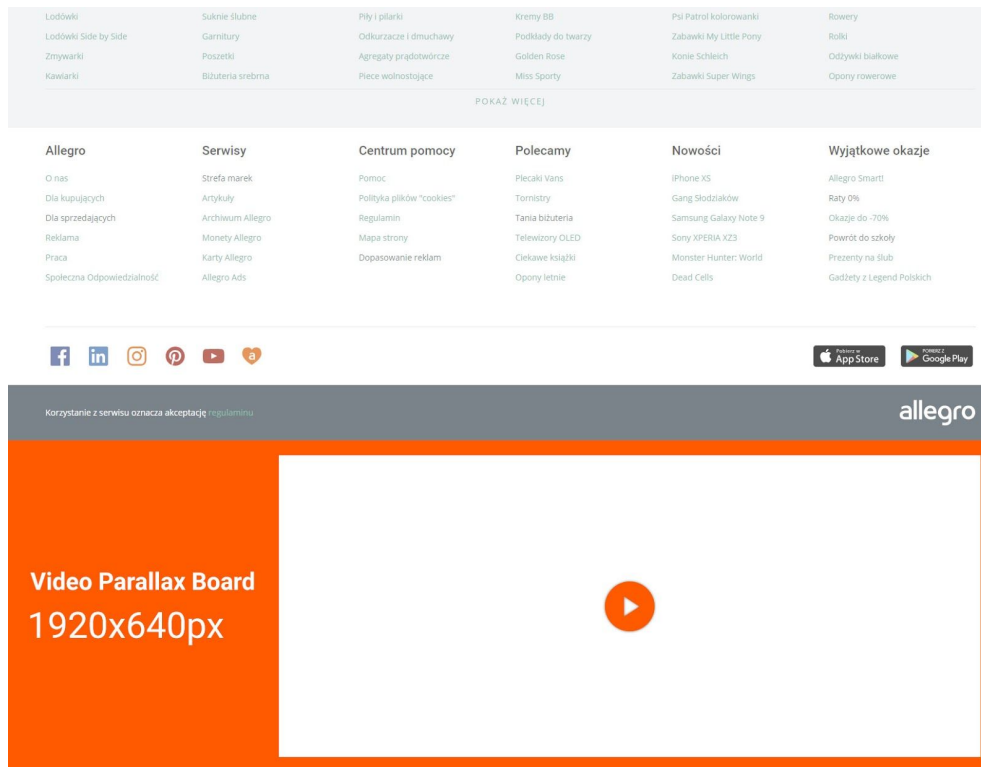
 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe i po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
--	--	--	--



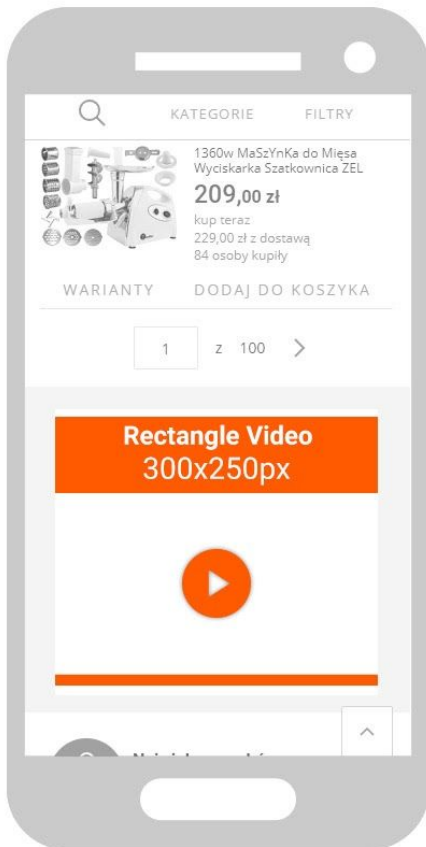
5.5 Wide Board Video - desktop

 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe i po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
--	--	--	--

5.6. Parallax Board Video - desktop



 Targetowanie - behawioralne, kontekstowe i po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
--	--	--	--



5.7. Rectangle Video - mobile web

 Targetowanie - behavioralne, kontekstowe i po drzewie kategorii	 Dopuszczalne linkowanie na zewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM	 Eventy Video - Start, First quartile, Midpoint, Third quartile, Complete, Play, Pause, Resume, Mute, UnMute
--	--	--	--

6. Mailingi, Adsloty i Pushe

6.1. Mailing wewnętrzny

Mailingi kierujące do serwisu Allegro, dostępne w 2 szablonach

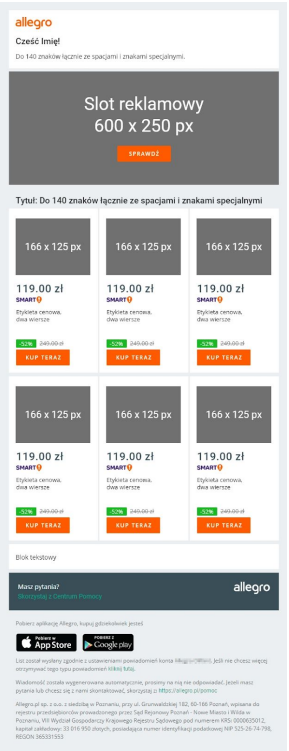
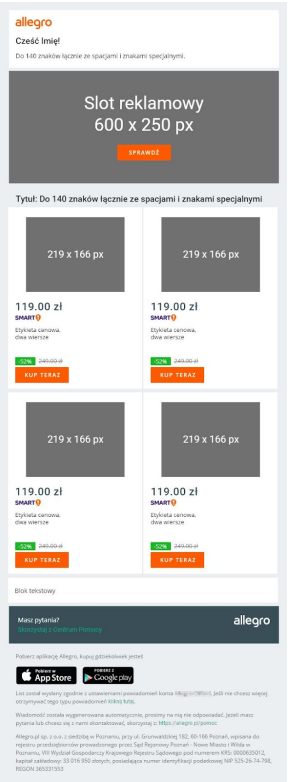
Masz wiadomość od Allegro!

Komfort i bezpieczeństwo zakupów Użytkowników Allegro, to cel, który precyzyjnie wyznacza ścieżki dotarcia z odpowiednim przekazem reklamowym.

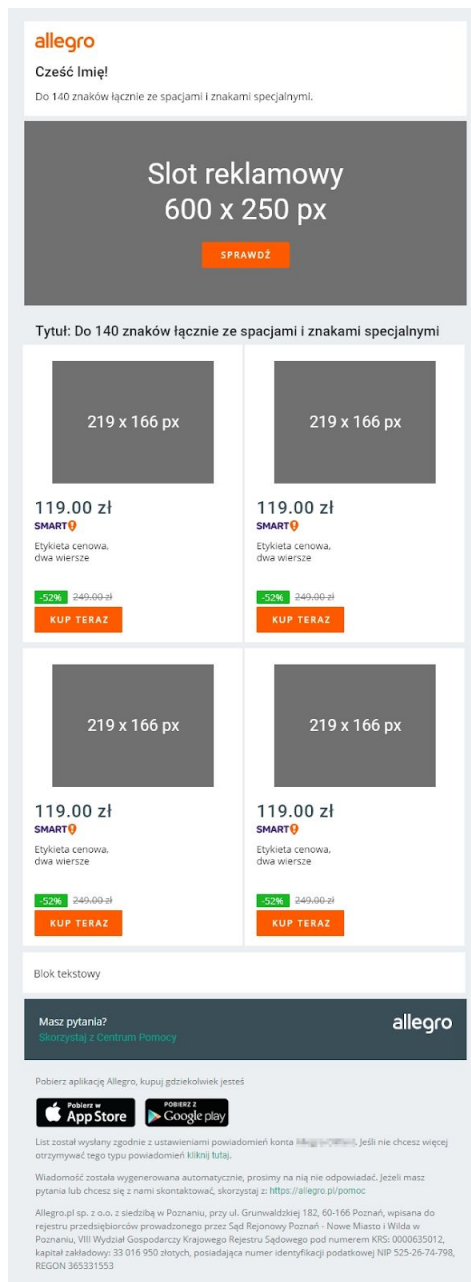
Dane zakupowe zgodnie z modelem RFM (Recency- ostatni zakup, Frequency – częstotliwość zakupów, Monetary – wartość zakupów) umożliwiają ściśle targetowanie mailingu.

Baza aktywnych odbiorców mailingu reklamowego Allegro to 4,2 mln osób. Uwzględniając spersonalizowany przekaz, zaangażowanie Użytkownika w daną kategorię zakupową oraz mailingową formę przekazu, Allegro dociera do najbardziej zainteresowanych osób.

Allegro zwiększa szanse na dokonanie zakupu



 Targetowanie - behawioralne	 Linkowanie do wewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - CPM
---	--	---



6.1.1. Szablon w wersji 1 - baner główny z ofertami w układzie dwukolumnowym

Baner główny

Wymiary top banera: 600x250 px;

Przycisk CTA zgodny z [wytycznymi](#), umieszczony po środku na dole banera lub w prawym dolnym rogu

Alternatywnie możliwe jest przesłanie grafiki banera bez CTA, Allegro docelowo umieści button na kreacji

Typ pliku: jpg, png, gif;

Maksymalna waga: do 100 kB dla html

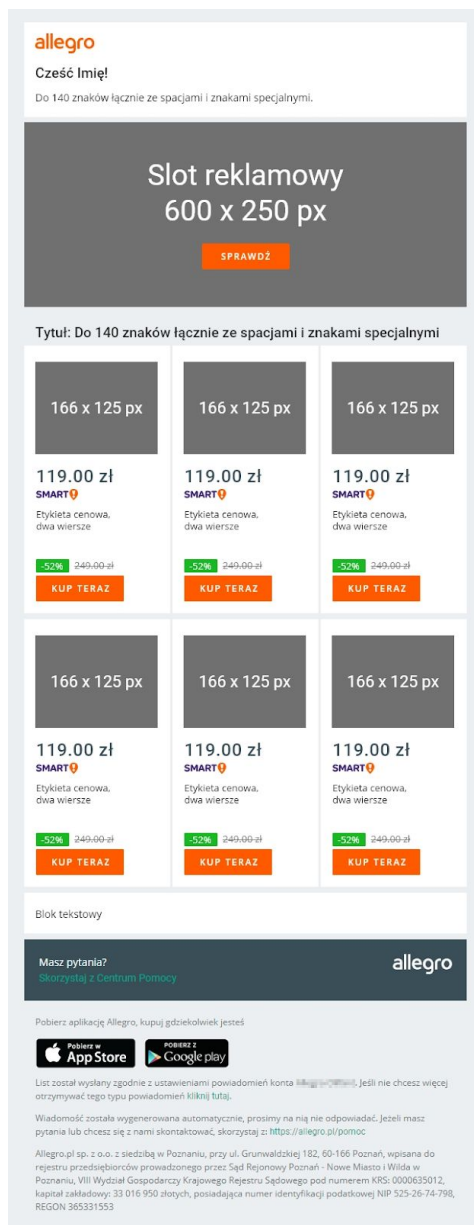
Linkowanie Kreacja może kierować wyłącznie do Allegro

Oferty

Lista ID Produktów

Oferty powinny być aktualne w okresie planowanej kampanii

Wszystkie mailingi wysyłane są z nagłówkiem i stopką Allegro



6.1.2. Szablon w wersji 2 - baner główny z ofertami w układzie potrójnym

Baner główny

Wymiary top banera: 600x250 px;

Przycisk CTA zgodny z [wytycznymi](#), umieszczony na środku na dole banera lub w prawym dolnym rogu

Alternatywnie możliwe jest przesłanie grafiki banera bez CTA, Allegro docelowo umieści button na kreacji

Typ pliku: jpg, png, gif;

Maksymalna waga: do 100 kB dla html

Linkowanie Kreacja może kierować wyłącznie do Allegro

Oferty

Lista ID Produktów

Oferty powinny być aktualne w okresie planowanej kampanii

Wszystkie mailingi wysyłane są z nagłówkiem i stopką Allegro



6.2.1. Mailing w układzie blokowym

Mailing w układzie blokowym zawierający tekst i obraz

Wersja desktopowa:

Szerokość kreacji: 600 px;
Przycisk CTA: nie może być przyciskiem Allegro, ani łudząco go przypominać
Typ pliku: jpg, png, gif;
Maksymalna waga: do 400 kB
Linkowanie/Kody trakujące

Wersja RWD:

Elementy składowe kreacji mailingowej powinny zachować tę samą jakość i czytelność na urządzeniach mobilnych co w wersji desktopowej

Prezentowane szablony w wersji desktopowej i RWD są przykładami i stanowią rekomendację w zastoso-

Wszystkie mailingi wysyłane są z nagłówkiem i stopką Allegro

Uwaga!

Kreacje mailingowe, nadesłane przez Zleceniodawców, niespełniające powyższych wymogów, mogą zostać odrzucone w celu naniesienia poprawek przez Zleceniodawcę



6.2.2. Mailing w formie obrazu

Wersja desktopowa:

Szerokość kreacji: 600 px;

Przycisk CTA: nie może być przyciskiem Allegro, ani łudząco go przypominać

Typ pliku: jpg, png, gif;

Maksymalna waga: do 400 kB

Linkowanie/Kody traktujące

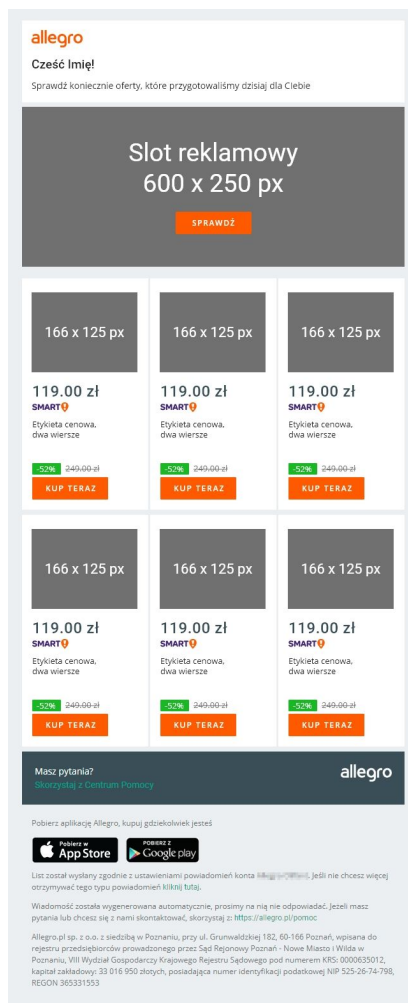
Wersja RWD:

Elementy składowe kreacji mailingowej powinny zachować tę samą jakość i czytelność na urządzeniach mobilnych co w wersji desktopowej

Wszystkie mailingi wysyłane są z nagłówkiem i stopką Allegro

Uwaga!

Kreacje mailingowe, nadesłane przez Zleceniodawców, niespełniające powyższych wymogów, mogą zostać odrzucone w celu naniesienia poprawek



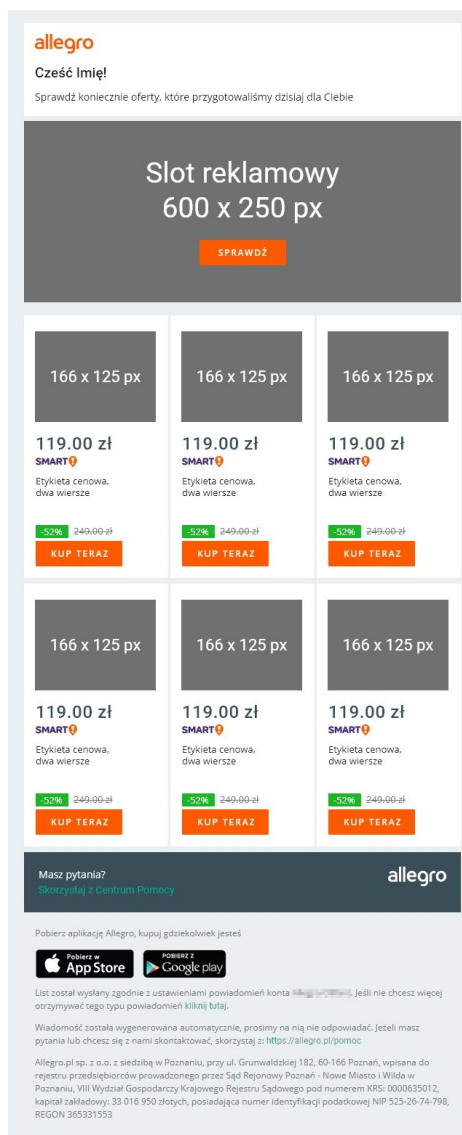
6.3. Slot reklamowy w newsletterze kategorialnym - Adslot

Dotarcie do aktywnych użytkowników w kategorii

Slot reklamowy w cotygodniowym newsletterze kierowany jest do najbardziej aktywnych odbiorców w ramach danej kategorii. Grupa docelowa tworzona jest tuż przed samą wysyłką za pomocą autorskiej metody machine learningowej Allegro. Miejsce slotu dopasowywane jest do kontentu całego Newslettera. AdSlot może być umieszczony wyłącznie na samej górze mailingu.

AdSloty w Newsletterach kategorialnych osiągają Open rate na poziomie 15% i powyżej.

 Targetowanie - behawioralne	 Linkowanie do wewnątrz Allegro	 Model rozliczenia - FF
---	--	--

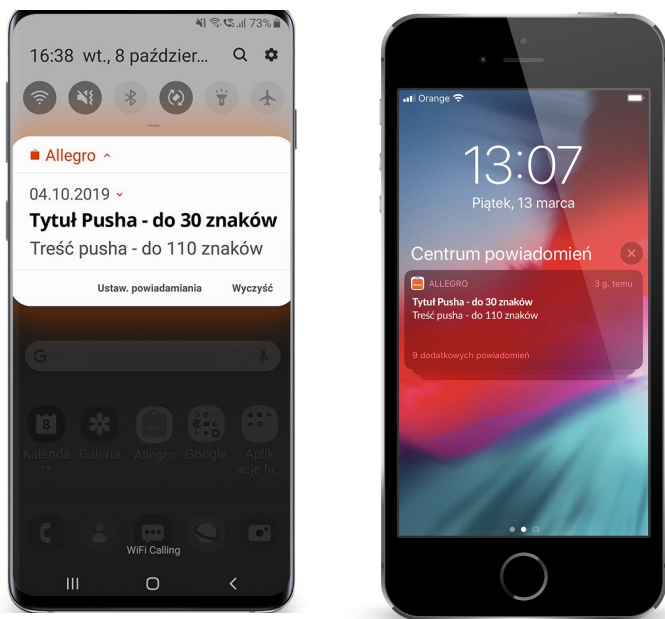


Slot reklamowy w newsletterze kategorialnym - Adslot

Baner główny

- Wymiary banera: 600x250 px;
- Button CTA: zgodny z [wytycznymi](#), umieszczony na środku na dole banera lub w prawym dolnym rogu,
- Alternatywnie możliwe jest przesłanie grafiki banera bez CTA, Allegro docelowo umieści button na kreacji
- Typ pliku: jpg, png, gif;
- Maksymalna waga: do 100 kB
- Linkowanie: Kreacja może kierować wyłącznie do Allegro

Wszystkie mailingi wysyłane są z nagłówkiem i stopką Allegro



6.4. Push

Pushe w Aplikacji mobilnej Allegro

Szybkie i efektywne ogniwo w komunikacji z Użytkownikiem, gwarantuje dotarcie z reklamą tu i teraz. Pełna widoczność komunikatu na smartfonie natomiast, zwraca od razu uwagę odbiorcy, bez konieczności interakcji.

Wysyłki targetowane są do ściśle dopasowanych i wąskich grup odbiorców, stąd Allegro osiąga średni Open rate na poziomie 6,5%. Pushe mogą być kierowane do bazy ponad 1,3 mln.



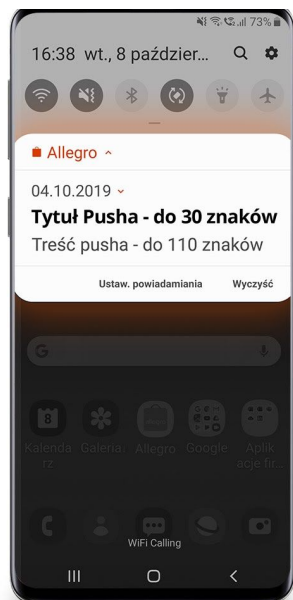
Targetowanie - behawioralne



Linkowanie do wewnątrz Allegro



Model rozliczenia - CPM



Długość tytułu:

Długość treści pusha:

Typ pliku:

Emoji:

Linkowanie:

do 30 znaków;

do 110 znaków;

tekst;

dozwolone użycie w tekście maksymalnie 2 znaków

push może kierować wyłącznie do Allegro

6.5. Warunki emisji mailingów, adslotów i pushy

Wszystkie reklamy przeznaczone do emisji na stronach Allegro powinny spełniać warunki określone w regulaminie emisji reklam dostępnym na stronie <https://allegro.pl/reklama> oraz warunki specyfikacji technicznej dla reklam publikowanych w Allegro. Allegro może zweryfikować reklamę pod kątem jej zgodności z wyżej wymienionymi specyfikacjami i nie dopuścić do jej emisji bądź przerwać jej emisję w przypadku niespełnienia powyższych warunków.

Emisja/wysyłka reklamy na stronach portalu oraz w aplikacji Allegro nie oznacza automatycznie, że Allegro stwierdziło zgodność reklamy ze specyfikacją reklamową.

Allegro decyduje o funkcjonalności stron, aplikacji i komunikatów reklamowych, a w ich projektowaniu bierze pod uwagę to, jak są one postrzegane przez użytkowników (user experience) i rezerwuje sobie prawo do odmowy emisji bądź zaprzestania emisji dowolnej reklamy, jeśli uzna ją za dokuczliwą, wprowadzającą w błąd lub szkodliwą dla użytkowników portalu.

6.5.1. Wymagania ogólne

6.5.1.1. Nazewnictwo materiałów

Zaleca się używanie nazewnictwa według poniższego wzorca:

[marka/zleceniodawca]_[nazwa-kampanii]_[produkt]_[rozmiar: dł. x szer]_[wersja]

(np. allegro_kampania-jesienna_parasol_600x250_v2.jpg)

6.5.1.2. W nazwach należy używać małe litery, podkreślniki oraz cyfry; niedozwolone jest używanie spacji oraz polskich znaków diakrytycznych (ą,ę,ć,ń,ó,ś,ż,ź) w nazwach.

6.5.1.3. Adresy URL powinny kierować do strony z certyfikatem SSL (zaczynać się od https)

6.5.1.4. Klienci używający kodów śledzących i konfigurujący po swojej stronie landing page linkujący do serwisu Allegro zobowiązany jest zgłosić potrzebę przygotowania kodów przez Allegro. Zabronione jest używanie własnych kodów UTM-ów.

6.5.1.5. Zasady dotyczące linkowania

Allegro realizuje kampanie reklamowe, które kierują do wewnątrz serwisu lub poza serwis .

- Linkowanie wewnętrzne może kierować do listingu, Landing Page'a z ofertami lub do konkretnej oferty dostępnej na Allegro. Linkowanie wewnętrzne dotyczy mailingu, pusha oraz adslotu w newsletterze kategoryjnym.

- Linkowanie zewnętrzne może kierować do Landing Page'a z ofertami dostępnymi poza Allegro i dotyczy wyłącznie nietransakcyjnych kategorii: finanse, motoryzacja, ogłoszenia. Dodatkowo z linkowania zewnętrznego, wykluczone są wszystkie produkty sensytywne. Linkowanie zewnętrzne dotyczy wyłącznie mailingu

6.5.2. Zasady targetowania

Wiedza Allegro o Użytkownikach, pozwala na kierowanie kampanii reklamowych do właściwego odbiorcy. Allegro dociera do osób, które tu i teraz zainteresowane są zakupem. Wykorzystywana jest do tego wiedza pochodząca z analizy danych. Przy targetowaniu wykorzystywane są dane demograficzne, zainteresowania powiązane z kategoriami oraz intencje zakupowe, którymi wykazują się użytkownicy. W przypadku niestandardowych przekazów reklamowych, Allegro ma możliwość stworzenia dedykowanego profilu pod kampanie, jak również tworzy i rozwija metody machine learningowymi dzięki którym automatyzacja i targetowanie przynoszą jeszcze wyższy poziom efektywności kampanii.

6.5.3. Materiały do mailingu

6.5.3.1. Terminy dostarczenia materiałów

Wszystkie gotowe, wykonane zgodnie ze Specyfikacją techniczną, materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia emisji reklam muszą być dostarczone nie później niż na 3 (trzy) Dni Robocze przed planowanym terminem ich emisji lub 5 (pięć) Dni Roboczych w przypadku mailingów linkujących na zewnątrz. W przypadku akcji specjalnych termin dostarczenia materiałów ustalany jest indywidualnie.

Wszystkie materiały powinny być wykonane zgodnie z dokumentem dołączonym do zlecenia w przypadku mailingów oraz wytycznymi graficznymi i technicznymi, które stanowią dalszą część poniższego dokumentu

W przeciwnym wypadku Allegro nie gwarantuje terminowego rozpoczęcia kampanii.

6.5.3.2. Materiały do zlecenia mailingów

Każde zlecenie wysyłki mailingu w Allegro, opatrzone jest załącznikiem zawierającym listę materiałów, które należy dostarczyć przed wysyłką.

- Materiały obowiązkowe do mailingów linkujących do Allegro:
 - Planowany termin kampanii
 - Nazwa nadawcy
 - Pełna nazwa nadawcy (stopka)
 - Temat mailingu (do 80 znaków łącznie ze spacjami i znakami specjalnymi bez preheadera lub do 40 znaków łącznie ze spacjami i znakami specjalnymi z preheaderem)

- Treść do preheadera (łącznie ze spacjami i znakami specjalnymi do 40 znaków)
 - Treść do powitania odbiorcy (do 140 znaków łącznie ze spacjami i znakami specjalnymi)
 - Kreacja w formacie jpg/gif
 - Linkowanie/ID ofert z banera głównego (rekomendowany listing ofert) oraz linkowanie/ID ofert do indywidualnych produktów
 - Grupa docelowa
 - Adresy mailowe Zleceniodawcy do testów, powiązane z kontem Allegro
- Materiały nieobowiązkowe do mailingów linkujących do Allegro:
 - Tytuł pod banerem głównym (do 140 znaków łącznie ze spacjami i znakami specjalnymi)
 - Blok tekstowy dodatkowy pod modułem z indywidualnymi ofertami (bez większych ograniczeń ilości znaków)
- Materiały obowiązkowe do mailingów linkujących poza Allegro:
 - Planowany termin kampanii
 - Nazwa nadawcy
 - Pełna nazwa nadawcy (stopka)
 - Temat mailingu (do 80 znaków łącznie ze spacjami i znakami specjalnymi bez preheadera lub do 40 znaków łącznie ze spacjami i znakami specjalnymi z preheaderem)
 - Treść do preheadera (łącznie ze spacjami i znakami specjalnymi do 40 znaków)
 - Treść do powitania odbiorcy (do 140 znaków łącznie ze spacjami i znakami specjalnymi)
 - Kreacja w formacie jpg/gif
 - Linkowanie
 - Grupa docelowa
 - Adresy mailowe Zleceniodawcy do testów, powiązane z kontem Allegro

6.5.4. Wymagania dodatkowe

- Materiały przeznaczone do emisji, powinny być przygotowane w wysokiej jakości. Czytelność szczegółów na kreacjach mailingowych w wersji RWD nie może odbiegać od jakości kreacji wyświetlanych na desktopie.
- Możliwe jest użycie kodów trających: click tag i pixel

7. Projekty Specjalne - Landing Page

Landing Page w ramach serwisu Allegro

Landing Page jest dedykowaną dla klienta lub klientów stroną w domenie allegro.pl, na której prezentowane są treści, oferty, zgodnie z założeniami klienta. Landing Page daje wiele możliwości prowadzenia kampanii we współpracy z Allegro. LP mogą być wykorzystywane zarówno w krótko i długoterminowych kampaniach sprzedażowych, ale również wizerunkowych. Dostępne w pakiecie display i Ads

Każdy LP składa się z modułów, których zadaniem jest przedstawianie ofert, tekstu, obrazów lub treści video.

Przykłady tego, jakie moduły mogą wchodzić w skład LP są zaprezentowane pod poniższymi linkami:

- <https://allegro.pl/kampania/demo-Landing-Page-01>
- <https://allegro.pl/kampania/demo-Landing-Page-02>

Moduły z poszczególnych przykładów można łączyć i zmieniać ich kolejność.

Szczegóły dotyczące układu grafiki, poszczególnych komponentów i materiałów wymaganych do zbudowania LP znajdują w dalszej części specyfikacji dotyczącej Landing Page

7.1. Układ LP

Podstawowy układ LP posiada bazową rozdzielczość 1600 lub 1248 px i składa się z 12 kolumn, w ramach których rozłożone są moduły. Moduły, takie jak karuzele ofertowe, boxy tekstowe, grafiki, osadzone video mogą zajmować całą szerokość strony lub jej część - $\frac{1}{2}$, $\frac{1}{3}$ lub $\frac{1}{4}$ layoutu.

7.2. Tapeta

Każdy LP może posiadać dedykowaną tapetę. Tapeta powinna mieć wymiary 1920 /2560 na 1080 px - jej znaczna, centralna część jest przysyłana przez zawartość strony, więc nie powinna zawierać jakiegokolwiek komunikacji. Jeśli zależy nam na lepszej ekspozycji tapety, należy przyjąć bazową rozdzielczość 1248 px.

Można także zastosować tapetę o innych rozmiarach, z parametrem repeat / repeat-x/y oraz określeniem pozycji tapety parametrami: left, center, right, top, bottom oraz parametrem background attachment: scroll / fixed

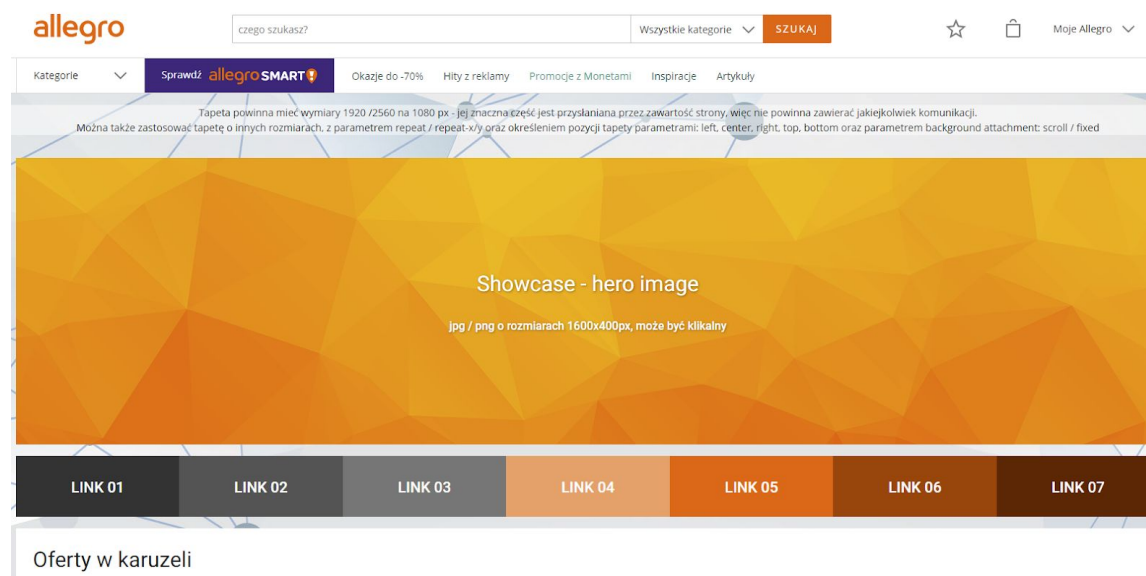
Waga tapety nie może przekraczać 300 KB

7.3. Moduły

W ramach LP na Allegro dostępne są następujące moduły:

7.3.1. Showcase - hero image

duża grafika, zwykle umieszczona na górze strony, zależnie od bazowej rozdzielczości LP, jego szerokość to 1600 lub 1248 px. Wysokość nie powinna przekraczać 400px. Maksymalna dopuszczalna waga tego elementu to 200 KB.



Na tego typu obrazie możemy stosować komunikację klienta na dwa sposoby:

- Jako zwykły obrazek, gdzie tekst i tło są jedną grafiką jpg / png.
- Obrazek tła występuje osobno, a komunikacja - tytuł i podtytuł są nakładane na obraz jako tekst, jednak posiadają wyłącznie domyślny układ - tekst jest wyśrodkowany, może posiadać tylko dwie linie i tekst zawsze będzie w kolorze białym z delikatnym cieniem. W tym przypadku klient dostarcza jedynie tło graficzne, a tekst jest definiowany na etapie budowania LP.

Grafiki typu "hero image", zajmujące całą szerokość układu mogą być osadzone dwojako - jako grafiki skalowane lub kadrowane. W pierwszym przypadku na urządzeniach o mniejszej od bazowej rozdzielczości grafika będzie się skalować, w drugim zostanie ona wykadrowana do szerokości okna przeglądarki.

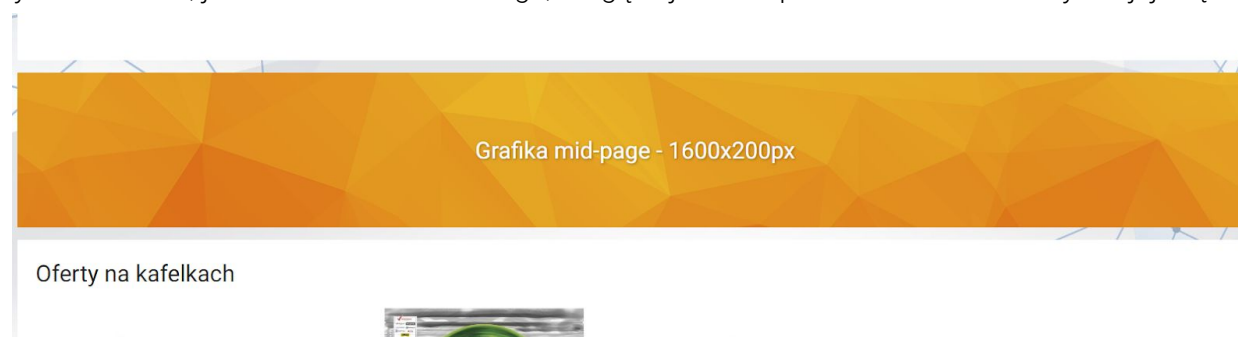
Domyślnie obrazki na pełną szerokość strony mogą być skalowane lub kadrowane. Istnieje także możliwość podmiany obrazu dla mniejszych, przede wszystkim mobilnych rozdzielczości.

Należy wtedy przygotować obrazki pod 3 podstawowe progi rozdzielczości:

- Szerokość desktopowa (L) - 1248 lub 1600 px
- Szerokość tabletowa (M) - 768 px
- Szerokość mobilna (S) - 320 px

7.3.2. Grafiki mid-page

Osadzone na identycznych zasadach, jak Showcase - hero image, mogą zajmować pełną szerokość strony lub jej część: $\frac{1}{2}$, $\frac{1}{3}$, $\frac{1}{4}$.



Przy pełnej szerokości strony, grafiki te powinny mieć wymiar 1600 / 1248 na 200 / 100 px.

Jeśli umieszczamy grafikę, która ma się skalować, na pełną szerokość strony, warto oprócz grafiki szerokości 1600 / 1248 px dostarczyć dodatkową, która będzie wyświetlana na urządzeniach mobilnych, o szerokości 792 px.

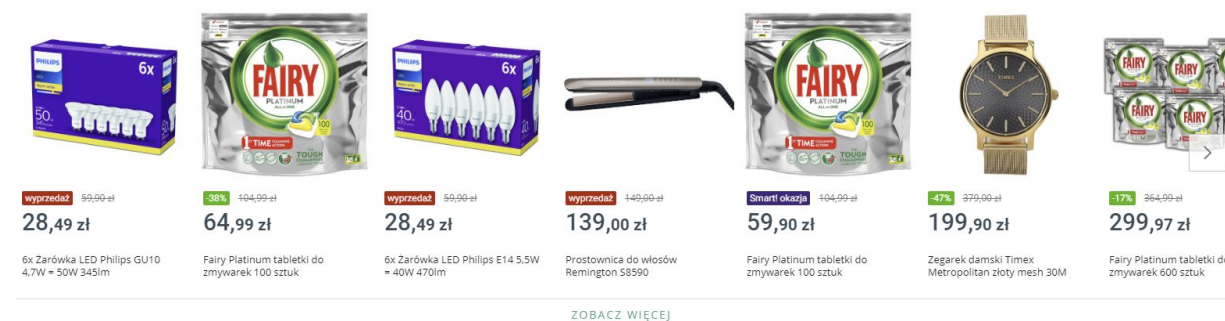
7.3.3. Prezentacja ofert

Przy prezentacji ofert dostępnych na Allegro, w ramach modułów z karuzelami, kafelkami ofertowymi, zdjęcia, ceny i opisy produktów są zaciągane automatycznie

Informacje odnośnie sposobów budowania list produktowych znajdują się w [osobnym rozdziale](#). Podstawowa funkcjonalność na LP, czyli prezentacja kafelków ofertowych może się odbywać na 3 podstawowe sposoby.

- Karuzela ofert

Oferty w karuzeli



Oferty prezentowane są w jednej linii, z możliwością przewijania, zależnie od rozdzielczości urządzenia, przy karuzeli na pełną szerokość strony, widoczna jest następująca ilość ofert:

- 1600 px: 6 ofert + fragment siódmej
- 1248 px: 5 ofert + fragment szóstej
- 768 px (tablet): 3 oferty + fragment czwartej
- 320 px (mobile): 1 oferta i fragment drugiej

- Karuzele w zakładkach

Oferty w zakładkach

ZAKŁADKA 01

ZAKŁADKA 02

ZAKŁADKA 03



wyprzedaż ~~59,99 zł~~
28,49 zł

6x Żarówka LED Philips GU10
4,7W = 50W 345lm



-38% ~~104,99 zł~~
64,99 zł

Fairy Platinum tabletki do
zmywarek 100 sztuk



wyprzedaż ~~59,99 zł~~
28,49 zł

6x Żarówka LED Philips E14 5,5W
= 40W 470lm



wyprzedaż ~~149,00 zł~~
139,00 zł

Prostownica do włosów
Remington S8590



Smart! okazja ~~104,99 zł~~
59,90 zł

Fairy Platinum tabletki do
zmywarek 100 sztuk



-47% ~~379,00 zł~~
199,90 zł

Zegarek damski Timex
Metropolitan złoty mesh 30M



-17% ~~364,99 zł~~
299,97 zł

Fairy Platinum tal
zmywarek 600 szt

W przypadku prezentacji ofert pogrupowanych tematycznie / według marek możemy poszczególne karuzele umieścić w zakładkach. Nie należy przy tym przekraczać ilości 5 zakładek per moduł.

- Kafelki ofertowe

Prezentacja ofert na kafelkach, bez karuzeli



wyprzedaż ~~59,99 zł~~
28,49 zł

SMART

6x Żarówka LED Philips GU10 4,7W = 50W
345lm

DODAJ DO KOSZYKA



-38% ~~104,99 zł~~
64,99 zł

SMART

Fairy Platinum tabletki do zmywarek 100
sztuk

DODAJ DO KOSZYKA



wyprzedaż ~~59,99 zł~~
28,49 zł

SMART

6x Żarówka LED Philips E14 5,5W = 40W
470lm

DODAJ DO KOSZYKA



wyprzedaż ~~149,00 zł~~
139,00 zł

SMART

Prostownica do włosów Remington S8590

DODAJ DO KOSZYKA

Moduł z produktami, który nie wymaga przewijania, jednak znacznie wydłuża stronę przy większej ilości produktów, jest rekomendowany, gdy produktów jest niewiele, a zależy nam, by wszystkie były widoczne na stronie. Dla tego układu rekomendujemy bazową szerokość modułu 1248px.

Kafelki są wyświetlane, dla rozdzielczości

- 1600 i 1248 px (L) po 4 w rzędzie.

Dla pozostałych rozdzielczości będzie to:

- 768 px (tablet) (M): 3 oferty w rzędzie
- 320 px (mobile) (S): 1 oferta w rzędzie

Każdy z powyższych sposobów prezentacji ofert umożliwia nadanie kafelkom z ofertami kilku podstawowych parametrów:

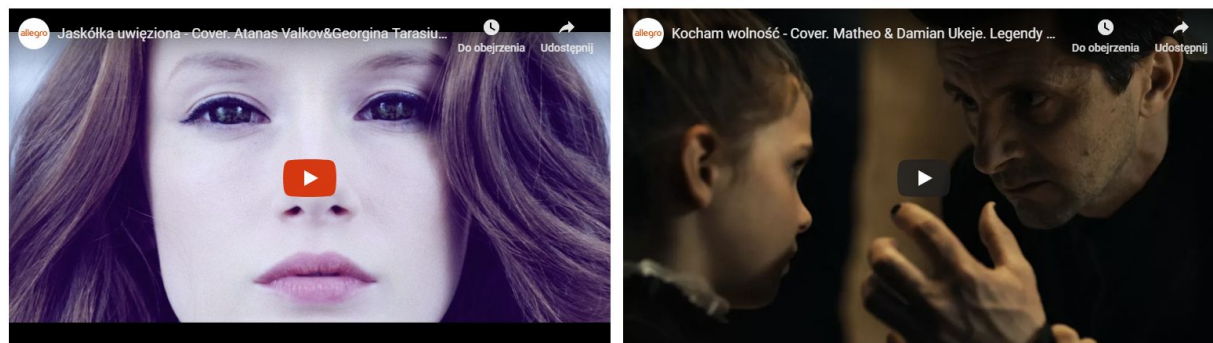
- Pokaż / ukryj koszt z dostawą
- Pokaż / ukryj, ile osób kupiło / licytuje produkt
- Pokaż / ukryj cenę przed obniżką (o ile cena jest obniżona)
- Pokaż / ukryj logo sprzedającego (tylko dla Strefy Marek Allegro)
- Pokaż / ukryj logo Allegro Smart dla kwalifikujących się ofert
- Pokaż / ukryj przycisk "dodaj do koszyka" (więcej o przyciskach, w osobnym punkcie)

Dobłą praktyką jest pokazywanie tylko kluczowych parametrów, pokazanie wszystkich może przytłoczyć użytkownika zbyt dużą ilością informacji i wpłynąć negatywnie na doświadczenie zakupowe.

7.3.4. Wideo

W ramach LP możemy osadzać filmy z serwisów YouTube oraz Vimeo. Do osadzenia filmu potrzebny jest wyłącznie adres URL filmu na danym serwisie / ID filmu.

Więcej wideo



Ważne! Filmy osadzone na LP na Allegro nie mogą mieć włączonej monetyzacji (nie mogą się na nich wyświetlać reklamy, zarówno bannery, jak i spoty wideo).

Możliwe jest osadzanie więcej niż jednego wideo na stronie, jednak jeśli umieszczamy je obok siebie, rekomendujemy nie przekraczanie 2-3 w rzędzie.

7.3.5. Artykuły

Artykuły

Artykuły mogą być osobnymi stronami, mogą też otwierać się w formie modala, jak poniżej:



Tytuł artykułu 01

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec tristique sapien. Sed at risus pulvinar erat tempus ullamcorper. Donec in luctus nulla. In sodales fringilla sapien, sit amet...



Tytuł artykułu 02

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec tristique sapien. Sed at risus pulvinar erat tempus ullamcorper. Donec in luctus nulla. In sodales fringilla sapien, sit amet...



Tytuł artykułu 03

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec tristique sapien. Sed at risus pulvinar erat tempus ullamcorper. Donec in luctus nulla. In sodales fringilla sapien, sit amet...



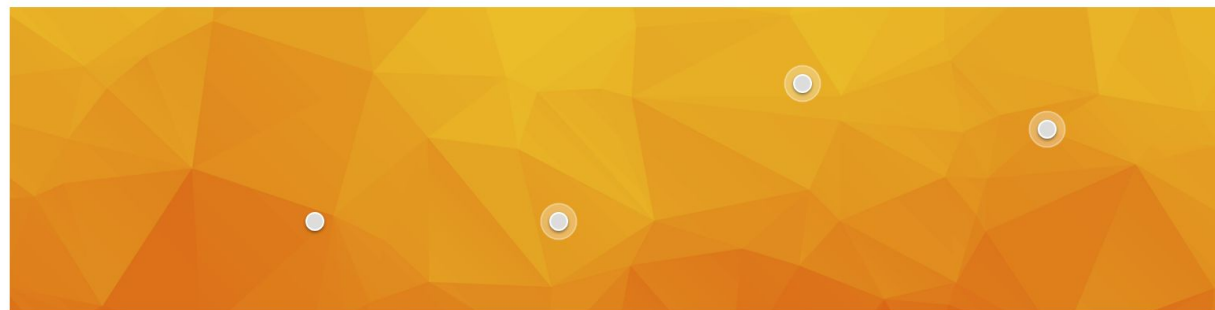
Tytuł artykułu 04

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer nec tristique sapien. Sed at risus pulvinar erat tempus ullamcorper. Donec in luctus nulla. In sodales fringilla sapien, sit amet...

Moduł zawierający obrazek, tytuł i krótki tekst. Moduł może funkcjonować samodzielnie, jako krótki tekst, jak komunikacja korzyści lub jako zjawka dłuższej treści, będącej osobną stroną / modelem. Artykuły w ramach jednego modułu możemy wyświetlać po 1, 2,3 lub 4 w rzędzie.

7.3.6. Pinezki

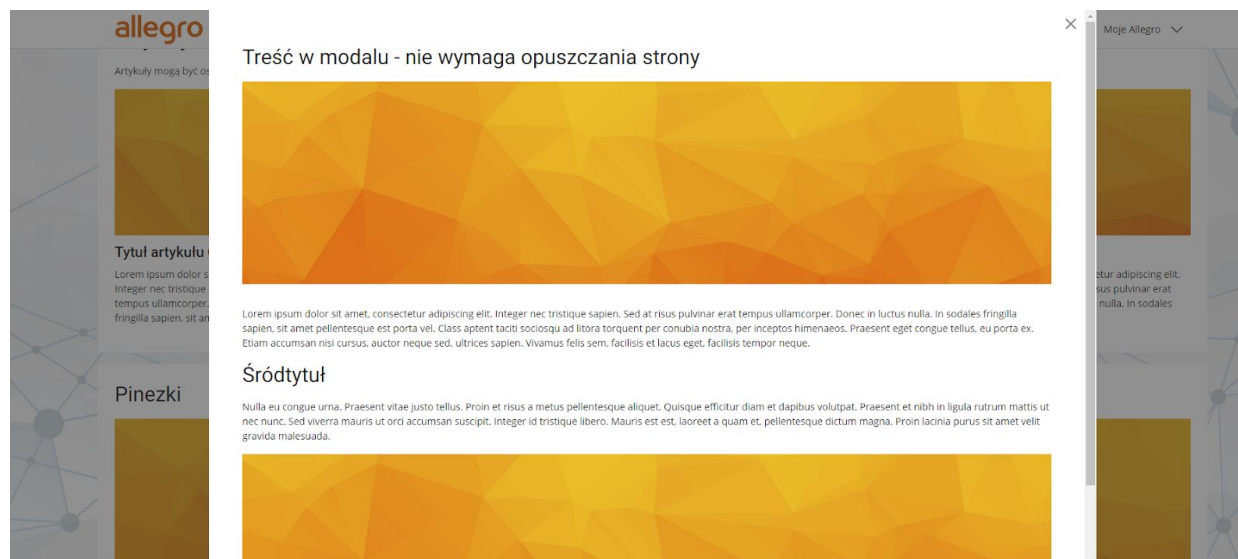
Pinezki



Moduł z pinezkami pozwala nałożyć na obraz (jak choćby zdjęcie aranżacyjne pomieszczenia), pinezki z opisem, linkującej do oferty. Grafika może mieć wymiary na pełną szerokość strony - 1600px, lub mniejsze, na połowę szerokości - 792px. Nie rekomendujemy jednak mniejszego niż połowa szerokości - pinezki będą nieczytelne.

Moduł z pinezkami pozwala nałożyć na obraz (jak choćby zdjęcie aranżacyjne pomieszczenia), pinezki z opisem, linkującej do oferty. Grafika może mieć wymiary na pełną szerokość strony - 1600 / 1248 px, lub mniejsze, na połowę szerokości. Nie rekomendujemy jednak mniejszego niż połowa szerokości - pinezki będą nieczytelne.

7.3.7. Modal



Jest to warstwa, która otwiera się po kliknięciu w odnośnik - służy do prezentacji treści, bez konieczności opuszczania strony. Modal może stanowić niejako osobną stronę, zawierającą tekst, obrazy i oferty.

Modal zamykany jest poprzez kliknięcie w "x" w prawym górnym rogu lub poprzez kliknięcie poza obszarem warstwy modala.

7.3.8. Moduł rich-tekstowy

Służy prezentacji dłuższych treści, artykułów, zawierających zdjęcia oraz ewentualne odnośniki.



7.4. Moduły - ogólnie

Moduły mogą mieć dowolny kolor tła, należy jednak pamiętać, że wszystkie miniatury produktów na Allegro posiadają białe tło, więc wszelkie moduły zawierające produkty muszą mieć białe tło.

Dobłą praktyką jest przyjęcie czarnego tła dla modułów zawierających osadzone z YouTube filmy - niweluje to efekt czarnych pasów przy osadzaniu filmów o natywnej proporcji 16:9

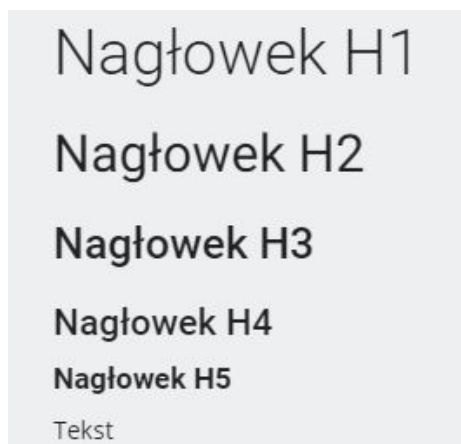
Każdy moduł może, ale nie musi posiadać tytuł, który domyślnie wyświetlany jest w ramach modułu, ponad jego zawartością, po lewej stronie.

Każdy moduł, w szczególności te, dedykowane prezentacji ofert, może posiadać w dolnej części dodatkowy link tekstowy, prowadzący na przykład do pełnego listingu przedmiotów danego klienta lub danej kategorii.

7.5. Grafiki - ogólnie

Dobłą praktyką jest dostarczanie, wraz z elementami graficznymi, pliku PSD / Adobe XD z projektem strony oraz wykorzystanych w projekcie czcionek, gdyby pojawiła się konieczność modyfikacji / dostosowania projektu.

7.6. Typografia



Wszelkie elementy tekstowe wykorzystują typografię wynikającą z UI Allegro i nie podlegają modyfikacji, zarówno pod względem kolorystyki, jak i rozmiarów. Tekst może mieć trzy kolory: czarny, ciemno-szary i biały (dla ciemnego tła modułu).

7.7. Przyciski

Przyciski na LP powinny być zgodne z UI całego serwisu - dostępne są dwa typy przycisków - pierwszego i drugiego rzędu.

PRZYCISK PIERWSZEGO RZĘDU

PRZYCISK DRUGIEGO RZĘDU

Dobłą praktyką na LP jest umieszczanie tylko jednego przycisku pierwszego rzędu w polu widzenia użytkownika, dzięki czemu skupiamy jego uwagę na działaniu, którego od niego oczekujemy.

7.8. Linkowanie w ramach LP

Każda grafika, czy link w ramach modułu, tudzież link w tekście może prowadzić do listingu, innego LP, tudzież dowolnej strony w ramach Allegro, jednak dobrą praktyką, szczególnie w przypadku LP sprzedażowych jest dążenie do jak najlepszej konwersji i rekomendujemy, by linkowanie z poziomu LP wyłącznie do konkretnych ofert lub, w przypadku rozbudowanych LP, do stron uszczegóławiających informacje o produkcie / grupie produktów.

W przypadku, gdy na LP znajduje się link do strony zewnętrznej, mają zostać na nim zamieszczone materiały ze strony klienta, to każdy taki URL musi spełniać standard bezpieczeństwa https.

Ważne! Strony do których linkują LP (poza Allegro) nie mogą być sklepami internetowymi, same nie mogą także do takowych stron linkować.

7.9. Definiowanie list produktów na potrzeby Landing Page'y

Jeśli na Landing Page'u prezentujemy oferty produktów wystawionych na Allegro, należy zdefiniować listy produktów dla każdego modułu / zakładki / karuzeli. Można zrobić to na kilka sposobów;

7.9.1. Definiowanie listy produktowej w oparciu o ID ofert:

Należy dostarczyć listę ID ofert, osobną dla każdego modułu, zakładki, czy karuzeli produktowej.

Należy przygotować listę, zawierającą wyłącznie ID ofert, czyli ciąg cyfr przyporządkowany danej ofercie - znajdujący się w samej ofercie, w narzędziach dla sprzedających, czy wreszcie będący ostatnim elementem adresu URL.

Lista powinna zostać dostarczona w pliku tekstowym, pliku doc / xls i powinna zawierać wyłącznie lub w osobnej kolumnie, ID produktów (w przypadku dokumentów tekstowych, przedzielonych przecinkiem).

Przykładowa Lista ID dla grupy produktów powinna wyglądać jak poniżej. Listę należy poprzedzić tytułem modułu, jaki zostanie wyświetlony na stronie:

Telewizory - najlepsze ceny:

7657206536,7562962165,7586132459,7586128287,7431237338,7575375821,7657172155,7760527383,7718999727,7655595440

Powyższa lista na Landing Page'u prezentuje ofertę sprzedawanych telewizorów, których adresy na Allegro wyglądają następująco:

<https://allegro.pl/telewizor-40-4k-led-samsung-ue40nu7192-smarttv-i7657206536.html>
<https://allegro.pl/oferta/telewizor-65-samsung-ue65nu7172-3840x2160-smarttv-7562962165>
<https://allegro.pl/oferta/telewizor-kiano-slim-tv-40-cale-gw24-pl-super-cena-7586132459>
<https://allegro.pl/oferta/telewizor-kiano-slim-tv-22-cale-gw24-pl-super-cena-7586128287>
<https://allegro.pl/telewizor-samsung-ue55nu7172u-4k-uhd-smart-tv-wifi-i7431237338.html>
<https://allegro.pl/samsung-ue55nu7172-telewizor-led-smart-ultra-hd-4k-i7575375821.html>
<https://allegro.pl/telewizor-40-4k-samsung-ue40nu7122-smarttv-i7657172155.html>
<https://allegro.pl/telewizor-4k-led-uhd-lg-70uk6500-smart-tv-srebrny-i7760527383.html>
<https://allegro.pl/telewizor-49-kruger-matz-4k-ultra-hd-smart-i7718999727.html>
<https://allegro.pl/oferta/telewizor-led-43-samsung-ue43nu7092-4k-uhd-smart-7655595440>

WAŻNE - w ramach danej grupy ID ofert nie mogą się powtarzać.

Na podstawie takiej listy po stronie Allegro tworzymy grupę produktową, której możemy nadać jedną z poniższych metod sortowania, z których najważniejsze to:

- Brak sortowania - oferty będą wyświetlane w kolejności podanej na liście;
- Kolejność zoptymalizowana przez wewnętrzny algorytm Allegro pod kątem wskaźnika CTR
- Losowa kolejność przy każdej wizycie

Można zastosować także sortowanie:

- Według ceny (od najwyższej / od najniższej);
- Według ceny wraz z dostawą (od najwyższej / od najniższej);
- Według popularności;
- Najbliżej do zakończenia;
- Najnowsze oferty jako pierwsze.

7.9.2. Definiowanie listy produktowej w oparciu o URL listingowy:

Nie podajemy tu konkretnych ID produktów, lecz korzystamy z mechanizmu wyszukiwania i filtrowania w ramach Allegro - lista produktów jest generowana automatycznie, na podstawie zadanego **URLa z listingu** na Allegro.

Jak uzyskać taki URL?

Należy skorzystać z nawigacji w serwisie / wyszukiwarki + filtrów na listingu i po uzyskaniu oczekiwanej zawartości listingu, zapisać taki URL, a następnie załączyć go do zlecenia emisji.

Przykładowa ścieżka do uzyskania takiego adresu - przyjmijmy, że chcemy wyświetlić w karuzeli wszystkie oferty na telewizory marki **Samsung**, o przekątnej **od 40 do 60 cali**, w lokalizacji **Warszawa**, które dodatkowo są premiowane **Monetami**.

Ze strony głównej Allegro przechodzimy do kategorii **Elektronika** i od razu do kategorii **Telewizory**, następnie korzystając z wyszukiwarki, wpisujemy tam frazę **Samsung**, w ten sposób otrzymujemy następujący URL:

<https://allegro.pl/kategoria/tv-i-video-telewizory-257732?bmatch=baseline-product-cl-eyesa2-dict43-ele-1-4-0318&string=Samsung>

Następnie, korzystając z filtrów w lewej kolumnie, wybieramy lokalizację - **Warszawa** oraz przekątną ekranu od **40" do 60"** + **Monety Allegro**, wynikiem będzie następujący URL:

<https://allegro.pl/kategoria/tv-i-video-telewizory-257732?string=Samsung&bmatch=baseline-product-cl-eyesa2-dict43-ele-1-4-0318&city=Warszawa&state=7&przekatna-ekranu-od=40&przekatna-ekranu-do=60&monety=1>

Zdefiniowanie takiej listy skutkowało wyświetleniem w module z produktami w Branded Shopie dokładnie tych produktów, jakie widzimy na listingu, przy czym nie zawsze w tej samej kolejności.

Tak przygotowaną listę produktową możemy, analogicznie jak opartą o ID produktów, sortować wedle tych samych parametrów:

- Kolejność zoptymalizowana przez wewnętrzny algorytm Allegro pod kątem wskaźnika CTR;
- Losowa kolejność przy każdej wizycie.

Można zastosować także sortowanie..

- Według ceny (od najwyższej / od najniższej);
- Według ceny wraz z dostawą (od najwyższej / od najniższej);
- Według popularności;
- Najbliżej do zakończenia;
- Najnowsze oferty jako pierwsze.

7.9.3 Określanie ilości elementów w liście produktowej

Tworząc listę produktów należy pamiętać że, zależnie od modułu, w jakim prezentowane są produkty, mamy możliwość wyświetlenia ich określonej ilości w pierwszym widoku (przed przewinięciem karuzeli), przykładowo dla karuzeli o pełnej szerokości (1600px) będzie to maksymalnie 7 ofert - należy przy tym przyjąć, że w ramach cyklu życia promocji na Landing Page'u część produktów może zostać wyprzedanych lub może wygasnąć.

W związku z tym, dla każdego z modułów prezentowanych na pełną szerokość strony należy przygotować listę produktów będącą dwukrotnością standardowo wyświetlanych, czyli w tym wypadku 14 ofert. **Limit w ramach pojedynczej listy dla modułu na Landing Page'u to 40 ofert.**

Należy rozróżnić dwa ograniczenia ilości ofert:

- Liczebność grupy, wynikająca bądź z ilości podanych ID ofert, bądź z ręcznie określonego dla listingu limitu ofert.
- Ilość ofert **wyświetlanych w ramach danego modułu.**

Liczba 1 może być znacząco większa od liczby 2, dzięki czemu uzyskujemy zapas ofert, na wypadek wyprzedania się wyświetlanych początkowo.

Przykładowo - w ramach modułu karuzeli na Landing Page'u wyświetlamy 30 produktów, jednak lista produktów zasilająca ten moduł liczy sobie 60 ofert - wyświetlone zostanie pierwsze 30 z nich, jednak po wyprzedaniu lub wygaśnięciu jednej z tych 30 ofert do karuzeli zostanie zaciągnięta kolejna z listy 60.

Dodatkowo, aby zapobiec brakom w karuzeli produktowej, powstałym na skutek wyprzedania poszczególnych ofert lub ich wygaśnięcia, możemy połączyć obie metody definiowania listy produktowej tak, aby najpierw wyświetlać produkty określone według ID oferty, a następnie uzupełnić je listą zbudowaną na podstawie URLa listingowego. Zostało to opisane poniżej.

7.9.4. Łączenie obu metod

Obie metody definiowania list produktowych możemy łączyć - tworząc grupę na podstawie zarówno ID produktów, jak i URL listingowego.

Przykładowo - mamy wybrane 3 produkty, które chcemy umieścić na początku karuzeli:

<https://allegro.pl/oferta/telewizor-thomson-55ud6306-8255142963>;

<https://allegro.pl/oferta/telewizor-50-lg-50um7500-led-4k-uhd-hdr-smart-tv-9128481035>;

<https://allegro.pl/oferta/telewizor-lg-led-55um7510-4k-uhd-smart-hdr-8499871917>.

A w dalszej kolejności chcemy uzupełnić produktami z poniższego listingu, sortowanymi od najniższej ceny:

<https://allegro.pl/uzytkownik/Allegro/tv-i-video-telewizory-257732?bmatch=baseline-product-cl-eyesa2-dict43-ele-1-4-0318>

Podajemy zatem w zleceniu te 3 ID ofert: **8255142963, 9128481035, 8499871917**

oraz URL listingowy: <https://allegro.pl/uzytkownik/Allegro/tv-i-video-telewizory-257732?bmatch=baseline-product-cl-eyesa2-dict43-ele-1-4-0318>

z zaznaczeniem, że oferty wyszczególnione po ID mają wyświetlić się wedle zadanej kolejności, a kolejne, pobierane z listingu, od najniższej ceny.

Uzyskamy w ten sposób karuzelę, gdzie pierwsze 3 pozycje zajmują oferty podane wedle ID, natomiast pozostałe zostaną zaciągnięte z listingu, wedle zadanego sortowania.

7.10. Publikowanie Landing Page'y

Aby opublikować Landing Page w domenie Allegro, należy, oprócz powyżej opisanych materiałów oraz ofert, dostarczyć informacje umożliwiające poprawne opublikowanie strony. Są to:

- **Tytuł strony** - który pojawi się jako tytuł zakładki w przeglądarce, domyślnie zawsze zakończony frazą "Allegro.pl"
- **Opis SEO strony**, który pojawi się w wynikach wyszukiwania, w założeniu zachęcający do przejścia na stronę i informujący o jej zawartości. Opis nie powinien przekraczać **155 - 160 znaków**. Rekomendowana długość opisu to **50 do 160 znaków**.
- **URL do publikacji** - wszystkie reklamowe Landing Page publikowane są pod adresem **allegro.pl/kampania/adres-strony**. Adres strony po frazie **kampania** wybiera partner zlecający stworzenie strony, należy jednak każdorazowo potwierdzić dostępność adresu z działem technicznym.

7.10.1 Zasady adresowania Landing Page'y

Do adresów **używamy małych liter, bez polskich znaków. Spacje zastępujemy wyłącznie znakiem minus (-)**, przykładowo:

allegro.pl/kampania/moja-kampania-na-allegro jest poprawnym adresem, allegro.pl/kampania/Moja.Kampania!na_Allegro - już nie.