

Wytyczne do kreacji reklamowych na Facebooku



Materiały pomocnicze Enzo

Autor:

Paweł Wrona
tel. 516 120 145
pawel.wrona@enzo.pl

Enzo Sp. z o.o.
www.enzo.pl

09.08.2018



Narzędzia

Wyszukiwanie specyfikacji dla konkretnych kreacji i umiejscowień jest ułatwione dzięki **Przewodnikowi po Reklamach na Facebooku**

<https://www.facebook.com/business/ads-guide>

Wizualizacje konkretnych reklam przy użyciu docelowych materiałów wizualnych i tekstów można tworzyć w **Centrum Reklam**

<https://www.facebook.com/business/inspiration/creative-hub#>

Istnieje też narzędzie, które pozwala sprawdzić czy objętość tekstu w obrazie lub video przekracza 20%. Umożliwia **Kontrolę tekstu w obrazie**

https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay

Gdzie wyświetlają się reklamy?

Platformy i Umiejscowienia

| | |
|---------------------------------|---|
| ▼ Facebook | ✓ |
| Kanały aktualności | ✓ |
| Artykuły ekspresowe | ✓ |
| Wideo typu in-stream | |
| Prawa kolumna | ✓ |
| Marketplace | ✓ |
| Relacje | ✓ |
| ▼ Instagram | ✓ |
| Aktualności | ✓ |
| Relacje | ✓ |
| ▼ Audience Network | ✓ |
| Native, Banner and Interstitial | ✓ |
| Wideo typu in-stream | |
| Wideo z nagrodą | ✓ |
| ▼ Messenger | ✓ |
| Skrzynka odbiorcza | ✓ |
| Sponsored Messages | |



Formaty reklam

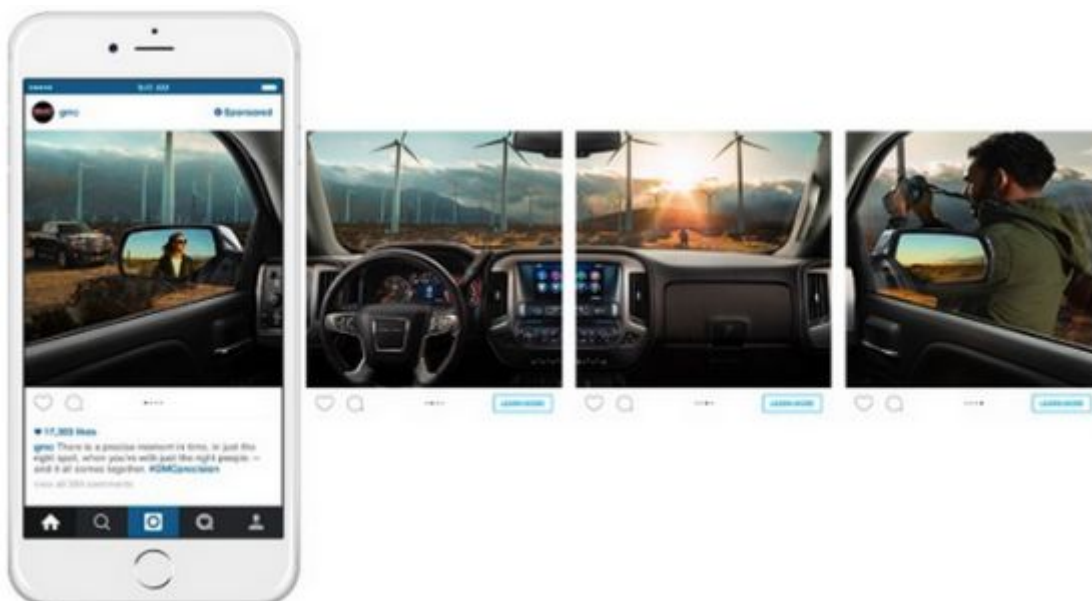
- Reklama z pojedynczym obrazem
- Video
- Karuzela
- Oferta
- Kanwa
- Pokaz slajdów
- Oferta
- Kolekcja
- Reklama kontaktowa
- Post promowany

Karuzela

- Zawiera 3-10 obrazów lub video.
- Najlepiej, aby zawierała w sobie opowieść (story).
- Należy w niej prezentować produkt (lub całą ofertę różnych produktów) zastosowanie produktów albo można też zabrać Odbiorcę w podróż po wybranej lokalizacji.

Specyfikacja w przypadku jednego obrazu podzielonego na kilka obrazów zawartych w karuzeli:

- Wysokość powinna wynosić 600 pikseli, a szerokość – 600 pikseli pomnożone przez liczbę użytych kart reklamy karuzelowej (np. obraz dzielony na trzy karty powinien mieć wymiary 1800 x 600 pikseli).



źródło: <https://www.facebook.com/business/help/533510956796301#>

Obrazy

Różnice w wyświetlaniu reklam na Facebooku i Instagramie w zależności od proporcji:



źródło: https://www.facebook.com/business/help/103816146375741?helpref=page_content

Specyfikacja zalecana przez Facebook:

- 1200 x 628 pikseli.
- Zalecana minimalna szerokość obrazu to 600 pikseli.
- Rozmiar pliku PNG nie powinien przekraczać 1 MB. Jeśli rozmiar pliku PNG przekracza 1 MB, na zdjęciu mogą być widoczne piksele.

Video

Specyfikacja zalecana przez Facebook:

- Format pliku MOV, obraz jakości H.264 z dźwiękiem AAC lub format MP4.
- Współczynnik proporcji obrazu nie większy niż 1280 na 16 pikseli.
- Szybkość klatek filmu 30 klatek/s lub niższa.
- Dźwięk stereo o częstotliwości próbkowania 44 100 Hz.
- Filmy nie mogą trwać dłużej niż 45 minut i mieć więcej niż 1,75 GB.

Video zalecane w przypadku Aktualności w Instagram:

- Do 60 sekund.
- W formacie 1:1 (kwadrat).

Dobre praktyki:

- Rozdzielnie kampanii na dłuższe video dla komputerów stacjonarnych i krótsze dla formatów mobilnych (max. 15 sekund).
- Pierwsze sekundy filmu powinny przyciągać uwagę.
- Dla kampanii na Facebooku optymalizowanej pod urządzenia mobilne warto użyć formatu pionowego.

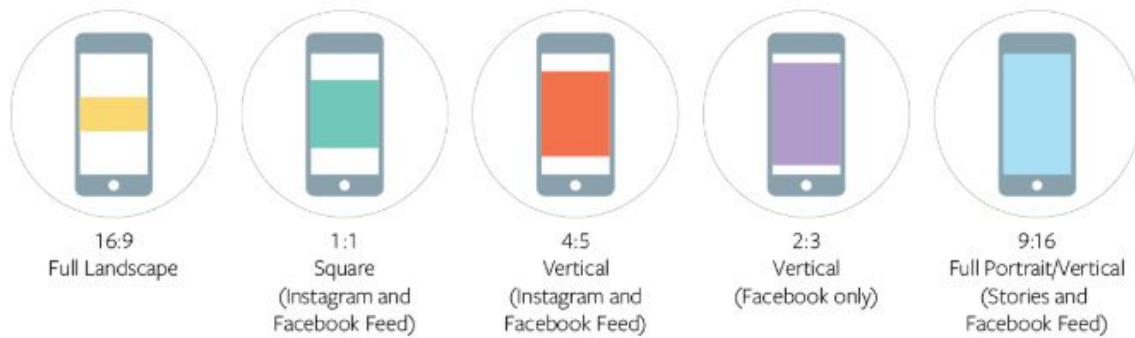
- Dla kampanii na Instagramie (zwłaszcza Instagram Stories) należy użyć formatu kwadratowego.
- Warto zastosować napisy tak, żeby przekaz był jasny nawet przy wyłączonym dźwięku.

Specyfikacja materiałów video w zależności od umiejscowienia:

| | Aktualności na Facebooku | Marketplace na Facebooku | Umiejscowienie in-stream na Facebooku | Facebook Stories | Strona główna w Messengerze | Artykuły ekspresowe | Aktualności na Instagramie | Instagram Stories | Audience Network: Natywne, banerowe, pełnoekranowe | Audience Network: In-stream |
|---|--------------------------|--------------------------------------|--|---|--|--|----------------------------|--|--|---|
| Źródłowe proporcje | 16:9 do 9:16 | 16:9 do 9:16 | 16:9 do 9:16 | 16:9 do 9:16 | 16:9 do 1.91:1 | 16:9 do 9:16 | 1,91:1 do 4:5 | 16:9 do 4:5 i 9:16 | 16:9 do 9:16 | 16:9, 1:1 |
| Długość filmu | maks. 240 minut | maks. 240 minut | 5-15 sekund | 1-15 sekund | maks. 240 minut | maks. 240 minut | 1-60 sekund | 1-15 sekund | 1-120 sekund | 10-120 sekund |
| Obsługiwane cele | Wszystkie | Konwersje, Ruch, Sprzedaż z katalogu | Aktywność, Zasięg, Wyświetlenia filmu, Rozpoznawalność marki | Konwersje, Zasięg, Ruch, Instalacje aplikacji, Wyświetlenia filmu | Ruch, Konwersje, Instalacje aplikacji, Zasięg, Rozpoznawalność marki, Wiadomości | Wszystkie oprócz Wizyt w firmie i Wiadomości | Wszystkie | Wszystkie oprócz Sprzedaży z katalogu, Wizyt w firmie i Wiadomości | Wszystkie oprócz Aktywności, Wizyt w firmie, Pozyskiwania kontaktów i Wiadomości | Zasięg, Rozpoznawalność marki, Aktywność, Wyświetlenia filmu, Konwersje |
| Napisy | Tak | Nie | Tak | Nie | Nie | Nie | Tak | Nie | Nie | Nie |
| Wymagany dźwięk | Nie | Nie | Tak | Nie | Nie | Nie | Nie | Nie | Nie | Tak |
| Poziome 16:9  | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Kwadratowe 1:1  | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Pionowe 4:5  | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ |
| Pionowe 2:3  | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ |
| Pełne portretowe 9:16  | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ | ✗ |

źródło: <https://www.facebook.com/business/m/one-sheets/video-requirements#>

Współczynnik proporcji - specyfikacje:



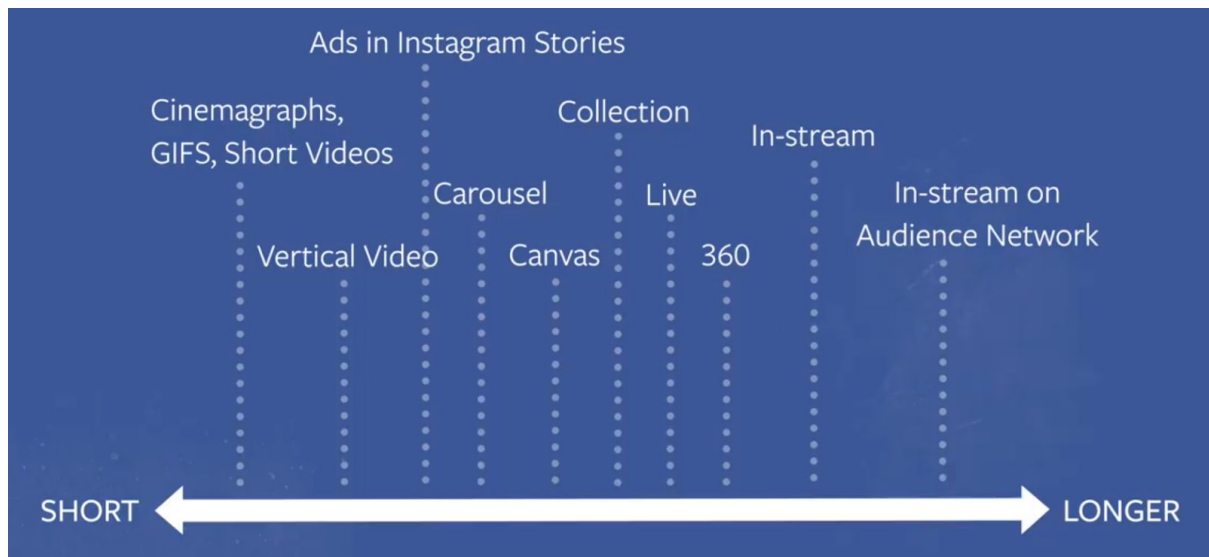
źródło: https://www.facebook.com/business/help/103816146375741?helpref=page_content

Różnice w wyświetlaniu reklam na Facebooku i Instagramie w zależności od proporcji:



źródło: <https://www.facebook.com/business/news/upgrading-facebook-video-for-people-and-advertisers#>

Jak rozkłada się długość materiału video w zależności od umiejscowienia:



źródło: https://www.facebook.com/business/learn/facebook-create-ad-video-ads?ref=ads_guide#

Formaty plików video:

- 3g2 (Mobile Video)
- 3gp (Mobile Video)
- 3gpp (Mobile Video)
- asf (Windows Media Video)
- avi (AVI Video)
- dat (MPEG Video)
- divx (DIVX Video)
- dv (DV Video)
- f4v (Flash Video)
- flv (Flash Video)
- gif (Graphics Interchange Format)
- m2ts (M2TS Video)
- m4v (MPEG-4 Video)
- mkv (Matroska Format)
- mod (MOD Video)
- mov (QuickTime Movie)
- mp4 (MPEG-4 Video)
- mpe (MPEG Video)
- mpeg (MPEG Video)
- mpeg4 (MPEG-4 Video)
- mpg (MPEG Video)
- mts (AVCHD Video)
- nsv (Nullsoft Video)
- ogm (Ogg Media Format)
- ogv (Ogg Video Format)
- qt (QuickTime Movie)
- tod (TOD Video)
- ts (MPEG Transport Stream)
- vob (DVD Video)
- wmv (Windows Media Video)

Pokaz slajdów

- Przypominają gify.
- 3-10 zdjęć.
- Pozwala opowiedzieć historię lub zaprezentować produkt i jego cechy/zastosowanie.
- Nie mogą trwać dłużej niż 15 sekund.

Zalecana specyfikacja:

- W przypadku dodawania filmów wybierz format MOV lub MP4.
- Od 3 do 10 obrazów o proporcjach 16:9, 1:1 lub 2:3.
- Każdy obraz powinien być podobnej wielkości.
- Obrazy powinny mieć rozdzielczość co najmniej 1280 x 720 pikseli oraz spójny współczynnik proporcji (prostokątny - 16:9, kwadratowy - 1:1 lub pionowy - 2:3).
- Jeśli każdy obraz ma inny rozmiar, pokaz slajdów jest automatycznie przycinany do proporcji 1:1.
- W zakresie muzyki pokaz slajdów obsługuje formaty WAV, MP3, M4A, FLAC i OGG.
- Można dodać do filmu napisy w wielu językach, przesyłając wraz z filmem plik SubRip (.srt). Każdy plik SubRip należy zapisać w formacie: nazwapliku.[dwuliterowy kod języka]_[dwuliterowy kod kraju].srt.

Kolekcja

- W zależności od celu reklamowego można ją tworzyć w oparciu o przesłane materiały lub plik produktowy pobierany ze sklepu internetowego (katalog).
- Może obejmować karuzelę, pojedynczy obraz, pojedynczy film, pokaz slajdów i film 360.
- Nagłówek (zalecana długość: 25 znaków) i tekst (zalecana długość: 90 znaków).

Specyfikacja materiałów służących do stworzenia kolekcji:

Film

- Współczynnik proporcji: 16:9 lub 1:1.
- Film: Kompresja wideo H.264, preferowany profil wysoki, kwadratowe piksele, stała szybkość klatek, progresywne skanowanie.
- Dźwięk: kompresja dźwięku stereo AAC, 128 kb/s.

Obraz

- Współczynnik proporcji: 1,9:1.
- Rozmiar obrazu: 1200 x 628 pikseli.

- Instagram: format kwadratowy (1:1), pełnowymiarowa orientacja pozioma (16:9) oraz pokazy slajdów. Współczynniki proporcji powyżej 1:1 nie są obsługiwane na Instagramie.

Pokaz slajdów

- Współczynnik proporcji: 16:9, 1:1, 2:3 (pokaz slajdów jest automatycznie kadrowany do proporcji 1:1, jeśli obrazy mają różne rozmiary).
- Film: Kompresja wideo H.264, preferowany profil wysoki, kwadratowe piksele, stała szybkość klatek, progresywne skanowanie.
- Dźwięk: kompresja dźwięku stereo AAC, 128 kb/s.
- Muzyka: WAV, MP3, M4A, FLAC, OGG.
- Uwaga: Musisz mieć wszystkie prawa niezbędne do korzystania z danego utworu w reklamie.

Tekst reklamy

- Tekst (pojawia się nad głównym materiałem reklamowym): 90 znaków (zalecane).
- Nagłówek (pojawia się nad 4 produktami w reklamie): 25 znaków (zalecane).

Kanwa

- Format dedykowany dla urządzeń mobilnych.
- Może zawierać karuzele, pojedyncze obrazy, pojedyncze filmy, pokazy slajdów i kolekcje.

Szczegółowa specyfikacja kanwy:

https://scontent-waw1-1.xx.fbcdn.net/v/t39.2365-6/23423186_387376631684049_8847201908964720640_n.pdf?_nc_cat=0&oh=e01c3da78f9fcf683a184f6758bcfc2c&oe=5BC5BDF0

Reklamy z GIF

- Rozszerzenie .gif.
- Rozmiar mniejszy niż 8 MB
- mniej niż 20% tekstu w obrazie
- mogą nie odtwarzać się na wszystkich urządzeniach mobilnych, dlatego w pierwszej kolejności należy rozważyć reklamy z pokazem slajdów.

Reklamy z filmem 360

- Nie wyświetlają się na wszystkich urządzeniach - można je oglądać na Facebook w Firefox lub Chrome. Filmy 360 można wyświetlać na poniższych urządzeniach Apple iPhone 4S, iPad 2 (lub nowszy z systemem iOS 7 lub nowszym oraz najnowszą wersją aplikacji Facebook) oraz urządzeniach z systemem Android w wersji 4.3 lub nowszej. Filmów 360 nie można obecnie wyświetlać w przeglądarkach mobilnych.

Specyfikacja filmu 360:

- Rozmiar pliku: maks. 5 GB.
- Długość pliku: maks. 30 minut.
- Typ pliku: kontener MP4.
- Kodeki wideo: film H.264 (maks. 30 klatek/s; zalecane 20 Mbps do 30 klatek/s filmu mono).
- Kodeki audio: .MP3 lub .AAC.
- Rozdzielczość: maks. wejście 3 tys. (3072 x 1536).
- Współczynnik proporcji: współczynnik proporcji wyświetlania 2:1.
- System odtwarzania: Mono.
- Format odtwarzania: panorama typu equirectangular.

Reklama w Messenger



Messenger Ads

Click-to-Messenger ads

Sponsored Messages

źródła: https://www.facebook.com/business/help/1568130549881135?helpref=page_content#

Rodzaje kreacji reklamowych kierowanych na Messenger

- Pojedynczy obraz.
- Pojedynczy film.
- Pokaz slajdów (tylko na Facebooku).
- Karuzela.

Specyfikacja zalecana przez Facebook:

- Specyfikacja reklamy w formie pojedynczego obrazu: Zalecany rozmiar obrazu: 1200 x 628 pikseli, współczynnik proporcji obrazu: 1,91 : 1.
- Specyfikacja reklamy karuzelowej: Zalecany rozmiar obrazu: 600 x 600 pikseli, współczynnik proporcji obrazu: 1 : 1 (pamiętaj o zaokrąglonych narożnikach w Messengerze widocznych w wizualizacjach)
- Specyfikacja reklamy w przypadku filmu: Zalecany rozmiar filmu: prześlij film o możliwie najwyższej rozdzielczości zgodny z wymaganiami dotyczącymi limitu rozmiaru pliku i współczynnika proporcji (maks. 4 GB); współczynnik proporcji filmu: od 16:9 do 1,91:1