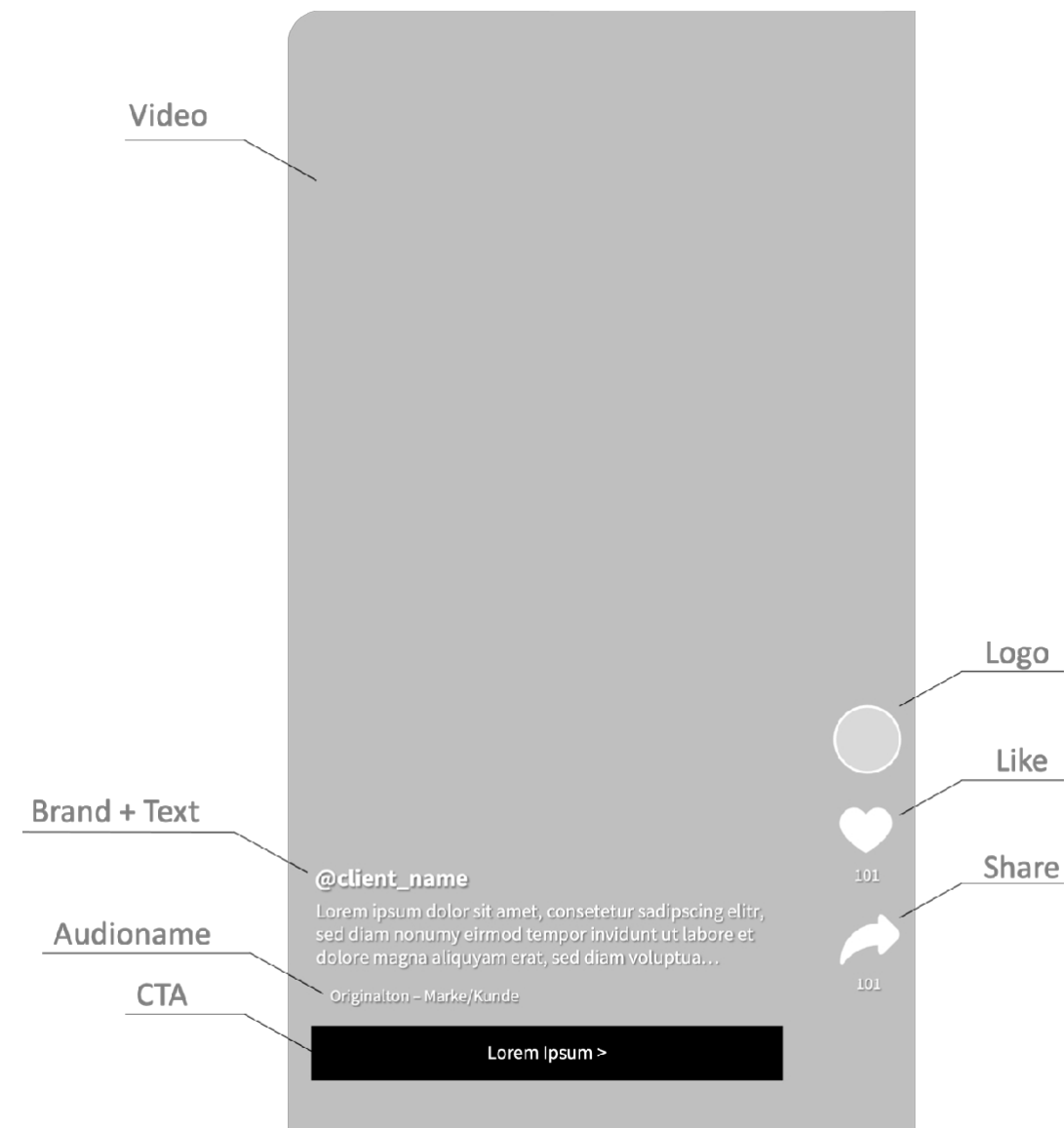


Livraison du matériel à Factor Eleven

Produit : Campagne
publicitaire Reel :

En fonction du canal, vous trouverez les spécifications publicitaires suivantes, les livraisons de matériel requises et les paramètres correspondants pour les ordinateurs de bureau et/ou les téléphones portables.



Éléments vidéo :

La diffusion des éléments vidéo peut se faire de deux manières :

1. Partager le profil TikTok/Instagram.

Le profil Tiktok et/ou Instagram du client sera partagé afin que les vidéos préférées du client ou toute autre vidéo puissent être sélectionnées et utilisées pour la création.

2. Ou la livraison directe des fichiers vidéo.

Un fichier vidéo doit durer au moins 3 secondes et au moins 2 vidéos sont nécessaires. La durée totale maximale de toutes les vidéos partagées est limitée à 60 secondes. La vidéo est livrée au format .mp4 et la résolution minimale est de 640x1138px (9:16). Les spécifications étendues de la vidéo sont énumérées dans le tableau ci-dessous.

Format	MP4	Codec	H.264
Min. Résolution	640x1138px	Cadence	25 fps
Rapport d'aspect	9:16	Intensité de la couleur	32 bits
Max. Taille du fichier	100 MB	Max. Longueur de la vidéo	-
Audio	norme : EBU R 128 (https://de.wikipedia.org/wiki/EBU-Empfehlung_R_128) L'audio doit être inclus dans la vidéo.		
Composantes des données livraison	Vidéo, pixels de suivi (pas de pixels JS) et compteurs de clics (click-through pixels de suivi).		
Note	Pour les fichiers d'une taille > 10 Mo, veuillez envoyer un lien de téléchargement.		

Éléments interactifs :

La Reel Ad offre diverses interactions :

1. Nom de la marque et texte

Le nom de la marque et le texte préférés sont fournis par le client, mais peuvent également être copiés à partir du profil Tiktok ou Instagram s'ils ont été partagés pour les éléments vidéo du point 1. Le texte a une longueur maximale de 400 caractères, espaces compris.

2. Audioname

À moins qu'il n'existe un profil Tiktok ou Instagram contenant des informations sur le son, le champ sera nommé comme suit : Originalsound - Nom de la marque/du client

3. Bouton CTA

Pour le bouton d'appel à l'action, une couleur principale et une couleur de survol, ainsi qu'une couleur de texte, sont requises dans l'IC du client. Le code couleur doit être spécifié en tant que couleur HEX ou RVB. En outre, le bouton peut contenir jusqu'à 35 caractères, espaces compris.

4. Logo avec Click-Out

Le logo du client doit avoir une taille minimale de 60x60 pixels. En outre, le lien vers la page d'atterrissage souhaitée par le client est déposé.

5. Bouton "J'aime" et "Partager"

Les deux fichiers sont des éléments fixes, qui ne peuvent pas être modifiés et qui sont fournis par Factor Eleven. Au début de la campagne, le nombre actuel de like/partage de la vidéo est copié, ou bien il peut être prédéfini.

Restrictions des annonces lourdes de Google

Certaines versions récentes de Chrome intègrent déjà un bloqueur de publicités de Google. Celui-ci a été introduit dans le cadre de l'[intervention Google Heavy Ads](#).

Les publicités seront bloquées si elles ne respectent pas les lignes directrices suivantes :

- 1) S'ils occupent plus de 4 Mo de bande passante.
- 2) S'ils utilisent l'unité centrale pendant plus de 60 secondes.
- 3) S'ils utilisent l'unité centrale pendant plus de 15 secondes en l'espace de 30 secondes.

La limitation visée au point 1 sera supprimée si l'utilisateur interagit avec l'annonce avant que 4 Mo de bande passante n'aient été chargés.