

WeTransfer

Wallpapers Creative Guidelines

I nostri brand

 LIBERO.

 VIRGILIO™

 PgCasa.it

 SUPEROVA

 DiLei

 Viaggia

 QuiFinanza

 Buonissimo

 Pagine Gialle

 Pagine Bianche

 TuttoCitta



I nostri principi pubblicitari

L'obiettivo di WeTransfer è quello di creare pubblicità belle e impattanti, sfruttando al meglio il formato a schermo intero

I nostri brand



we

- **La bella pubblicità parla da sola.** Crediamo nell'importanza di una composizione pulita e ben bilanciata con un focus su un unico messaggio chiave per creativo
- **140 caratteri** massimo (inclusi gli spazi)
- **1 logo e 1 call to action (CTA)**
- **No URLs**
- **No sconti**, prezzi, “gratis” o “saldi”
- Visualizzazione di copia legale solo quando ritenuto obbligatorio dall'industria (in fondo)

Prima il flusso, poi la pubblicità

Le persone vengono da noi per condividere le loro idee. Ci sforziamo di portare loro gioia e di evitare tattiche progettate per interrompere il loro flusso. Ecco perché i nostri annunci sono molto rispettati e amati dai nostri utenti.

- Nessuna animazione **veloce e/o appariscente**
- Nessun **taglio o cambio di scena** nei video introduttivi o nei cinemagraph
- Nessuna **interferenza** con l'esperienza di trasferimento o l'interfaccia utente di WeTransfer
- Nessun **suono** al caricamento iniziale



La nostra piattaforma è utilizzata da milioni di persone al giorno, in tutto il mondo.

Manteniamo la diversità e l'unicità delle persone in mente assicurando che la creatività sia leggibile su un'ampia gamma di dimensioni dello schermo ed è adatto a tutte le età.

- Uso di un contrasto di colore sufficiente per una **leggibilità ottimale**
- **Contenuti appropriati** per tutte le età (ad es. Nudità)

Buone pratiche per i wallpaper

- **Sfondo pulito, luminoso e mirato**

Crea un contesto per l'utente e rendigli più facile capire il tuo messaggio chiave a colpo d'occhio. Si consiglia uno sfondo pulito, con un sufficiente uso di spazio negativo e colori luminosi e chiari.

- **Logo visibile e facile da individuare**

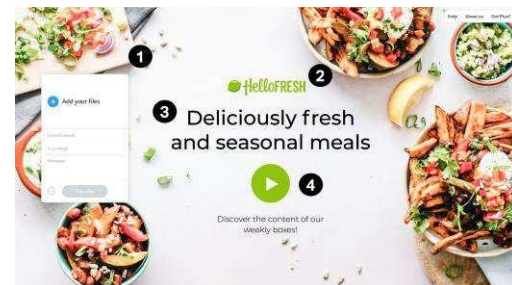
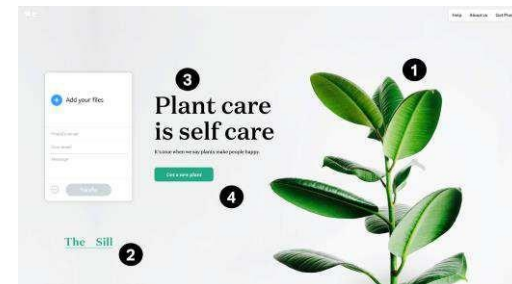
Si consiglia di posizionare il logo vicino alla scatola di trasferimento o vicino alla messaggistica principale per mantenere gli elementi chiave in vista, in particolare durante il ridimensionamento. Assicurati che ci sia un contrasto adeguato con lo sfondo in modo che il tuo logo sia leggibile e accessibile.

- **Chiari messaggi chiave**

Consigliamo un titolo breve, incisivo ed amichevole. I titoli secondari e i testi dovrebbero aiutare a contestualizzare la creatività. Si consiglia di utilizzare un massimo di 2 caratteri e dimensioni così da rendere più possibile mantenere la coerenza.

- **Un pulsante CTA accattivante**

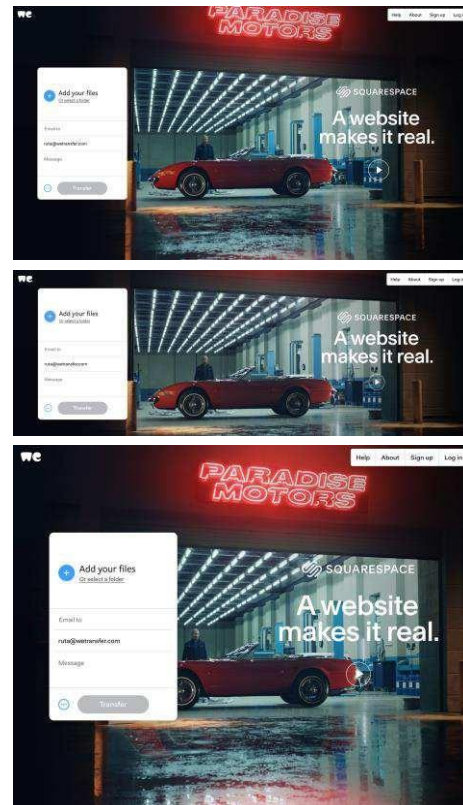
Consigliamo che la copia del CTA sia direttamente correlata ai KPI della campagna. Per esempio se il KPI è «incentivare un aumento delle prove», consigliamo un CTA come «prova oggi», se l'obiettivo è «incentivare vendite», si consiglia «acquista ora». La posizione raccomandata è vicina al messaggio chiave.



Lo sfondo deve essere ridimensionato per adattarsi a tutti gli schermi e a tutti i rapporti.

Agli inserzionisti viene chiesto di includere tutti gli elementi (testo, logo, pulsante CTA, pulsante di riproduzione, immagine di sfondo) su **livelli separati** per garantire che siano visualizzabili in tutte le dimensioni possibili di schermo.

È da tenere a mente che l'interfaccia utente di WeTransfer è di dimensioni e posizione fisse su tutti i punti di interruzione del desktop



I formati e le qualità

we

I nostri brand



I **TakeOver Custom** possono essere di diversi tipi e richiedere tempi di elaborazione diversi, stabiliti in un brief preliminare con WT e il Sales Account.

Gli asset devono essere forniti tra 8 e 15 giorni lavorativi prima della data di lancio a seconda del tipo di custom.

La caratteristica comune a tutti i tipi è che richiedono 3 creatività diverse, ma solo una di queste può essere "personalizzata", le altre due creatività devono essere statiche o CTP. WeTransfer deve essere coinvolto nella fase di presentazione con il cliente o l'agenzia creativa prima che l'IO venga firmato per confermare la fattibilità. Dopo che l'IO è stato firmato WeTransfer deve avere una chiamata (coinvolgendo se necessario il nostro studio) con il cliente o agenzia per discutere le aspettative creative.

L' animated intro-video include:

- 3-8 sec di video teaser che viene riprodotto automaticamente al caricamento
- Elementi stratificati: Logo, copy, CTA/play.
- Usualmente un CTP video (non necessario).

<https://wetransfer.com/wallpaper/175422>
52



Risorse richieste

- **WeTransfer mock-up Photoshop** (file aperto e stratificato in RGB) [qui](#) che contenga:
- **Logo:** in formato vettoriale .svg, .ai
- **Font:** .tff, .otf, .woff
- **Testo:** max 140 caratteri (inclusi gli spazi e CTA)
- **Intro Video:** 1920x1080px (minimum), .mp4 or .mov, H.264 o ProRes codec
 - max 2MB
 - 3-8 sec
 - No cambi di scena
 - No logo / testo
 - No audio
- **CTP Video:** 1920x1080px (min), .mp4 or .mov, H.264 or ProRes codec.
 - Può contenere logo e testo – No lunghezza minima e/o peso
 - (noi raccomandiamo 15-30 sec. Per ottimizzare il VCR)
 - È possibile avere l'audio

L' animated intro-video include:

- Un video intro che si ripete in loop per tutta la durata dell'impression
- Elementi stratificati: Logo, copy, CTA/play.
- Usualmente un CTP video (non necessario).

<https://wetransfer.com/wallpaper/1880131616>



Risorse richieste

- **WeTransfer mock-up Photoshop** (file aperto e stratificato in RGB) [qui](#) che contenga:
- **Logo:** in formato vettoriale .svg, .ai
- **Font:** .ttf, .otf, .woff
- **Testo:** max 140 caratteri (inclusi gli spazi e CTA)
- **Intro Video:** 1920x1080px (minimum), .mp4 or .mov, H.264 o ProRes codec
 - Il nostro studio creerà il loop ove possibile
 - max 2MB
 - 3-8 sec
 - No cambi di scena
 - No logo / testo
 - No audio
- **CTP Video:** 1920x1080px (min), .mp4 or .mov, H.264 or ProRes codec.
 - Può contenere logo e testo – No lunghezza minima e/o peso
 - (noi raccomandiamo 15-30 sec. Per ottimizzare il VCR)
 - È possibile avere l'audio

L' animated intro-video include:

- Massimo 10 immagini in rotazione ogni 3-4 secondi nello stesso wallpaper;
- Logo,
- Testo,
- CTA.

<https://wetransfer.com/wallpaper/1573671818>



Risorse richieste

- **WeTransfer mock-up** Photoshop (file aperto e stratificato in RGB) [gui](#) che contenga:
- **Immagini:** alta risoluzione, 2560x1600px (minimum), .tiff or .jpeg, landscape
- **Logo:** in formato vettoriale .svg, .ai
- **Font:** .ttf, .otf, .woff
- **Testo:** max 140 caratteri (inclusi gli spazi e CTA)

Il nostro studio può creare altri tipi di animati in base alle richieste del cliente

L' animated intro-video include:

- Elementi multipli in movimento che vengono animati dal codice e non sono iniziati da parte dell'utente.
- Immagini, Logo, Testo, CTA (che possono essere animati)

<https://wetransfer.com/wallpaper/1896494848>



Risorse richieste

- **WeTransfer mock-up** Photoshop (file aperto e stratificato in RGB [gui](#) che contenga:
- **Immagini:** alta risoluzione, 2560x1600px (minimum), .tiff o .jpeg, landscape
- **Logo:** in formato vettoriale .svg, .ai
- **Font:** .ttf, .otf, .woff
- **Testo:** max 140 caratteri (inclusi gli spazi e CTA)
- Se l'animazione è fornita dal cliente necessitiamo del **file after effect**
 - Se invece non è fornita gradiamo di un MP4 mock-up così che il nostro studio possa replicarla in codice
 - Accettiamo solo animazioni lente, non appariscenti e ad effetto improvviso

Il nostro studio può creare wallpapers interattivi in relazione alle richieste dei clienti, queste creatività sono costruite per aumentare **l'interazione e l'engagement** dell'utente.

L' animated intro-video include:

- Elementi multipli in movimento che vengono animati dal codice e **sono** iniziati da parte dell'utente.
- Immagini, Logo, Testo, CTA (che possono essere interattivi)

<https://wetransfer.com/wallpaper/1896494848>



CELINE



Risorse richieste

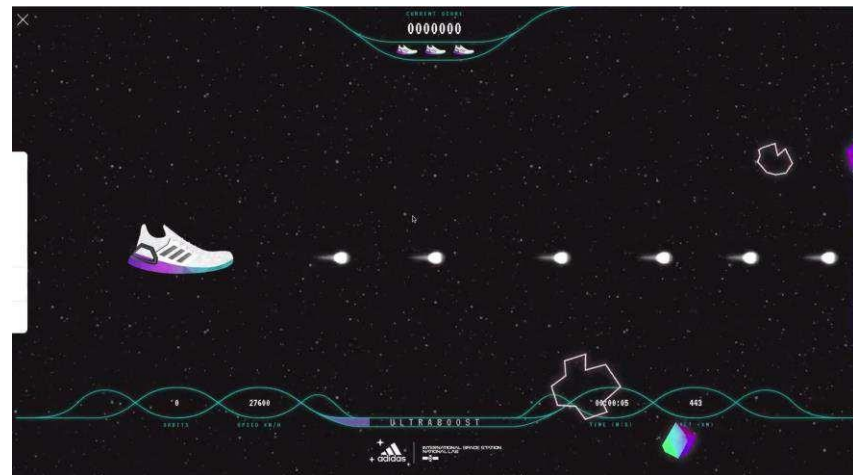
- **WeTransfer mock-up** Photoshop (file aperto e stratificato in RGB) [qui](#) che contenga:
- **Immagini:** alta risoluzione, 2560x1600px (minimum), .tiff o .jpeg, landscape
- **Logo:** in formato vettoriale .svg, .ai
- **Font:** .ttf, .otf, .woff
- **Testo:** max 140 caratteri (inclusi gli spazi e CTA)
- Il nostro studio creerà l'interazione.
 - I clienti possono condividere le loro idee e mock-up e lo studio potrà dare dei suggerimenti in relazione alle risorse del cliente.

Wallpapers personalizzati:

- Possono essere una combinazione di animazioni complesse e elementi interattivi
- Giochi, micro pagine, video multipli con tracking separato

<https://wetransfer.com/wallpaper/18964948>

48



Trackers e tempistiche

 we

I nostri brand



Come regola generale, tutti I trackers su We Transfer devono essere **conformi al GDPR** e approvati dal nostro dipartimento legale

- **Nota:** in relazione alla nostra politica di lean data, WeTransfer non fornisce:
 - Retargeting
 - Sequential targeting
 - Frequency capping

LISTA DEI TRACKER APPROVATI

- Doubleclick
- Sismek
- AppNexus
- UTM
- Weborama
- VisuallQ
- DoubleVerify
- AdFarm/Mediaplex
- Adform
- Gemius
- SSI / Dynata
- Flashtalking
- IAS
- Meetrics
- Nielsen
- Milward Brown/Kantar

Tempo di produzione e processo creativo



- **Animated:** minimo 7-10 giorni lavorativi prima della data di lancio
- **Interactive:** minimo 15 giorni lavorativi prima della data di lancio
- **Custom:** da determinare caso per caso in relazione al brief del cliente

2 round di feedback inclusi.

- **Animated / Interactive / Custom:** WeTransfer deve essere messo in contatto direttamente con il cliente/agenzia così da poter discutere il brief creativo, prima che l'IO venga formato.

Restrizioni creative



Vogliamo celebrare il tuo prodotto e il tuo brand, assicurandoci che i tuoi utenti siano entusiasti della creatività, senza però disturbare il loro processo creativo

- Testo di massimo 140 caratteri, spazi inclusi e logo escluso
- Massimo 1 logo e 1 CTA per creatività
- No display di prezzi e discount (o anche “gratis”)
- No display di URLs / QR codes / logo AppStore
- Minimal pack shot (non deve essere più grande dell’8% della totalità dell’ad)
- Nessun effetto appariscente e/o improvviso sulle animazioni
- 3 design come minimo per i takeover
- Nessuna alterazione dell’UI di WeTransfer
- Le menzioni legali (se obbligatorie) possono essere posizionato in mouse over

Appendice

 we

I nostri brand

LIBERO.

V:RGILIO™

PgCasa.it

SUPEROVA

Di•Lei

S•Viaggia

QF QuiFinanza

Buonissimo

Pagine.Gratte

Pagine.Bianche

Tutto.Citta

CTR

- Platinum: 1.1%
- Premium: 0.7% - 0.75%
- TO: 0.4%
- ROS (11-50): 0.25%

VPR

- Platinum / Premium: 0,2% - 0,4%
- TO / ROS: 0,1% - 0,2%

VCR

- Video <30s: 60%
- Video >30s: 40-50%

Viewability

La Viewability è sicuramente un challenge per WT perché il mercato lo considera sempre piu' un modo per definire la "qualità" di una campagna che può essere applicato alla maggior parte dei media digitali.

Tuttavia, la Viewability da sola non è una misura molto buona della qualità, dice solo che un ad può essere potenzialmente vista.

Non tiene conto del **contesto, dimensioni, creatività, piattaforma, brand safety, brand lift, user trust, user experience, user engagement** ecc.

Non si può quindi comparare la viewability su WeTransfer con ad esempio quella di un banner mobile.

Molti utenti vengono su WeTransfer, lo usano in modo rapido ed efficiente, e magari vedono due o tre ads, e altri che lasciano WeTransfer aperto in un secondo tab nascosto, facendo ruotare comunque le ads.

Tutto questo è preso in considerazione nelle nostre differenze di CPM tra le posizioni Platinum, Premium e ROS/TO. Se la Viewability diventa la vera preoccupazione per il cliente, le posizioni in **Platinum** sono sicuramente la soluzione migliore per loro.

Benchmarks IT:

- **Platinum: TOP 5 -> circa 65%**
- **Premium: TOP 10 -> circa 55%**
- **TO: ALL -> circa 30%**

Viewability tracking



IAS

A causa delle dimensioni uniche dei wallpaper WeTransfer, che non rientrano nelle specifiche IAB standard, i tag di viewability IAS non sempre rispecchiano la viewability reale dalla nostra piattaforma.

In genere consigliamo di astenersi dall'applicare i tag IAS, ma se necessario, possiamo farlo accettando quelli del cliente.

MOAT

La nostra soluzione per tracciare la viewability reale consiste nell'implementare il nostro tracking MOAT, in quanto abbiamo una configurazione customizzata con MOAT e lavoriamo a stretto contatto con loro. Non è possibile applicare i tracking MOAT esterni al nostro, in quanto questi andrebbero in conflitto con i dati forniti dalla nostra configurazione.

Costi

- Free per campagne sopra i 65K
- Costo aggiuntivo al CPM di 3,25 euro per campagne sotto 65K.