



Технические требования
к брендированию
страницы авторизации
сайта Wi-Fi.ru

Содержание

Принципы верстки	3
Размеры макетов для мобильных устройств	4
Брендинг страницы авторизации на смартфонах (портретная ориентация)	5
Брендинг страницы авторизации для планшетов	7
Разработка брендированных макетов . Порядок работы	9
Разработка брендированных макетов . Основные требования	10

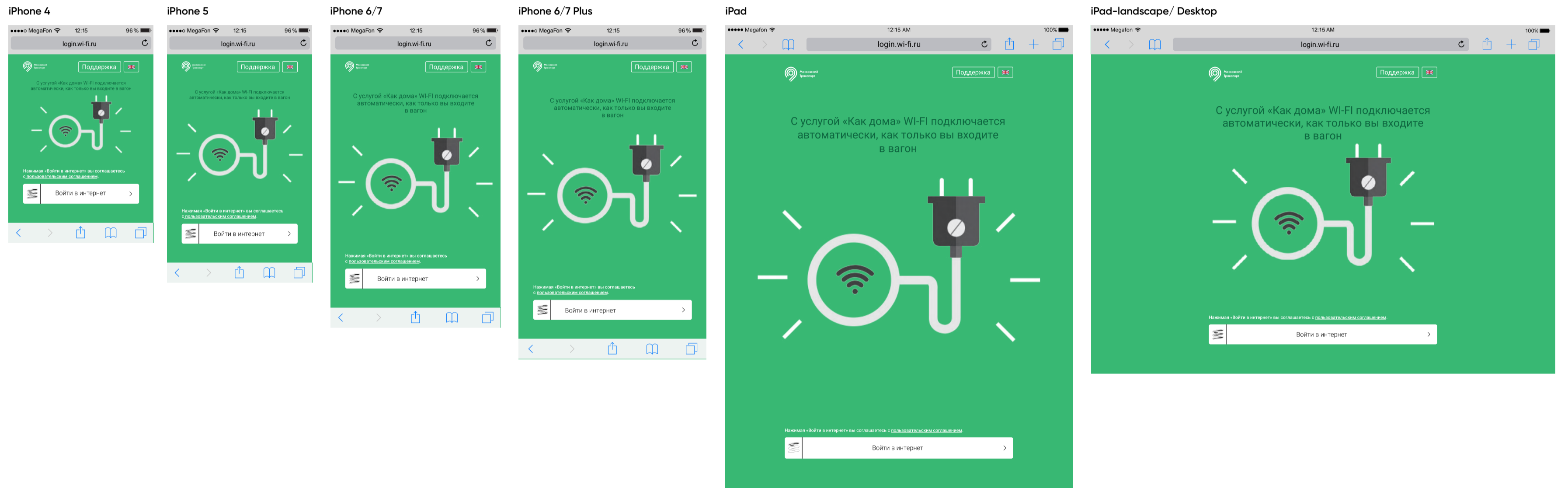
Принципы вёрстки

Основным принципом разработки рекламных материалов для страницы авторизации является «Адаптивная верстка», которая обеспечивает правильное отображение сайта на различных устройствах. Такая верстка динамически подстраивается под заданные размеры экранов.

В качестве стандарта для верстки принимаются iOS устройства и браузер Safari (iPhone 4s/5s/7/7plus, iPad, десктоп).

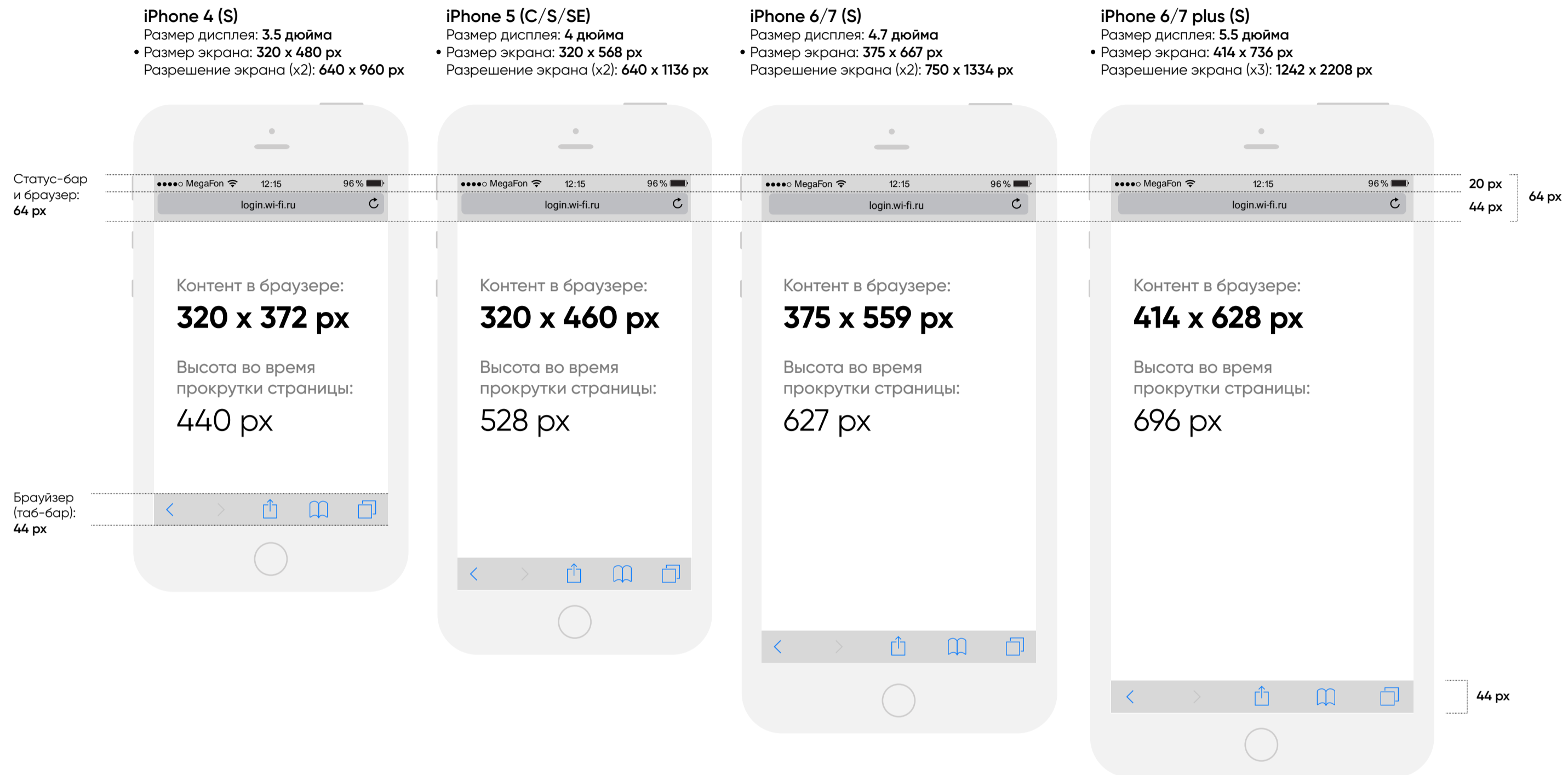
Готовую верстку следует также протестировать на всех основных устройствах типа Android, Windows.

Макеты авторизации для основных типов устройств в формате [sketch](#) и [pdf](#) вы можете найти в приложении к ТТ.



Размеры макетов для мобильных устройств

При подготовке макета брендированной страницы авторизации для смартфонов важно помнить об особенностях размеров для разных устройств.



Разрешение экрана мобильного устройства не равно размеру макета.

Существует несколько величин, которые стоит учитывать при работе с макетами для мобильных iOS устройств.

1) Размер дисплея (дюйм/inch).

Диагональный размер дисплея от верхнего до противоположного нижнего края устройства.

2) Размер экрана. Измеряется в точках (point)

Эти координаты (точки) устройство использует для определения расстояний между элементами на экране. Все iOS устройства оснащены экранами с технологией «Ретина». Плотность пикселей на Ретине выше, чем на обычном экране.

Это означает, что устройства используют разрешение экрана (указаны на картинке) и сжимают пиксели до меньшего размера (размер экрана) для того, чтобы изображение выглядело более чётким.

3) Отрендеренные пиксели (rendered pixel)

Количество отрендеренных пикселей после мультипликации (1x, 2x, x3).

Если говорить коротко:

размер экрана + возможности ретины = отрендеренные пиксели.

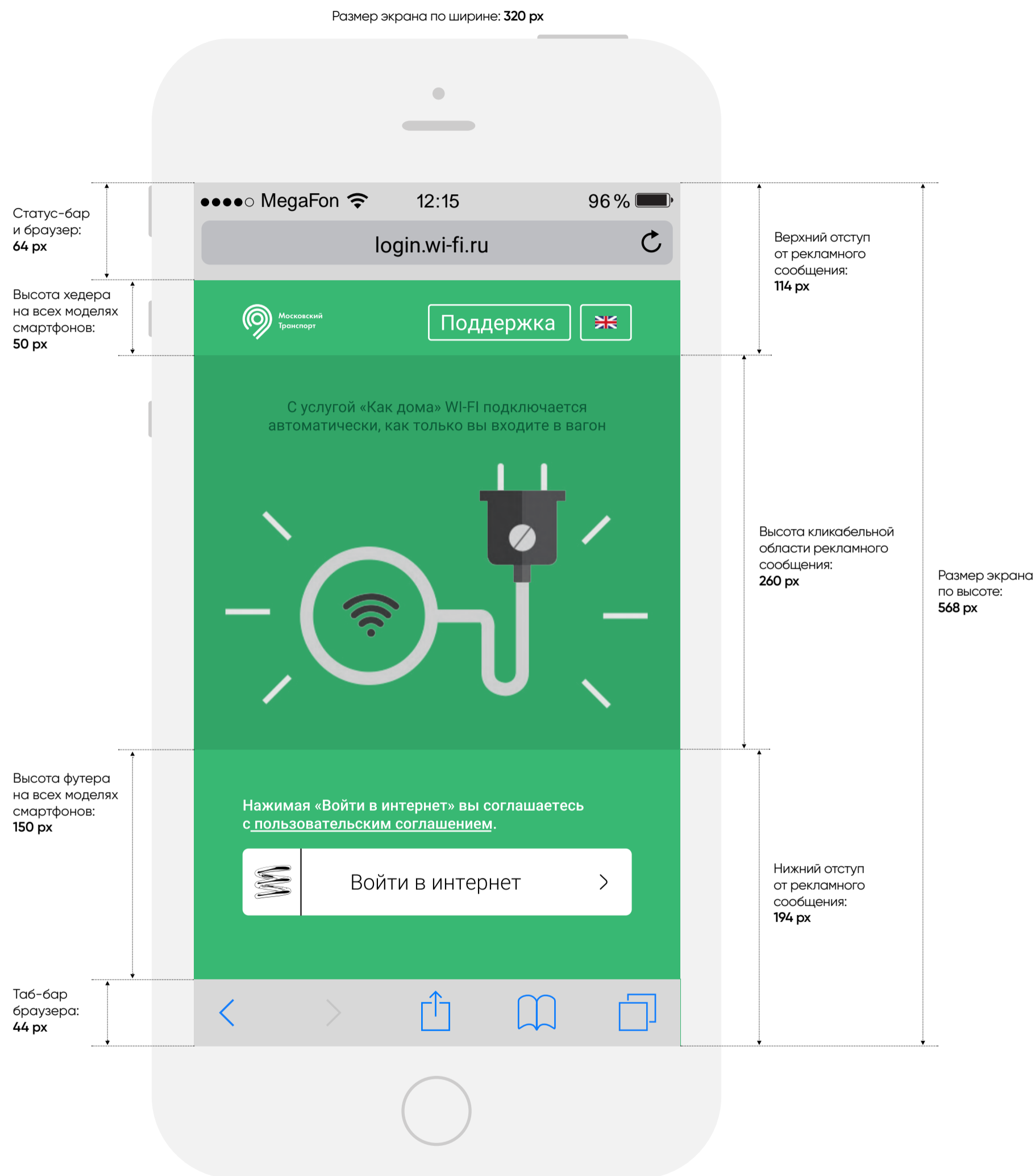
4) Физические пиксели (physical pixels)

Значения отрендеренных и физических пикселей одинаковы для всех моделей, кроме iPhone 6/7 plus.

- При подготовке макетов страницы авторизации, нужно ориентироваться прежде всего на **размеры экрана**, а так же помнить про размеры **элементов интерфейса браузера**.

Статус-бар на всех смартфонах iOS равен 20 px, браузер (верхняя часть без прокрутки): 44 px, браузер (верхняя часть во время прокрутки): 20 px, браузер (таб-бар): 44

Брендинг страницы авторизации на смартфонах



Пример брендированной страницы авторизации услуги «Как дома».
Площадка: городской транспорт Москвы.
iPhone 5S/SE, Safari 10.0, масштаб 1:1

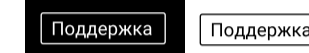
Смартфоны. Портретная ориентация.

Страница авторизации появляется у пользователя при повторном подключении к сети (после прохождения процедуры идентификации).

Правила оформления обязательных элементов страницы авторизации

Логотип партнера площадки, к которой происходит подключение, всегда размещается в левом верхнем углу.

- Кнопка «Поддержка».
Можно менять цвет контура и текст (2 варианта: черный и белый)



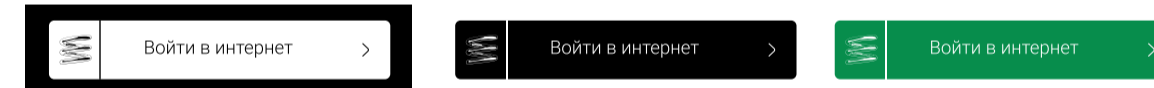
- Кнопка «Смена языка».
Можно менять цвет контура (2 варианта: черный и белый)



- Кнопка «Войти в интернет».
Логотип «МаксимаТелеком» расположен всегда слева на кнопке и может быть белого или черного цвета.

Можно менять:

- цвет кнопки (должен быть контрастным цвету фона),
- цвет текста на кнопке («Войти в интернет»),
- цвет стрелки и разделителя (должны быть контрастными цвету фона кнопки).



- Текст со ссылкой на пользовательское соглашение.
Можно менять цвет: черный/белый.

Размеры рекламного сообщения

При адаптивной верстке страницы размер кликабельной области рекламного сообщения (РС) непостоянный и меняется в зависимости от устройства пользователя.

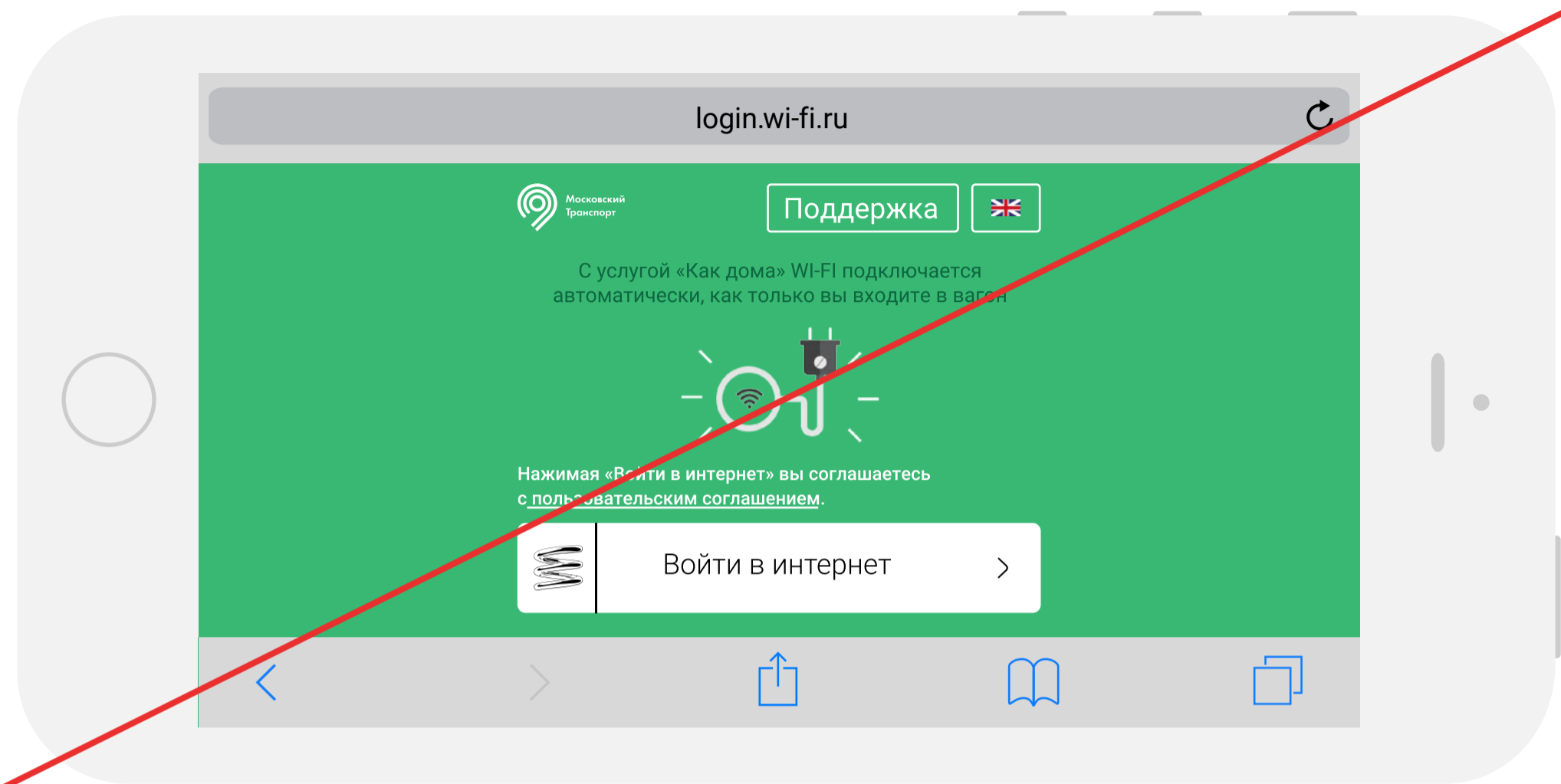
Общим правилом для всех мобильных устройств является соблюдение отступов сверху и снизу кликабельной области рекламного сообщения.

- Верхний отступ (от верхней границы РС до верхней границы первого экрана): **114 px**
Нижний отступ (от нижней границы РС до нижней границы первого экрана): **194 px**

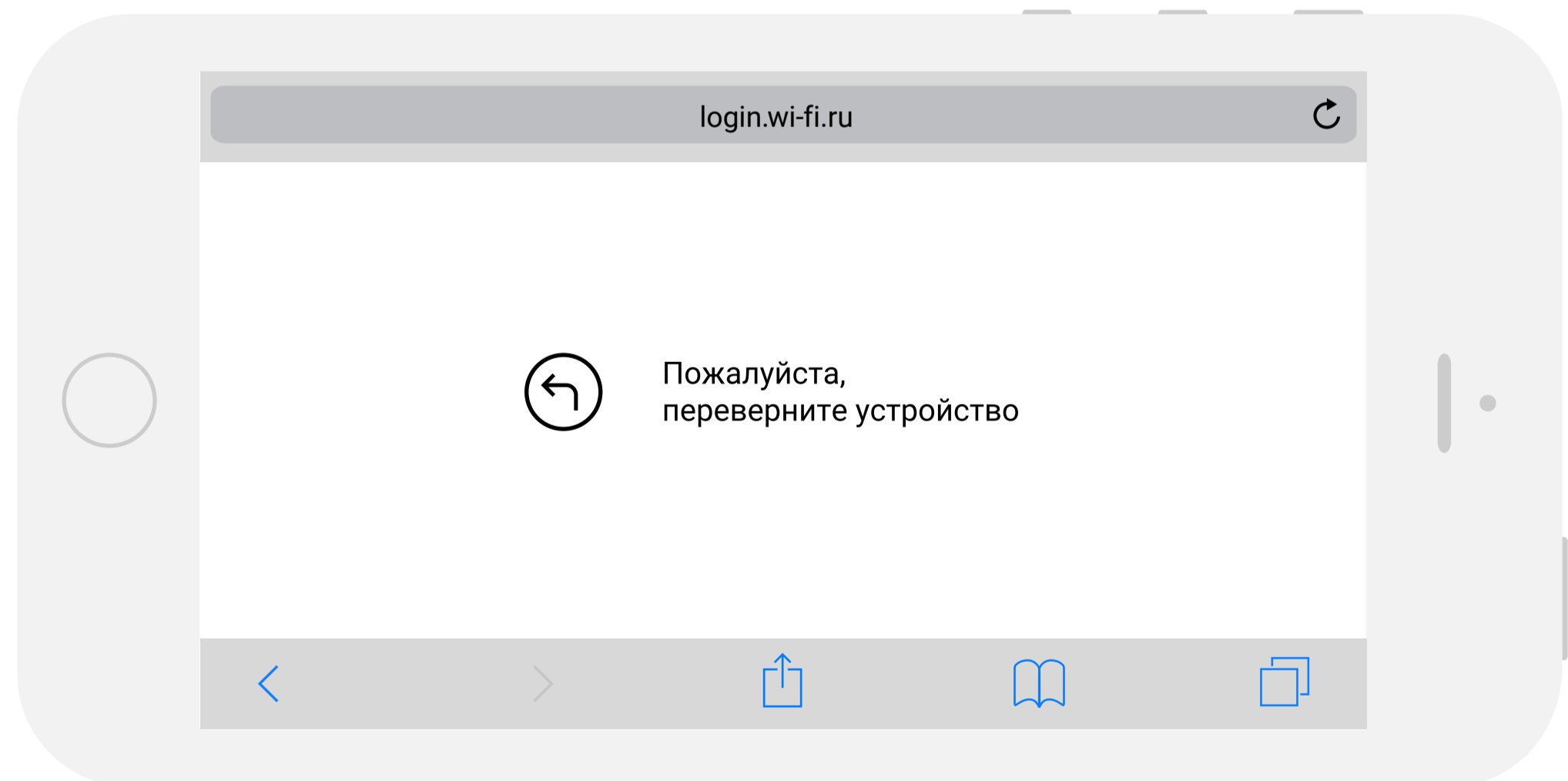
- Фон страницы.
Фон может быть любого цвета. При выборе цвета, важно учитывать основные элементы страницы – они должны быть контрастны фону и отчётливо видны. Для оптимальной загрузки страницы, цвет фона лучше делать однородным.

Допускается использование iframe, в качестве фона. Такой фон не должен «спорить» с основными элементами страницы, с точки зрения восприятия информации.

Брендинг страницы авторизации на смартфонах



Для ландшафтной ориентации нужен отдельный макет, разрабатывать который неэффективно, так как пользователи редко переворачивают устройство на странице авторизации.



Смартфоны. Ландшафтная ориентация.

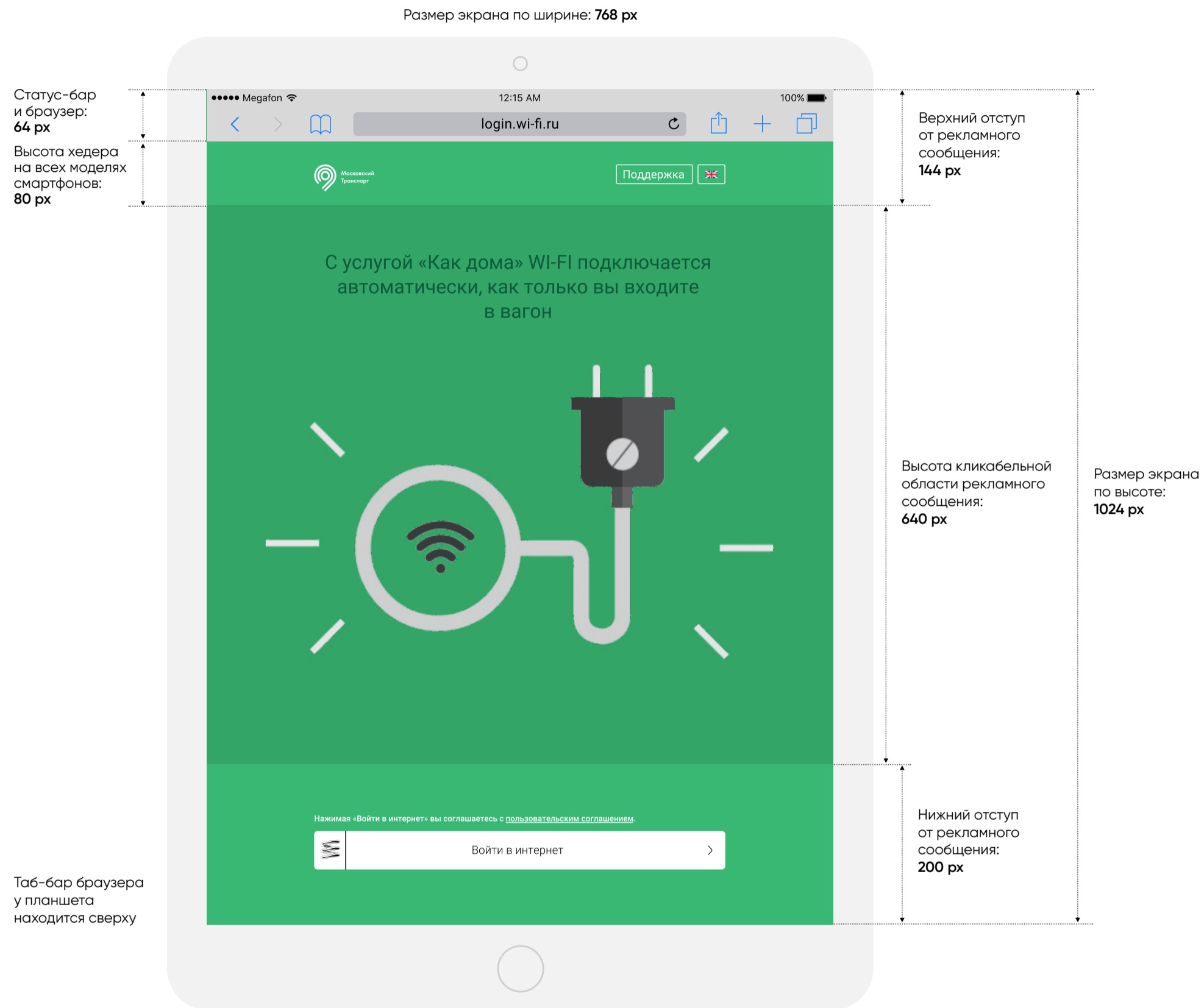
При ландшафтной ориентации смартфона, для брендинга на первом экране остается гораздо меньше места, чем при портретной.

Макет услуги «Как дома», который мы используем для примера, при ландшафтной ориентации выглядит гораздо хуже: ключевое изображение стало гораздо меньше, рекламный текст выглядит наоборот гораздо больше. Акценты сместились и изображение больше не занимает главное место в макете.

Другими словами, для ландшафтной ориентации нужно делать специальную версию макета со своими размерами и пропорциями. Зачастую тратить время на реализацию отдельной ландшафтной версии страницы авторизации не эффективно потому, что пользователи редко переворачивают телефон на этапе авторизации.

Чтобы уменьшить время разработки брендированной страницы авторизации, мы рекомендуем решение по-умолчанию – заглушку «Пожалуйста, переверните устройство».

Брендинг страницы авторизации для планшетов



Планшеты. Портретная ориентация.

На макеты брендированной страницы авторизации для планшетов распространяются правила оформления для смартфонов.

Отличаются только размеры кликабельной области брендинга.

Верхний отступ (от верхней границы РС до верхней границы первого экрана): **144 px**

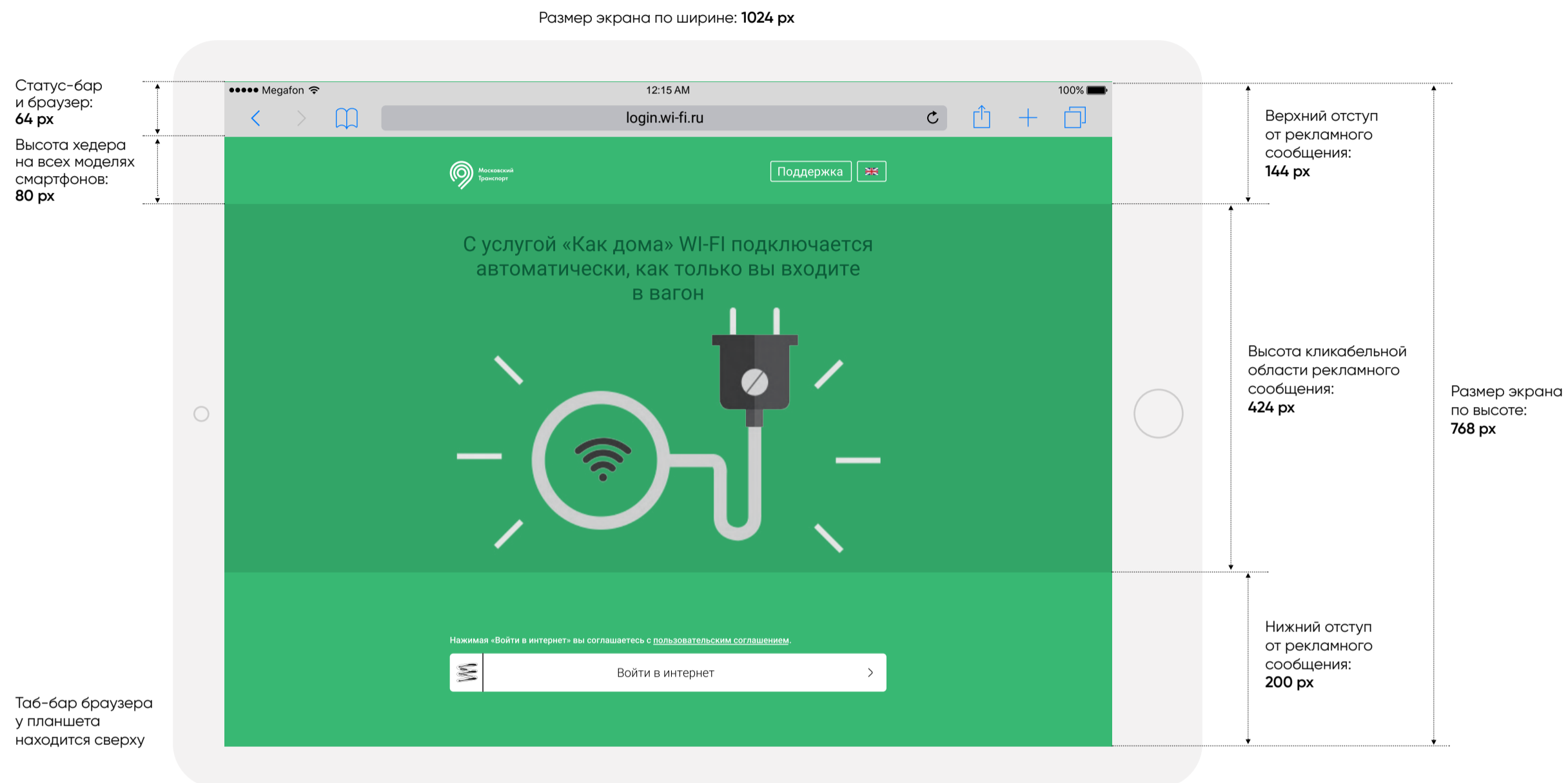
Нижний отступ (от нижней границы РС до нижней границы первого экрана): **200 px**

Пример брендированной страницы авторизации услуги «Как дома».

Площадка: городской транспорт Москвы.

iPad Pro, Safari 10.0, масштаб 2:1

Брендинг страницы авторизации для планшетов



Планшеты. Ландшафтная ориентация.

Размеры кликабельной области брендинга.

Верхний отступ (от верхней границы РС до верхней границы первого экрана): **144 px**

Нижний отступ (от нижней границы РС до нижней границы первого экрана): **200 px**

Пример брендированной страницы авторизации услуги «Как дома».

Площадка: городской транспорт Москвы.

iPad Pro, Safari 10.0, масштаб 2:1

Разработка брендированных макетов

Порядок работы

1.

Клиент заполняет [html-шаблон](#) страницы авторизации, учитывая основные требования, перечисленные ниже.

2.

Клиент высылает заполненный шаблон в отдел разработки «Квант» для проверки качества верстки.

Разработка брендированных макетов

Основные требования:

1.
Качество верстки должно быть проверено изготовителем креатива и заказчиком РК на всем многообразии желаемых устройств до старта РК. В противном случае оперативные правки не дадут должного эффекта из-за кеширования материалов на стороне пользователей.

Полный комплект материалов должен быть предоставлен не позднее, чем за 5 рабочих дней до старта РК.

2.
К данному техническому требованию прилагается архив, содержащий в себе шаблон для разработки креатива. Шаблон содержит следующие файлы:

/src/branding/index.html – файл, в котором должна вестись разработка брендинга. Содержит блок конфигурации, ссылки на ресурсы, необходимые для корректной работы брендинга. Должен являться самостоятельной HTML страницей.

/src/background/index.html – файл, в котором должна вестись разработка подложки (фона) брендинга. Использование данного файла опционально. Должен являться самостоятельной HTML страницей.

package.json, server.js – файлы, позволяющие запустить локальный сервер для тестирования брендирования на тестовом стенде авторизации.

Подробное описание возможностей работы с шаблоном для разработки описано на странице 11 («Работа с шаблоном для разработки»).

3.
Все файлы, относящиеся к брендированию и фону (изображения, шрифты, стили и прочее), должны быть приложены локально, в папке **/src**. Не допускается использование материалов, размещенных удаленно. Файлы, размещенные вне папки **/src** будут проигнорированы.

4.
Не допускается использование каких-либо пользовательских скриптов (Javascript) на странице.

5.
Элементы страницы авторизации могут быть стилизованы путем использования объекта **window.settings**, объявленного в теге **<script>** HTML документа макета.

Сниппет кода с описанием возможностей конфигурации

<https://codeshare.io/adKjR5>

6.
Общий размер всех файлов, используемых в брендировании (находящихся в папке **/src**) не должны составлять более 2 мегабайт в несжатом виде, а количество таких файлов не должно превышать 10 единиц.

7.
Ссылка перехода должна представлять собой тег **<a>** с указанным атрибутом **href**. Для сбора статистики и учета переходов, желаемой ссылке необходимо добавить атрибут **data-event-click**, с возможными значениями от 1 до 7:

```
<a href="http://target.ru" data-event-click="1">  
    content  
</a>
```

Для учета кликов по элементу без перехода, необходимо добавить ему атрибут **data-event-click**, с возможными значениями от 1 до 7:
`<div data-event-click="2">content</div>`

8.
Рекламодатель предоставляет ссылку на страницу перехода вместе с рекламным материалом. Страница перехода должна подтверждать информацию, размещенную на рекламном материале. Содержание сайта должно соответствовать требованиям действующего законодательства РФ.

9.
Рекламодатель обязуется не изменять материал на странице перехода до завершения рекламной компании. При необходимости заменить ссылку, рекламодатель вправе обратиться к рекламораспространителю.

10.
Если РК предполагает скачивание приложений из AppStore и/или Google Play, ссылку на скачивание необходимо прописывать без редиректов.

Разработка брендированных макетов

Работа с шаблоном для разработки

Для упрощения процесса разработки предоставляется шаблон, содержащий вспомогательные файлы и задающий необходимую структуру папок.

Разработка должна вестись в папке `/src`, прочие файлы и папки будут проигнорированы.

Брендинг и подложка (если необходима) должны представлять из себя самостоятельно работающие HTML страницы и не использовать внешние ресурсы. Все ресурсы должны быть приложены локально.

Тестирование и запуск локального сервера

Для тестирования разработанного креатива на тестовом стенде <https://auth.wi-fi.ru/?segment=branding> используется локальный сервер или FTP сервер.

Работа с локальным сервером

Вы можете использовать ваши привычные инструменты для запуска локального сервера. Например, **gulp + browser-sync**

(в настройках **browsersync** необходимо указать **https: true**)

После запуска локального сервера, например с использованием порта 3000, необходимо открыть в браузере <https://localhost:3000/branding> и согласиться с предупреждением браузера о невалидном сертификате.

После чего можно открывать <https://auth.wi-fi.ru/new?segment=branding&url=https://localhost:3000/branding/>

Работа с FTP сервером

Вы можете разместить файлы брендирования (папки `branding` и `background`) на вашем FTP сервере, после чего открыть тестовую ссылку

<https://auth.wi-fi.ru/new?segment=branding&url=https://{ПУТЬ ДО ФТП СЕРВЕРА}/branding/>

Файлы для скачивания:

Макет страницы авторизации в формате sketch и pdf
HTML-шаблон страницы авторизации