

Technické podmínky pro psaní PR článků

Dokument popisuje pravidla pro psaní PR sdělení.

Obecná pravidla

- PR článek je nutné dodat minimálně 5 pracovních dní před plánovanou publikací. Článek musí posoudit redakce a v případě výhrad k obsahu nebo k formě článku musí být prostor na opravy. Při nedodržení doporučené lhůty nelze garantovat včasné vypublikování článku.
- Text nesmí obsahovat slova s velkými písmeny, vyjma názvů produktů, společností a ustálených slovních spojení (např.: LEGO, IBM, USA, NASA, atp.).
- Text musí být psán v souladu s platnými pravidly českého pravopisu.
- V textu je nutné dbát na interpunkci (mezera za čárkou, tečkou, vykřičníkem, apod.) a dodržovat typografická pravidla.
- Článek nesmí obsahovat zavádějící titulky (např. „Celebrita XYZ mi darem zachránila život“ apod.).
- Pokud bude článek obsahovat fiktivní/smyšlený příběh, bude na konec takového článku přidáno upozornění:
 - Tento článek nebyl vytvořen redakcí. Jde o komerční článek propagující reálné produkty nebo služby. Příběh v tomto komerčním článku může být fiktivní (smyšlený).
- Titulek nesmí napodobovat sdělení redakce. Např.: "Víme proč", "Víme jak", "Zjistili jsme pro vás", "Vypátrali jsme", "Super tip", "Poradíme", atp.
- V nadpisu článku může být maximálně jeden vykřičník.
- Hlavní obrázek článku nesmí obsahovat text, loga a reklamní slogany.
- Hlavní obrázek musí být ilustrační k tématu článku (ne banerový vizuál).
- Hlavní obrázek musí mít velikost alespoň F1: 480x348px, E2: 720x448px.
- Redakce má právo publikaci článku zamítnout.

Pravidla pro PR článek

- Maximální 5 fotografií pro PR článek.
- Maximálně tři URL (odkazy) klienta.
- Pozici každé doplňující fotky klient vyznačí v dodaném návrhu textu a ke každé fotce dodá popisek včetně zdroje. Maximální délka popisku je 125 znaků včetně mezer.
- V titulku se nemůže objevit název firmy či produktu.
- Text by měl být v souladu s pravidly pro online publikování, tak aby byl článek co nejúspěšnější (kratší odstavce, stručné věty, používání mezititulků, odrážek, články formou "12 tipů jak...", "10 nej...").
- Maximální počet znaků v textu PR článku: 1500.
- Maximální počet znaků titulek PR článku: 50.
- Maximální počet znaků perex (upoutávka) PR článku: 100.
- Počty znaků jsou uváděny včetně mezer.

Pravidla pro produktový PR článek

- V textu nesmí být žádný odkaz. Produktový PR článek odkazuje pouze pomocí tlačítek pod jednotlivými produkty.
- Produktový PR článek může obsahovat maximálně 5 produktů!
- Titulek článku nesmí obsahovat název klienta nebo webové stránky.
- Upoutávka ani obrázek produktu nesmí obsahovat žádný text.
- Název klienta/eshopu se zobrazuje bez případného claimu.
- URL klienta i URL adresa na detail inzerovaného produktu (kde lze koupit nebo vložit do košíku na stránkách klienta) může obsahovat max. 300 znaků.
- Cena produktu je vždy uváděna s DPH.