

STANDARD EKSPOZYCJI PARTNERSKIEJ

rejestr dawcow.pl

Wersja 1.2 | 20 sierpnia 2026

Dokument określa standard techniczny i redakcyjny ekspozycji partnerskiej oraz zakres decyzji pozostających po stronie partnera i rejestr dawcow.pl.

1. Cel i charakter ekspozycji

Ekspozycja partnerska rejestr dawcow.pl służy prezentowaniu partnerów, ich działalności, produktów, usług, inicjatyw i ofert kierowanych do użytkowników Platformy. Komunikat jest prezentowany w dedykowanym boxie partnerskim, który pozostaje integralnym elementem interfejsu rejestr dawcow.pl.

Partner określa treść komunikatu, przekazuje materiały identyfikacyjne, adresy docelowe oraz preferencje dotyczące emisji. rejestr dawcow.pl odpowiada za finalną kompozycję, czytelność, dostępność, zgodność z charakterem strony oraz równowagę ekspozycji wszystkich partnerów.

2. Położenie boxa

Standardowym miejscem ekspozycji jest lewa strona ekranu, z pionowym wyśrodkowaniem boxa względem okna przeglądarki. System umożliwia także emisję po prawej stronie. Wybór strony nie jest jednak parametrem zamawianym ani gwarantowanym partnerowi.

Ostateczne położenie ustala rejestr dawcow.pl, biorąc pod uwagę konstrukcję strony, widoczność treści podstawowej, urządzenie użytkownika, inne aktywne kampanie, dostępność interfejsu i spójność wizualną. Lewa i prawa strona nie stanowią odrębnych wariantów oferty ani poziomów ekspozycji.

3. Wielkość i proporcje

Rozmiar boxa jest dobierany przez rejestr dawcow.pl. Partner nie zamawia wariantu S, M, L ani XL. System technicznie pozwala stosować różne rozmiary dla różnych kampanii, ale parametr ten pozostaje po stronie operatora Platformy.

Takie rozwiązanie zapobiega konkurowaniu partnerów wielkością powierzchni oraz pozwala utrzymać spójny rytm strony. Wysokość boxa wynika z ilości zaakceptowanej treści. W standardowym wariantie kompaktowym szerokość wynosi około 330 px, a box nie otrzymuje sztucznej minimalnej wysokości.

4. Konstrukcja treści

Treść powinna być krótka i projektowana z myślą o szybkim odczycie. Limity znaków są wartościami orientacyjnymi, ponieważ rzeczywista szerokość tekstu zależy od użytych liter, kroju pisma i urządzenia. Ostateczne łamanie wierszy należy do rejestr dawcow.pl.

Specyfikacja treści i elementów boxa

Element	Standard / zalecenie
Etykieta kampanii	1 linia, 2-5 słów, orientacyjnie do 35 znaków ze spacjami
Nagłówek główny	Maks. 2 linie, orientacyjnie 35-65 znaków łącznie
Opis główny	Maks. 3 krótkie linie, orientacyjnie do 140 znaków
Lista korzyści	Maks. 3 pozycje, każda najlepiej do 45 znaków
CTA	1 linia, 2-4 słowa, orientacyjnie do 28 znaków
Kod QR	Standard kompaktowy: 96 × 96 px, wysoki kontrast i strefa ciszy
Podpis pod QR	1 linia, 3-7 słów, orientacyjnie do 45 znaków
Logo / grafika	Materiały wysokiej jakości; finalne skalowanie ustala rejestr dawcow.pl

5. Przycisk CTA

Box zawiera jeden podstawowy przycisk CTA. Tekst powinien mieścić się w jednym wierszu. Zalecane są 2 do 4 słów i maksymalnie około 28 znaków ze spacjami. Partner określa komunikat oraz adres docelowy, natomiast wielkość typografii, wysokość przycisku i jego finalne proporcje ustala rejestr dawcow.pl.

Jeżeli przekazany komunikat jest zbyt długi, jego skrócenie jest uzgadniane przed emisją.

6. Kod QR

Kod QR jest elementem funkcjonalnym i jego czytelność ma pierwszeństwo przed dekoracyjnością. W standardowym kompaktowym wariantcie boxa kod ma 96 × 96 px. Większe warianty techniczne mogą otrzymywać odpowiednio większy kod.

Kod powinien zachowywać wysoki kontrast, czytelną strefę ciszy oraz prawidłowe proporcje. Nie może być deformowany, rozciągany ani zasłaniany. Kolorystycznie może być dostosowywana

jego oprawa, podpis i elementy otoczenia, natomiast sam kod powinien pozostać w wariantcie zapewniającym niezawodne skanowanie.

7. Podpis pod kodem QR

Podpis pod QR jest elementem zmiennym. Powinien zajmować jeden wiersz, najlepiej 3 do 7 słów i orientacyjnie do 45 znaków ze spacjami. Przykład: „Zeskanuj i poznaj możliwości współpracy”.

Partner może zaproponować własny komunikat. rejestr dawcow.pl może skrócić lub redakcyjnie dostosować tekst po uzgodnieniu, jeżeli jest to konieczne dla zachowania jednej linii i proporcji boxa.

8. Identyfikacja wizualna

Partner może przekazać logo, podstawowy kolor marki, kolor uzupełniający, zdjęcie lub materiał graficzny oraz wytyczne identyfikacji wizualnej. Na tej podstawie przygotowywany jest wariant zgodny z marką partnera, ale pozostający częścią systemu wizualnego rejestr dawcow.pl.

Zmienne mogą być między innymi kolor akcentu, CTA, oprawa QR, elementy dekoracyjne i charakter ramki. Partner może wskazać preferowany kierunek, np. minimalistyczny, neutralny lub mocniej zaakcentowany. Finalny rodzaj ramki, jej grubość, promień narożników, odstępy i pozostałe parametry produkcyjne ustala rejestr dawcow.pl.

9. Miejsca emisji

Ekspozycja partnerska jest realizowana wyłącznie na wybranych stronach i w wybranych obszarach Platformy rejestr dawcow.pl, które zostały dopuszczone do komunikacji partnerskiej. Zakres miejsc dostępnych dla konkretnej kampanii nie jest określany automatycznie ani jednakowo dla wszystkich partnerów.

Na etapie przygotowania kampanii rejestr dawcow.pl przedstawia partnerowi proponowany zakres emisji, czyli wykaz stron i obszarów Platformy, na których dany komunikat może być prezentowany. Partner może następnie wskazać swoje preferencje oraz miejsca, których nie chce obejmować kampanią. Ostateczny zakres emisji jest uzgadniany przed uruchomieniem kampanii.

Nie każda kampania może być emitowana we wszystkich miejscach technicznie dostępnych w systemie. Dopuszczenie kampanii do określonej strony zależy między innymi od jej treści, przedmiotu promocji, profilu partnera, zgodności tematycznej oraz kontekstu materiałów publikowanych w danym obszarze. rejestr dawcow.pl może ograniczyć zakres emisji, jeżeli obecność komunikatu partnerskiego mogłaby zaburzać właściwy kontekst, neutralność, czytelność albo komfort odbioru treści przez użytkownika.

Przed rozpoczęciem emisji partner otrzymuje więc konkretną informację o miejscach dostępnych dla danej kampanii. Takie rozwiązanie pozwala dopasować ekspozycję do

rzeczywistego charakteru komunikatu, zamiast stosować jeden niezmienny katalog miejsc dla wszystkich kampanii.

10. Zakres wyboru partnera

Partner otrzymuje swobodę w zakresie treści i preferencji kampanii, ale nie przejmuje kontroli nad parametrami produkcyjnymi boxa. Pozwala to zachować spójny standard ekspozycji i równe warunki prezentacji wielu partnerów.

11. Zasada odpowiedzialności za finalną ekspozycję

Partner określa treść komunikatu, materiały identyfikacyjne, adresy docelowe oraz preferencje dotyczące miejsc emisji. rejestr dawcow.pl zachowuje odpowiedzialność za ostateczny rozmiar boxa, jego położenie, typografię, sposób łamania tekstu, konstrukcję kodu QR, oprawę graficzną oraz dostosowanie ekspozycji do urządzenia i charakteru strony.

Zmiany te służą zachowaniu czytelności, dostępności, spójności Platformy oraz równych warunków ekspozycji partnerów.

Podział odpowiedzialności

Partner określa	rejestr dawcow.pl ustala
treść i przekaz kampanii	położenie po lewej lub prawej stronie
CTA i adres docelowy	finalny rozmiar i proporcje boxa
adres docelowy kodu QR	typografię i łamanie tekstu
logo, kolory marki i materiały	finalną oprawę, ramkę i odstępy
preferowane miejsca emisji	ostateczny zakres i kontekst emisji
miejsca, których chce uniknąć	parametry techniczne kodu QR

BRIEF KAMPAII PARTNERSKIEJ

Krótką kartą materiałową do przygotowania kampanii. Wypełnienie briefu nie oznacza wyboru parametrów technicznych boxa. Finalny sposób prezentacji zatwierdza rejestr dawcow.pl.

Pole	Materiał / odpowiedź partnera	Wskazówka
Nazwa partnera / marki		
Nazwa kampanii		
Osoba kontaktowa		
E-mail / telefon roboczy		
Planowany okres emisji		
Etykieta kampanii		2-5 słów
Nagłówek główny		maks. 2 linie
Opis główny		maks. 3 krótkie linie
Korzyść 1		
Korzyść 2		
Korzyść 3		
Tekst CTA		2-4 słowa
Adres docelowy CTA		
Adres docelowy QR		
Podpis pod QR		3-7 słów
Podstawowy kolor marki		HEX / RGB, jeśli znany

Kolor uzupełniający		opcjonalnie
Logo / grafika		załącznik
Preferowane strony emisji		wskazywane po otrzymaniu proponowanego zakresu emisji od rejestrdawcow.pl
Strony wyłączone z emisji		partner może wskazać miejsca, których nie chce obejmować kampanią
Uwagi dotyczące identyfikacji wizualnej		
Proponowany zakres emisji		uzupełnia rejestrdawcow.pl przed uzgodnieniem kampanii

Materiały graficzne: logo najlepiej w formacie wektorowym SVG/PDF lub PNG z przezroczystością; zdjęcia i grafiki w możliwie wysokiej rozdzielczości.

Akceptacja: przed uruchomieniem emisji partner otrzymuje finalny wariant komunikatu do akceptacji treści i poprawności materiałów. Parametry techniczne i miejsce położenia pozostają po stronie rejestrdawcow.pl.