

Zasady przygotowania Artykułu sponsorowanego

Artykuł sponsorowany to specyficzna forma reklamy, która udaje, że reklamą nie jest.

Dobry artykuł sponsorowany powinien wyglądać jak tekst dziennikarski, ale może promować w subtelny sposób, dany produkt lub biznes. Czytelnik nie powinien bardzo czuć, że ma do czynienia z reklamą. Przez to, że czyta artykuł, wśród codziennych tekstów redakcyjnych, powinien odnieść wrażenie, że jest to materiał obiektywny, a przez to budzący zaufanie w większym stopniu niż tradycyjne formy reklamy.

Dlatego:

- Napisz artykuł sponsorowany tak, jak zwykły artykuł dziennikarski,
- Napisz go w taki sposób, by czytelnik nie odczuł, że to artykuł sponsorowany. Nie używaj wyrazów i sformułowań mocno nacechowanych emocjonalnie. Pisz stylem charakterystycznym dla obiektywnego tekstu/relacji dziennikarskiej,
- Bądź bezstronny,

Wybierz wątek przewodni artykułu, np.:

- prezentacja jakiejś usługi,
- prezentacja jakiegoś towaru,
- prezentacja firmy w ogóle,
- prezentacja nowości lub promocji w firmie,
- przedstawienie ciekawostek związanych z firmą,
- przedstawienie możliwych opcji przy wyborze produktu,

Najlepiej odbierane są artykuły sponsorowane w formie:

- recepty na rozwiązanie jakiegoś problemu,
- wywiadu ze specjalistą,
- napisany z punktu widzenia przeciętnego użytkownika produktu lub odbiorcy usługi

**Artykuł nie może mieć formy
typowej reklamy czy ogłoszenia**

**Powinien być to tekst, który każdy chętnie
przeczyta i wyniesie z niego jakąś wiedzę,
informację, nie tylko o danej marce.**

Co możesz umieścić w artykule, a czego nie:

- Nie używaj sformułowań takich jak: „zachęcamy do korzystania z usług firmy”, „niezwykła oferta”, „oferta spełnia oczekiwania wszystkich klientów”, „Wygoda i zadowolenie klienta to absolutny priorytet”, „chcących wyjść naprzeciw oczekiwaniom”, „serdecznie zaprasza”, „uprzejmie zachęcamy”, itp.;
- Nie stosuj zwrotów typu „oferujemy / oferuje”, „zapraszamy / zaprasza”;
- Nie umieszczaj w artykule podziękowań czy życzeń;
- Nie stosuj nieuzasadnionych przechwałek (niedozwolone jest np. pisanie „największy sklep w regionie” jeśli w rzeczywistości działają większe sklepy);
- Unikaj nadmiernego eksponowania nazwy firmy - natłok komunikatów reklamowych na pewno zniechęci czytelnika do przeczytania kolejnego akapitu;
- Artykuł napisz bezosobowo, bez używania formy pierwszej osoby (np. „zachęcam”, „otwieramy”). Wyjątek od tej reguły stanowi artykuł w formie wywiadu.
- W treści artykułu nie podawaj adresów, numerów telefonów, informacji o godzinach otwarcia, itp. - te informacje powinny znaleźć się na stronie do której kieruje link w treści artykułu. Jeśli nie ma linku możesz je podać wyłącznie na końcu artykułu;
- Artykuł może być opublikowany tylko jeden raz. W przypadku chęci ponownej publikacji, co najmniej 70% treści musi być różna od tej z artykułu wyemitowanego po raz pierwszy;
- Artykuł nie może być wcześniej publikowany w innym medium. Taki artykuł nie zostanie przyjęty do publikacji.

Styl

- **Artykuł napisz poprawnie pod względem gramatycznym i stylistycznym** - poprawiamy błędy w wypowiedziach, bądź materiałach nadesłanych przez klienta. Poprawność językowa jest naszym priorytetem;
- Przekazuj rzetelne i prawdziwe informacje;
- Nie nadużywaj specjalistycznej terminologii (jeśli jest to konieczne - wyjaśnij znaczenie trudnych i specjalistycznych słów);
- Artykuł napisz jasno i klarownie, używaj zwięzłych, krótkich zdań;
- Główna zawartość artykułu powinna mieć formę tekstu ciągłego ew. przemieszanego z wypunktowaniami.

Wypowiedzi

- Jeśli to możliwe, w treść artykułu wpleć wypowiedzi - dzięki nim tekst jest żywy i atrakcyjniejszy dla czytelnika;
- Wypowiedzi podpisz imieniem i nazwiskiem oraz stanowiskiem/funkcją jaką dana osoba pełni (np. *Anna Kowalska, ekspert w dziedzinie odnawialnych źródeł energii*);
- Przed imieniem i nazwiskiem nie używaj Pan/Pani;
- Jeśli wypowiada się np. naukowiec specjalizujący się w jakiejś dziedzinie, możesz dodać jego tytuł naukowy – „dr”, „prof.” (*nie dopisujemy mgr*);
- Wypowiedzi napisz od myślnika (nie w cudzysłowie).

Tytuł

- Długość tytułu to maksymalnie 80 znaków ze spacjami;
- Tytuł artykułu nie może od razu kojarzyć się z promocją, ale powinien zachęcać do kliknięcia w niego;

- Unikaj podawania nazwy firmy w tytule - wzbudza to większe zaufanie czytelników do tekstu i zwiększa jego czytelność (wyjątkiem jest jeśli to właśnie nazwa jest istotna i przyciąga).

Zasady techniczne

- Długość treści artykułu: 3600 - 5600 znaków;
- Artykuł rozpoczyna lead - jego maksymalna długość to 300 znaków ze spacjami;
- Artykuł powinien mieć co najmniej 1 śródtytuł;
- Śródtytuł powinien mieć minimum 2 słowa;
- Artykuł powinien być podzielony na akapity;
- Akapit powinien mieć minimalnie 6-wierszy;
- Artykuł może mieć jeden aktywny link odsyłający na dowolnie wybraną stronę.

**Każdy artykuł sponsorowany
jest oznaczony jako
[ARTYKUŁ SPONSOROWANY]**

Teksty napisane przez dziennikarza BiałystokOnline, mogą być również podpisane jego imieniem i nazwiskiem.

Zdjęcie

- Artykuł musi być zilustrowany jednym zdjęciem głównym (do którego prawa autorskie posiada klient lub BiałystokOnline, może być to zdjęcie stockowe z odpowiednią licencją);

- Na zdjęciu głównym nie mogą znajdować się napisy, znaki wodne i logo;
- Zdjęcie główne musi mieć orientację poziomą;
- Minimalne wymiary zdjęcia to **1850x1230 px**;
- Zdjęcie główne musi być fotografią (nie może to być logo, grafika, plakat, materiał graficzny przypominający baner reklamowy, itp).

Prawa autorskie

- Klient nie ma prawa do opublikowania artykułu sponsorowanego napisanego przez redakcję BiałystokOnline w innym miejscu (zarówno w internecie, jak i w druku) bez opłacenia odpowiedniej licencji.
- Prawa autorskie dotyczące artykułu sponsorowanego napisanego przez redakcję BiałystokOnline przysługują BiałystokOnline Sp. z o.o. w pełnym zakresie.

Terminy

Gotowy artykuł sponsorowany musi być dostarczony do redakcji wraz ze zdjęciem minimum jeden dzień przed planowaną publikacją.

W przypadku, gdy nie spełni on wymogów opisanych w niniejszym dokumencie, zostanie odesłany do poprawy a termin jego publikacji zostanie przesunięty.

Sugerujemy przesyłanie artykułów odpowiednio wcześniej.