



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**Μελέτη χρήσης παιχνιδιών flash για
διαφημιστικούς σκοπούς**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Καράμπελα Χριστίνα, Α.Μ:421

Επιβλέπων: Παναγιωτάκης Κωνσταντίνος, Επίκουρος Καθηγητής

©
2012



TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE

SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING

**Study using flash games for advertising
purposes**

DIPLOMA THESIS

Student: Karabela Christina

Supervisor: Costas Panagiotakis , Assistant Professor

©
2012

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

Χριστίνα Καράμπελα

13/07/2012

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Διαφήμιση στο ίντερνετ είναι ένας κλάδος με τεράστια ανάπτυξη. Όλο και περισσότερες εταιρίες αυξάνουν το ποσοστό των χρημάτων που διαθέτουν για τη διαφήμιση των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους στο ίντερνετ. Οι λόγοι είναι προφανείς. Η χρήση του ίντερνετ από όλο και περισσότερους ανθρώπους, αναγκαστικά οδηγεί τις εταιρίες να ενδιαφέρονται για τη διαφήμιση τους στο ίντερνετ.

Μια από τις πιο πρωτοποριακές τεχνολογίες σχεδιασμού που χρησιμοποιούνται σήμερα στο διαδίκτυο είναι το Flash animation. Προσφέρει ένα συνδυασμό από οπτικά εφέ, την εικόνα και διανυσματικά γραφικά κινούμενα σχέδια με μικρό μέγεθος αρχείων, και ως εκ τούτου με την αποτελεσματική λήψη. Το Flash animation είναι επίσης ένας από τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους για να προσελκύσουν την προσοχή σε απευθείας σύνδεση. Έχει γίνει ένα δημοφιλές εργαλείο σχεδιασμού και μάρκετινγκ και ένας τρόπος για να μεταδώσουμε το μήνυμά της επιχείρησής σας. Επιτρέπει την προσθήκη μουσικής και κίνησης για το μήνυμά σας και να κάνετε την εμπειρία του χρήστη πιο διαδραστική.

Στην πτυχιακή αυτή θα γίνει αναφορά στις έννοιες του flash animation και του διαφημιστικού banner (flash banner) καθώς και στις δυνατότητες του λογισμικού Flash Professional 8. Παράλληλα, θα γίνει συσχετισμός του flash animation με την προώθηση και την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών, και θα γίνει ανάλυση των μεθόδων μέτρησης της αποτελεσματικότητας του flash banner. Θα ακολουθήσουν δύο μελέτες περίπτωσης που αξιολογούν τον παράγοντα «ταχύτητα» και το βαθμό χρήσης του animation στα διαφημιστικά banner. Τέλος, θα μελετηθεί η εφαρμογή του flash animation στην ανθρώπινη κίνηση.

Λέξεις Κλειδιά : Διαφήμιση στο Ίντερνετ, banner, animation, μάρκετινγκ, Flash.

ABSTRACT

Advertising on the Internet is an industry with tremendous growth. More and more companies are increasing the percentage of money allocated for advertising of products or services on the internet. The reasons are obvious. The use of the Internet more and more people, necessarily leads to companies interested in advertising on the Internet.

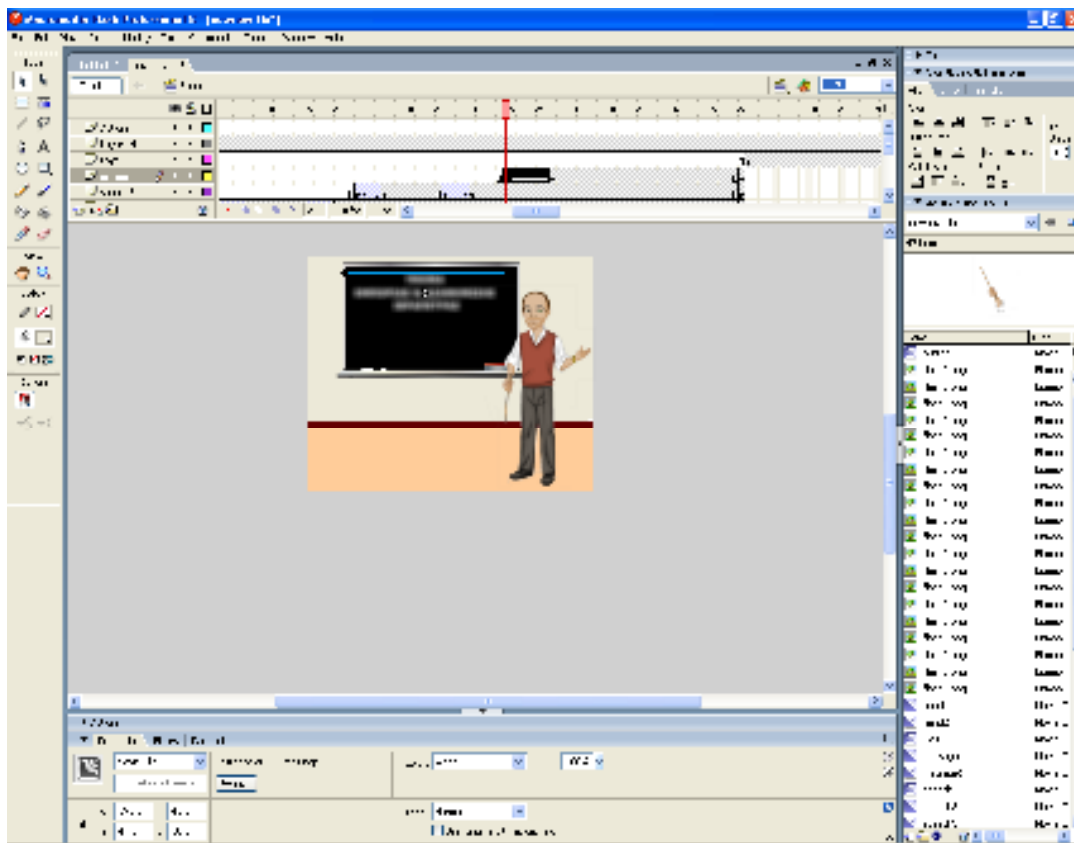
One of the most innovative design technologies currently used on the Internet is the Flash animation. It offers a combination of visual effects, image and vector graphic animation with low file size, and hence the effective decision. The Flash animation is also one of the most effective ways to attract attention online. It has become a popular tool for planning and marketing and a way to convey the message of your business. Allows the addition of music and movement for your message and make the user experience more interactive.

In this thesis will refer to the concepts and flash animation advertising banner (flash banner) and the capabilities of Flash Professional 8. It will make the flash animation association with the promotion and selling products and services, and will analyze methods of measurement effectiveness of the flash banner. There will be two case studies evaluate the factor "speed" and the degree of use of animation in advertising banner. Finally, we will study the application of flash animation in human motion.

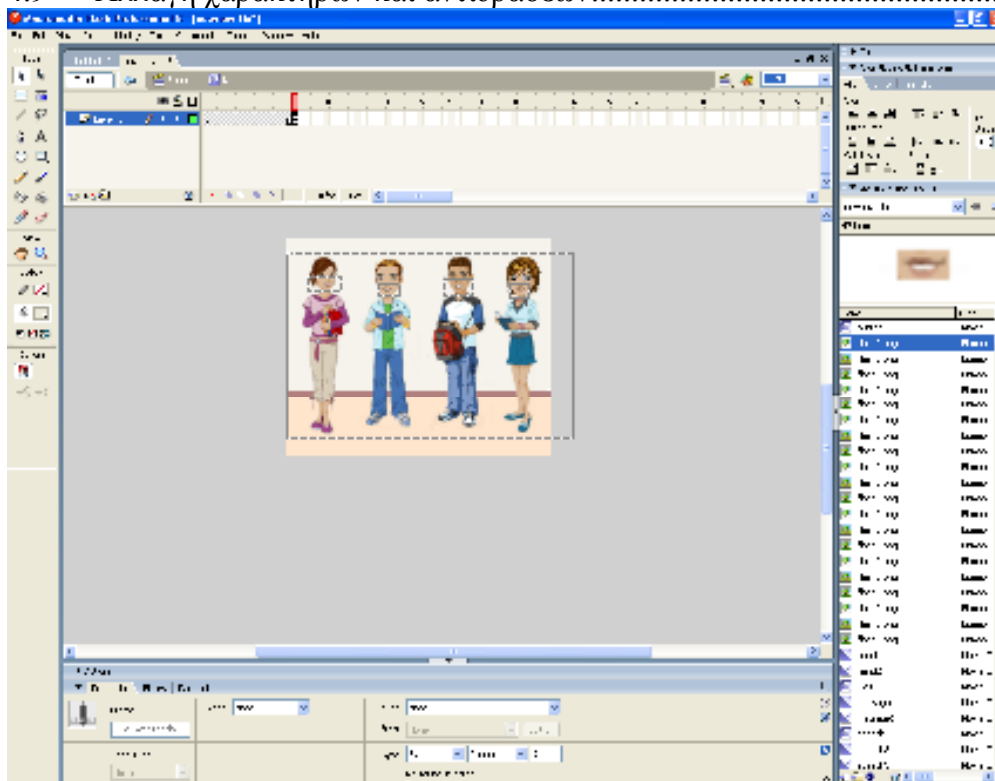
Key Words: Advertising on the Internet, banner, animation, marketing, Flash.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	iv
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	1-4
Ηλεκτρονική Διαφήμιση στο Internet.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
1.1 Λόγοι Διαφήμισης στο Internet	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
1.2 Τρόποι διαφήμισης στο Internet	2-4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	5-8
Flash animation και Διαφήμιση.....	5
2.1 Flash animation στη διαφήμιση	5
2.2 Ο σκοπος του flash banner στη διαφήμιση και η σωστή διαχείρισή του.....	5-7
2.3 Τα οφέλη του animation στη διαφήμιση.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	9-16
Adobe Flash.....	9
3.1 Γενικά.....	9
3.2 Flash animation.....	9-10
3.3 Flash Websites	11-12
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	v
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	5
Flash animation και Διαφήμιση	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	9
Adobe Flash	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	17
Υλοποίηση Flash Banner	17
4.3 Εισαγωγή αρχείων από Photoshop	19
4.4 Σχεδιασμός φόντου	20
4.5 Εισαγωγή μελών χαρακτήρων	21
4.6 Μηνύματα χαρακτήρων	29
4.7 Αλλαγή Σκηνής και χαρακτήρων.....	32
4.8 Μήνυμα στον πίνακα	36



4.9 Αλλαγή χαρακτήρων και αντιδράσεων.....38



4.10 Ιδιότητα Roll Over με το ποντίκι.....40

4.11 Χαρακτήρες και κομμάτια της ιστορίας43



.....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	45
Συμπεράσματα Έρευνας	45
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	46
ΕΛΛΗΝΙΚΗ:	46
ΠΗΓΗ ΑΠΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ:	46

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ολοκληρώνοντας την παρούσα πτυχιακή εργασία θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέπων καθηγητή μου κ. Παναγιωτάκη Κωνσταντίνο για την καθοδήγηση του και την στήριξη που μου πρόσφερε. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς και φίλους μου, οι οποίοι με στήριξαν στην προσπάθεια μου για την περάτωση της εργασίας αυτής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Ηλεκτρονική Διαφήμιση στο Internet

Η διαφήμιση στο διαδίκτυο είναι ένα είδος διαφήμισης που βρίσκετε σε συνεχή άνοδο και κερδίζει συνεχώς πολλούς και φανατικούς οπαδούς, παρακάτω σας προτείνουμε λόγους αποδοτικής διαφήμισης στο internet αλλά και ιδέες που επιβάλλεται να περιέχουν εκείνα τα στοιχεία που πρέπει να έχει μια ολοκληρωμένη καμπάνια. (touchsuccess.gr/advertising/internet-advertising.html, Ηλεκτρονική Διαφήμιση στο Internet)

1.1 Λόγοι Διαφήμισης στο Internet

- Οι διαφημίσεις μπορούν να ανανεωθούν ανά πάσα στιγμή με μηδαμινό κόστος, έτσι ώστε να είναι πάντοτε επίκαιρες.
- Οι ιντερνετικές διαφημίσεις έχουν παγκόσμια εμβέλεια σε μεγάλους αριθμούς δυνητικών αγοραστών.
- Το κόστος τους είναι πολύ μικρότερο σε σχέση με τις διαφημίσεις στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο στα έντυπα κλπ.
- Συνδυάζουν τη χρήση κειμένου, γραφικών, ήχου και κίνησης.
- Η χρήση του Internet εξαπλώνεται ραγδαία.
- Επιτρέπουν την αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ διαφημιζομένου και πελάτη και στοχεύουν σε άτομα με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα.

(touchsuccess.gr/advertising/internet-advertising.html, 6 Λόγοι Διαφήμισης στο Internet)

1.2 Τρόποι διαφήμισης στο Internet



Εικόνα 1.1 Τρόποι διαφήμισης στο Internet

Τρεις από τους βασικούς τρόπους (χρέωσης) διαφήμισης στο internet όπως βλέπουμε στην Εικόνα 1.1, είναι το CPC, το CPM και το CPA.

Τι είναι το CPC : Το CPC προκύπτει από το Cost Per Click. Χρεώνει δηλαδή τον διαφημιζόμενο για κάθε ένα κλικ που γίνεται στην διαφήμισή του, ανεξάρτητα από το πόσες φορές θα προβληθεί η διαφήμιση (views).

Τι είναι το CPM : Το CPM προκύπτει από το Cost Per Mille (mille στα λατινικά σημαίνει χίλια). Δηλαδή ο διαφημιζόμενος χρεώνεται ανά χίλιες προβολές (views) της διαφήμισης του, ανεξάρτητα από τα κλικ που θα γίνονται στην διαφήμιση.

Η μέθοδος που είναι κατάλληλη για κάθε διαφήμιση, είναι διαφορετική. Ένα απλό ποσοτικό παράδειγμα μπορείτε να δείτε παρακάτω:

Έστω CPC 0,08 ευρώ

Έστω CPM 5 ευρώ

Αν μια διαφήμιση σε 1000 προβολές δεχθεί 100 κλικ, τότε με την πρώτη μέθοδο (CPC) ο διαφημιζόμενος θα πληρώσει $100 \times 0,08 = 8$ ευρώ ενώ με την δεύτερη μέθοδο (CPM) θα πληρώσει 5 ευρώ.

Αντίθετα, αν μια διαφήμιση σε 1000 προβολές δεχθεί 50 κλικ, τότε με την πρώτη μέθοδο (CPC) ο διαφημιζόμενος θα πληρώσει $50 \times 0,08 = 4$ ευρώ ενώ με την δεύτερη μέθοδο (CPM) θα πληρώσει 5 ευρώ.

Έτσι, είναι στην κρίση του διαφημιστή, να επιλέξει την κατάλληλη μέθοδο ή συνδυασμό μεθόδων, ανάλογα με την κάθε περίπτωση, προκειμένου να έχει την καλύτερη δυνατή **απόδοση** της διαφήμισης με το χαμηλότερο δυνατό **κόστος** προκειμένου να πετύχει μεγαλύτερο **ROI** (Return On Investment).

Το **click through rate**, εν συντομία CTR, είναι ένας τρόπος μέτρησης της επιτυχίας της διαδικτυακής σας διαφημιστικής καμπάνιας. Το CTR είναι ο αριθμός που προκύπτει εάν διαιρέσουμε τον αριθμό των χρηστών που έκαναν click πάνω σε μία διαφήμιση με τον αριθμό των προβολών αυτής της διαφήμισης (*impressions*). Εάν δηλαδή μια διαφήμιση προβληθεί 100 φορές και ένας μόνο χρήστης κάνει click επάνω της, τότε το click-through-rate θα είναι ένα τοις εκατό (1%).

Εάν αυξήσουμε το CTR τότε θα μειώσουμε αυτόματα και το κόστος της διαφημιστικής μας καμπάνιας, εξοικονομώντας με αυτόν τον τρόπο χρήματα που μπορούμε να διαθέσουμε για κάποιον άλλο σκοπό ή επένδυση. Όσοι από σας χρησιμοποιείτε .gr domain names τότε για το Google το site σας στοχεύει στην Ελληνική αγορά. Από την άλλη πλευρά, όσοι χρησιμοποιείτε domains με κατάληξη .com .net .info κτλ έχετε τη δυνατότητα της επιλογής του προτιμώμενου τομέα στόχευσης. (vdimitris.gr, CPC και CPM διαφήμιση στο internet)

Τι είναι το CPA : Κόστος ανά ενέργεια, ή της CPA (μερικές φορές γνωστή ως πληρωμή ανά ενέργεια). είναι μια διαδικτυακή διαφήμιση μοντέλο τιμολόγησης, όπου ο διαφημιζόμενος πληρώνει για κάθε συγκεκριμένη δράση (μια αγορά, μια υποβολή φόρμας, και ούτω καθεξής) που συνδέονται με τη διαφήμιση. Οι διαφημιστές θεωρούν CPA είναι ο βέλτιστος τρόπος για να κάνετε online διαφήμιση, καθώς ο διαφημιζόμενος πληρώνει μόνο για τη διαφήμιση όταν η επιθυμητή δράση έχει συμβεί. Η ενέργεια που θέλετε να εκτελεστεί καθορίζεται από το διαφημιστή. Ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί προσφέρουν επίσης μερικές φορές απούλητο κατάλογο με βάση το κόστος ανά δράση, αλλά αυτή η μορφή διαφήμισης είναι πιο συχνά και αναφέρεται ως "ανά έρευνα."

Η CPA μπορεί να καθορίζεται από διάφορους παράγοντες, ανάλογα με το πού γίνεται η online διαφήμιση ,που αγοράζονται. CPA ως "κόστος ανά εξαγορά" Κόστος ανά εξαγορά

(CPA) υπολογίζεται ως εξής: Κόστος της καμπάνιας / [αριθμό των προβολών CTR x CR].
Παράδειγμα: ένας διαφημιζόμενος πληρώνει ένα CPM των \$ 10. Για 20.000 προβολές ο διαφημιζόμενος έχει το 5 τοις εκατό click-through rate (CTR) για την σελίδα προορισμού. Το 30 τοις εκατό αυτού του 5 τοις εκατό πηγαίνει στους πελάτες (CR). Ο υπολογισμός είναι: $(\$ 10,00 * 20.000 \text{ Προβολές} / 1000) / (20.000 * 0,05 * 0,30) = \$ 0,67$. Δηλαδή, το κόστος ανά εξαγορά είναι \$ 0,67. Τα ακόλουθα είναι κοινές παραλλαγές της CPA: CPL (cost per lead) διαφήμιση είναι πανομοιότυπη με τη διαφήμιση CPA και βασίζεται στο χρήστη στη συμπλήρωση ενός εντύπου, εγγραφή για ένα ενημερωτικό δελτίο ή κάποια άλλη ενέργεια που αισθάνεται ο έμπορος ότι θα οδηγήσει σε μια πώληση. Και η CPS (κόστος ανά πώληση), PPS (Pay Per Sale), ή CPO (Κόστος ανά παραγγελία) διαφήμιση βασίζεται κάθε φορά που μια πώληση γίνεται. (revenuemodels.blogspot.gr, CPA – Cost Per Action,2012)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Flash animation και Διαφήμιση

2.1 Flash animation στη διαφήμιση

Το flash animation έχει πολλές λειτουργίες και χρήσεις. Ένα παράδειγμα: στον τομέα της εμπορικής διαφήμισης, χρησιμοποιείται για να προσελκύσει, να πείσει και να κερδίσει τους τηλεθεατές. Με την πάροδο των χρόνων το flash animation γίνεται το πιο δημοφιλές μέσο ψυχαγωγίας. Η πιο σημαντική χρήση του είναι στις νέες εμπορικές εφαρμογές. Οι εκπαιδευτικές, βιομηχανικές, ερευνητικές εφαρμογές, κυβέρνησης και διαφήμισης είναι ιδιαίτερα αξιόλογες.

Τέλος οι χρήστες αποκρίνονται ευνοϊκά στο προϊόν. Τα εξωτερικά όρια της τέχνης φαίνονται ωθημένα σε μια απέραντη και αδιανόητη κατάσταση. Οι πελάτες έχουν διαπιστώσει ότι μπορούν να βασίζονται στο δημιουργικό έλεγχο που προσφέρει το flash animation στο τελικό προϊόν.

Σημαντικό πλεονέκτημα του animation, είναι ότι παρά τη δημιουργία του σε ένα μόνο μέσο μπορεί να εισαχθεί σε ένα άλλο και να τροποποιηθεί χωρίς επιπρόσθετη χρήση ηθοποιών, συνόλων, κάμερες και το χρόνο που χρειάζεται για το στούντιο. Επιπλέον το flash animation έχει σημαντική επίδραση στο σχεδιασμό προϊόντων. Η χρήση ενισχυμένης ηλεκτρονικής γραφιστικής όπως επίσης και η χρήση του μοντέρνου ύφους του animation παρέχουν ένα ευρύτερο φάσμα δυνατοτήτων αφήγησης, το οποίο επιτρέπει στους καταναλωτές να συμμετέχουν οπτικά στις διαφημίσεις.

Ο σχεδιασμός του προϊόντος, μέσω της χρήσης του animation έχει ως στόχο τη δημιουργία ενός νέου τρόπου ζωής. Το animation και το σκίτσο είναι ιδανικά στο να παριστάνουν τον ανθρώπινο τρόπο ζωής περιγράφοντας μία ιστορία. Αυτού του είδους η απεικόνιση είναι δυναμική, εικονική και δραματική. Μέσα από την τέχνη του animation και του καρτούν μπορεί να βρεθεί μια καλύτερη παρουσίαση για την κατασκευή καινοτόμων προϊόντων, όπως και ανθρωπιστικοί λόγοι για την επέκταση του σχεδιασμού των προϊόντων, και να προβλεφθεί ο καλύτερος τρόπος διαφήμισης και προώθησής τους. (Susan Kay Moses - Animation ...Selling Beyond the Cels. Advertising & Marketing Review)

2.2 Ο στόχος του flash banner στη διαφήμιση και η σωστή διαχείρισή του

Ο στόχος του flash banner χωρίζεται σε δύο στόχους. Ο πρώτος και κυριότερος είναι να καταφέρει να πείσει τον επισκέπτη να κάνει κλικ πάνω στη διαφήμιση και να μεταβεί στην ιστοσελίδα του διαφημιζόμενου. Με αυτόν τον τρόπο το διαφημιστικό

Banner βοηθά στο γεγονός ότι ο διαφημιζόμενος θα κερδίσει έναν παραπάνω επισκέπτη στην ιστοσελίδα του. Αν ο επισκέπτης γίνει ταυτόχρονα και πελάτης της εταιρίας, θα θεωρηθεί μεγάλη επιτυχία. Ο δεύτερος στόχος των διαφημιστικών banner είναι ο εξής: ακόμα κι αν ο επισκέπτης δεν κάνει κλικ πάνω στην διαφήμιση, θα έχει έρθει τουλάχιστον σε οπτική επαφή με αυτήν. Το αποτέλεσμα είναι ότι του μένει σαν πληροφορία και ίσως κάποια άλλη φορά επιστρέψει να εξετάσει την ιστοσελίδα της εταιρίας. Ακόμα κι αν δεν παρατηρήσει πλήρως την διαφήμιση, σε γενικές γραμμές πληροφορείται σχετικά με αυτό που ο διαφημιστής προωθεί. (Flash Banners)

Τα διαφημιστικά banner βοηθούν την εταιρία να αναπτύξει ένα όνομα γύρω από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Ο λόγος είναι ότι οι πελάτες μπορεί να μην κάνουν κλικ πάνω στη διαφήμιση, αλλά και μόνο με την οπτική επαφή έχουν ήδη εξοικειωθεί με το όνομα, το λογότυπο, το μήνυμα, και την εικόνα της. Ενδείκνυται η σύγχρονη σχεδίαση και παρουσίαση του flash banner έτσι ώστε να ενθαρρύνει τον επισκέπτη να κάνει κλικ στη διαφήμιση. Με τον τρόπο αυτό, βελτιώνει την ανάπτυξης της επισκεψιμότητας της εταιρίας. (John Wiley - The Importance of Banner Advertising for Your Business)

Επίσης το εισόδημα μιας εταιρίας μπορεί να επηρεαστεί από το flash banner, και αυτό γιατί είναι ένα όργανο που δημιουργεί θετική εντύπωση και έχει διάρκεια. Ένα πολύ καλά σχεδιασμένο banner αποτυπώνεται στο μυαλό του πελάτη και αποτελεί πόλο έλξης μελλοντικών πελατών. Με ένα μόνο κλικ στο banner η εταιρία είναι πιθανό να αυξήσει την διαδικτυακή της κυκλοφορία μέσω του Παγκόσμιου Ιστού. Έχει τη δυνατότητα να συγκεντρώσει έναν αριθμό ενδεχόμενων πελατών προς τον οργανισμό και να μετατρέψει τις επισκέψεις των πελατών σε πωλήσεις των προϊόντων και των υπηρεσιών της. Με τον τρόπο αυτό αυξάνεται το εισόδημα της εταιρίας.

Με τον ανταγωνισμό που επικρατεί σήμερα στην διαδικτυακή αγορά, η διαφήμιση μέσω flash banner είναι ο πιο άμεσος τρόπος για την άμεση αύξηση των πωλήσεων που στο μέλλον θα αποδειχθεί κερδοφόρος για την επιχείρηση. Η κύρια χρήση του Flash Banner είναι να ενημερώνει τους ήδη υπάρχοντες και τους πιθανούς πελάτες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μιας εταιρίας. Ο τρόπος αυτής της διαφήμισης δεν διαφέρει από τον τρόπο που χρησιμοποιούν αρκετοί διαφημιστές. Ακόμη, στο flash banner, μπορούν να προστεθούν

περισσότερες σχετικές πληροφορίες για το προϊόν, αντίθετα με ένα στατικό διαφημιστικό banner. Με τον τρόπο αυτό η ζωντάνια της διαφήμισης, θα προσελκύσει τον πελάτη.

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να προωθήσουν μία νέα ιστοσελίδα, με σκοπό την αύξηση της επισκεψιμότητας της, μπορούν να εκμεταλλευτούν την χρήση διαφημιστικών banner καταχωρώντας τα σε άλλους ήδη δημοφιλείς ιστοχώρους με μεγάλη επισκεψιμότητα. Αυτός ο τρόπος κοστίζει λιγότερο σε σύγκριση με άλλες μορφές διαφήμισης. Επιπλέον, μπορεί να προσεγγίσει μεγαλύτερο και στοχευόμενο φάσμα πελατών, σε αντίθεση με τις αφίσες, την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο. Παρέχει επίσης στον επισκέπτη την δυνατότητα να μπορεί να επισκεφθεί άμεσα την ιστοσελίδα της εταιρίας και να πληροφορηθεί εκτενέστερα γι' αυτήν και τις υπηρεσίες της. (John Wiley - The Importance of Banner Advertising for Your Business)

Η ουσία του flash είναι να περάσει το μήνυμα μέσω των γραφικών στοιχείων αντί του κειμένου, δεδομένου ότι το κείμενο απαιτεί την προσοχή του επισκέπτη – αναγνώστη στο να διαβάσει ή να εξετάσει το διαφημιστικό μήνυμα, πράγμα που το καθιστά κουραστικό. Τα χρώματα και οι εικόνες δίνουν μια πιο ζωντανή νότα στην προώθηση και έτσι οι επισκέπτες θα δώσουν μεγαλύτερη προσοχή και θα δείξουν ενδιαφέρον ώστε να μάθουν περισσότερα για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διαφημίζονται. Ενδεχομένως, εάν συμβαίνει αυτό, είναι φυσικό ο όγκος πωλήσεων των προϊόντων να φτάσει σε καλό επίπεδο και έτσι το εισόδημα της επιχείρησης να αυξηθεί αναλόγως.

Ένα άλλο σημαντικό κομμάτι της διαφήμισης είναι η σωστή διαχείριση του flash banner. Εάν μία επιχείρηση βασίζεται αποκλειστικά στη διαφήμιση μέσω banner, για να αυξήσει την επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της, θα ήταν καλό να λάβει υπόψη της τα παρακάτω στοιχεία:

- Την καταχώρηση του banner σε ιστότοπους σχετικού περιεχόμενου με τον διαφημιζόμενο.
- Ένα προϊόν, ένα banner. Καλό θα είναι να αποφεύγεται η διαφήμιση περισσότερων από ένα προϊόντων στο ίδιο banner διότι προκαλεί σύγχυση.
- Θα ήταν προτιμότερο ο σύνδεσμος του banner να κατευθύνει τον επισκέπτη στην σελίδα με το αντίστοιχο διαφημιστικό περιεχόμενο και όχι απαραίτητα στην κεντρική σελίδα της εταιρίας.
- Η σωστή τοποθέτηση του banner είναι στην κορυφή της σελίδας και όχι στο τέλος.
- Σημαντικό είναι να δίνεται βάση στο animation και να μην υπερισχύει το κείμενο.
- Το banner πρέπει να έχει καλή παρουσία και να είναι καλά σχεδιασμένο στις σωστές αναλογίες ώστε να δημιουργεί θετική εντύπωση, κατά τη διάρκεια φόρτωσης της ιστοσελίδας, πριν προλάβει να την κλείσει ο επισκέπτης. (Raghuseo1 - Banner Ad,2009)

2.3 Τα οφέλη του animation στη διαφήμιση

Τα οφέλη που προσφέρει το flash animation στη διαφήμιση είναι τα εξής:

- Επιδεικνύει τον τρόπο λειτουργίας του προϊόντος χωρίς να χρειάζεται ζωντανή αναπαράσταση.
- Δημιουργεί μια αριστοκρατική αίσθηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας.
- Κάνει το προϊόν ή την υπηρεσία πιο ελκυστική, με πιο δυναμική εμφάνιση, και ενισχύει την αντίληψη τιμολόγησής του.
- Δίνει σε ένα μονότονο σύστημα μία οπτική ώθηση μέσω των συναρπαστικών γραφικών και κινούμενων σχεδίων.
- Δραματοποιεί τις βαρετές πληροφορίες και τα δεδομένα.
- Παρουσιάζει το προϊόν με αιχμή και αναδεικνύει την εξέλιξη της τεχνολογίας.
- Δημιουργεί κάτι που δεν μπορεί ποτέ να επιτευχθεί μέσω ζωντανών λήψεων (Media-freaks.com - 8 Reasons Why You Should Use an Animated TV Commercial)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Adobe Flash

3.1 Γενικά



Το Adobe Flash είναι μια πλατφόρμα πολυμέσων που χρησιμοποιείται για την προσθήκη animation, video και διαδραστικότητας σε ιστοσελίδες. Χρησιμοποιείται επίσης το Flash για την δημιουργία διαφημίσεων αλλά και για την δημιουργία παιχνιδιών.

Το Flash εκμεταλλεύεται vectors και raster graphics προσφέροντας την δυνατότητα για την δημιουργία animation σε κείμενα, σε σχέδια αλλά και σε εικόνες. Επιπρόσθετα το Flash μπορεί να παίρνει εισόδους από το ποντίκι, το πληκτρολόγιο, το μικρόφωνο αλλά και από camera.

Στο Flash περιέχεται η αντικειμενοστραφής γλώσσα προγραμματισμού η Action-script. 5 Τα διάφορα πολυμέσα που παράγονται από το Adobe Flash μπορούν να εμφανιστούν σε πολλαπλά συστήματα υπολογιστών και συσκευές που χρησιμοποιούν το Adobe Flash Player. Επίσης για κινητά τηλέφωνα και μερικές άλλες ηλεκτρονικές συσκευές τα πολυμέσα εμφανίζονται με τη χρήση του Flash Lite.

Τα αρχεία του Flash είναι της μορφής SWF (Shockwave Flash) και ονομάζονται από τους χρήστες ως "Flash movies" ή ως "Flash applications". Τα αρχεία της μορφής αυτής μπορούν είτε να χρησιμοποιηθούν ενσωματωμένα σε μια ιστοσελίδα είτε να αναπαραχθούν από μόνα τους. Επιπρόσθετα μπορούμε να συναντήσουμε στο Flash τα αρχεία Flash Video (flv) τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν μέσα στα διάφορα αρχεία .swf όπως επίσης και σε διάφορα άλλα προγράμματα αναπαραγωγής video τα οποία μπορούν να το υποστηρίξουν με τις κατάλληλες ρυθμίσεις όπως το VLC και το Windows Media Player. (Wikipedia, Adobe Flash)

3.2 Flash animation

Το Flash animation ή Flash cartoon είναι μια ταινία κινουμένων σχεδίων η οποία δημιουργείται συνήθως με το Adobe Flash ή κάποιο άλλο παρόμοιο λογισμικό και είναι της μορφής .swf. Με τον όρο Flash animation δεν αναφερόμαστε μόνο στον τύπο του αρχείου αλλά αναφερόμαστε και σε ένα συγκεκριμένο είδος κίνησης και σε ένα οπτικό στυλ που από μερικούς ειδικούς θεωρείται πολύ απλοϊκό έως άξεστο. Όμως παρά τις κριτικές το Flash

animation διαπρέπει αφού χρησιμοποιείται για πάρα πολλές τηλεοπτικές σειρές και αναρίθμητες τηλεοπτικές διαφημίσεις.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 οι χρήστες του διαδικτύου δεν είχαν την πολυτέλεια των υψηλών ταχυτήτων που έχουμε στις μέρες μας. Έτσι οι σχεδιαστές των Flash animation χρησιμοποιούσαν τεχνικές όπως το limited animation(1) ή cutout animation(2) για να δημιουργήσουν τα κινούμενα σχέδια τα οποία θα εμφανίζονταν στο διαδίκτυο μειώνοντας έτσι τις ανάγκες τους σε bandwidth προσφέροντας όμως ήχο και animation.

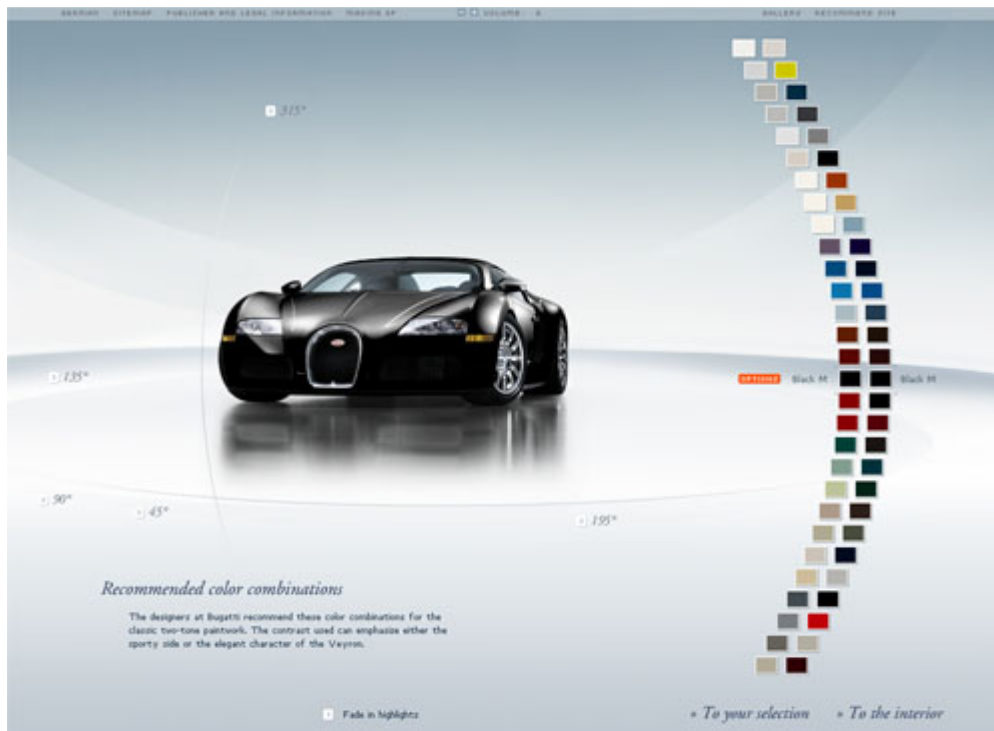
Με αυτόν τρόπο ξεκίνησε και η δημιουργία διαφόρων σειρών κινουμένων σχεδίων των οποίων η διανομή και προβολή γίνονται αποκλειστικά στο διαδίκτυο. Τα κινούμενα αυτά σχέδια ονομάζονται πλέον Internet cartoons ή online cartoons.

Η δημιουργία Flash animation είναι αρκετά εύκολη και φθηνότερη σε σύγκριση με τις παραδοσιακές τεχνικές δημιουργίας animation, χρειάζεται λιγότερο χρόνο και η δεξιότητα για την δημιουργία αυτών των κινουμένων σχεδίων εξαρτάται από την πολυπλοκότητα του animation που θέλει να δημιουργήσει ο χρήστης του συγκεκριμένου λογισμικού. Πλέον το Flash χρησιμοποιείται για την δημιουργία κινουμένων σχεδίων και από μεγάλες εταιρείες παραγωγής animation όπως η Disney αφού παρέχει στους σχεδιαστές πολλές ευκολίες ως λογισμικό όπως την δυνατότητα να οργανώσουν καλύτερα το υλικό τους(χαρακτήρες, σκηνές). (Wikipedia, Flash animation)

1 Limited animation είναι μια διαδικασία για την παραγωγή κινουμένων σχεδίων όπου δεν σχεδιάζεται κάθε φορά όλο το frame αλλά επαναχρησιμοποιούνται κομμάτια από άλλα frames.

2 Cutout animation είναι μια τεχνική για την παραγωγή animation με τη χρήση επίπεδων χαρακτήρων και φόντου από χαρτί κυρίως και φωτογραφίες.

3.3 Flash Websites



Εικόνα 3.1 Δείγμα από Flash Website

Το Flash είναι ένα εργαλείο το οποίο επιτρέπει σε σχεδιαστές και προγραμματιστές να αναπτύξουν καταπληκτικές ιστοσελίδες, όπως βλέπουμε στην Εικόνα 3.1. Όμως δεν είναι και το πιο εύκολο να διαχειριστείς μια Flash ιστοσελίδα. Η δημιουργία όμως μιας Flash ιστοσελίδας έχει τα θετικά και τα αρνητικά της.

Θετικά:

- Το Flash είναι ένα εκπληκτικό εργαλείο για την δημιουργία animation είτε με την χρήση tweens είτε με την frame-by-frame σχεδίαση του κινούμενου σχεδίου.
- Στις τελευταίες του εκδόσεις προσφέρει στο χρήστη του λογισμικού την δυνατότητα να δουλέψει με 3D. Συγκεκριμένα επιτρέπει στο χρήστη να μετακινεί αντικείμενα σε τρισδιάστατο χώρο. Υπάρχουν βιβλιοθήκες οι οποίες βοηθούν το προγραμματιστή να δημιουργήσουν εκπληκτικά 3D γραφικά.
- Με το Flash δεν είναι καθόλου δύσκολο να έχεις πρόσβαση στην κάμερα και το μικρόφωνο του υπολογιστή. Ίσως μάλιστα με το Flash να είναι η ευκολότερη πρόσβαση από οποιαδήποτε άλλο λογισμικό ανάπτυξης ιστοσελίδων.
- Πολλές φορές οι προγραμματιστές ιστοσελίδων έχουν πρόβλημα με την συνέπεια που έχει η ιστοσελίδα τους σε διάφορους πλοηγούς. Με την δημιουργία μιας ιστοσελίδας με το Flash το πρόβλημα αυτό εξαλείφεται λόγω του γεγονότος ότι όλοι οι περιηγητές είναι συμβατοί με την χρήση του Flash Player Plug in.

- Όταν δημιουργεί ένας προγραμματιστής μια ιστοσελίδα θέλει να έχει την ελευθερία να διαχειρίζεται εύκολα το περιεχόμενό της. Πολύ σημαντικό είναι να μπορεί κάποιος να κάνει αυτή τη διαχείριση δυναμικά. Δηλαδή να μπορεί να φορτώνει τα περιεχόμενα εκτός της ιστοσελίδας δίνοντας του την δυνατότητα να αλλάξει ότι αυτός επιθυμεί με ευκολία. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την χρήση ενός xml αρχείου. Το Flash σου προσφέρει αυτή τη δυνατότητα αφού διαθέτει συστήματα διαχείρισης περιεχομένων.

Αρνητικά:

- Αν και μια εκπληκτική τεχνολογία το Flash είναι ένας εφιάλτης για τους ειδικούς του SEO³. Και ο λόγος είναι αρκετά απλός. Οι μηχανές αναζήτησης δεν μπορούν να εισχωρήσουν, τουλάχιστον όχι εύκολα, στο περιεχόμενο των Flash αρχείων. Αυτό γίνεται γιατί οι ταινίες Flash είναι πολύ πολύπλοκες για να τις καταλάβουν οι αράχνες⁴. Έχουν γίνει προσπάθειες για να επιλυθεί το πρόβλημα αυτό αλλά δεν είναι πλήρως επιτυχείς.

- Για την δημιουργία μιας Flash ιστοσελίδας υπάρχουν πολλές δυσκολίες. Χρειάζεται αρκετός χρόνος για τον προγραμματισμό αφού χρειάζεται κώδικας για τα πάντα. Πρέπει να προγραμματιστούν τα δυναμικά γραφικά, το σχέδιο, να διατηρείς τα πάντα στη θέση τους και άλλα πολλά.

3 Ο όρος **SEO** (*search engine optimization*) περιγράφει όλες εκείνες τις διαδικασίες-επεμβάσεις που πρέπει να γίνουν στη δομή και το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας ώστε να είναι όσο το δυνατό πιο φιλική στις μηχανές αναζήτησης.

4 Οι αράχνες (spiders) είναι προγράμματα τα οποία περιηγούνται μέσα στον Παγκόσμιο Ιστό με μεθοδικό και αυτόματο τρόπο κάνοντας αναζήτηση στο περιεχόμενο ιστοσελίδων.

(Χατζησταθης Αντώνης - Η Ιστορία της Κύπρου με Animation,2011)

3.4 Flash Games



Εικόνα 3.2 Flash Game – Angry Birds



Εικόνα 3.3 Flash Game - Farmerama

Τα Flash games είναι παιχνίδια τα οποία δημιουργούνται με το λογισμικό Flash και συνήθως οι χρήστες τους μπορούν να τα παίξουν τα παιχνίδια αυτά στο διαδίκτυο. Αν και υπάρχουν

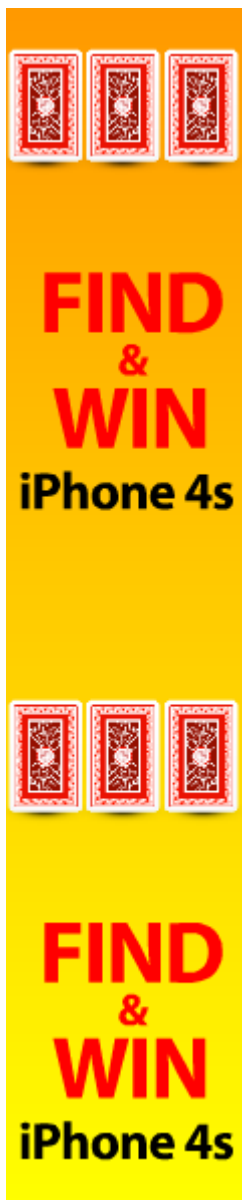
πάρα πολλές γλώσσες προγραμματισμού οι προγραμματιστές προτιμούν να χρησιμοποιούν το Flash για την δημιουργία των παιχνιδιών τους. Χρησιμοποιώντας άλλες γλώσσες προγραμματισμού τα γραφικά, τα βίντεο και οι ήχοι συνδυάζονται για την δημιουργία μεγάλων αρχείων. Λόγω του μεγάλου όγκου των αρχείων αυτών απαιτείται τα αρχεία αυτά να αποθηκευτούν σε CD τα οποία θα διανέμονταν στη συνέχεια στους χρήστες. Οι χρήστες στη συνέχεια κάνουν εγκατάσταση του παιχνιδιού στους υπολογιστές τους και χρειάζονταν. Με το Flash αποφεύγονται όλα αυτά αφού λόγω του Flash plug in στους περιηγητές επιτρέπει στα προγράμματα αυτά να τρέχουν στον πλοηγό χωρίς να χρειάζεται εγκατάσταση του παιχνιδιού ή οτιδήποτε άλλο από την πλευρά του χρήστη. Επίσης σημαντικός παράγοντας για την καθιέρωση του Flash ως το κύριο λογισμικό για την ανάπτυξη παιχνιδιών τα οποία παίζονται στο διαδίκτυο είναι και το γεγονός ότι μπορούσαν οι εφαρμογές του να τρέξουν με πολύ χαμηλές ταχύτητες Internet δίνοντας πάντα αρκετά καλή ποιότητα ήχου και εικόνας. Το Flash επίσης έχει την δική του γλώσσα προγραμματισμού την Action-script. Με τις νέες εκδόσεις της γλώσσας αυτής προγραμματισμού μπορεί ο προγραμματιστής να δημιουργήσει πολύπλοκα παιχνίδια για το διαδίκτυο.

Τα παιχνίδια Flash στις μέρες μας μιμούνται περισσότερο τα παιχνίδια που κυκλοφορούσαν για τις διάφορες κονσόλες κατά την δεκαετία του 80. Υπάρχουν πάρα πολλά παιχνίδια τα οποία είναι κλώνοι παλιών γνωστών παιχνιδιών όπως το Pac Man και το Tetris.

Επιπρόσθετα τα παιχνίδια που δημιουργούνται με Flash έχουν μεγάλη επιτυχία σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook. Παραδείγματα τέτοιων παιχνιδιών είναι το Farmerama και το Angry Birds (Εικόνα 3.2 & Εικόνα 3.3).

(Χατζηστάθης Αντώνης - Η Ιστορία της Κύπρου με Animation,2011)

Μια νέα μορφή χρήσης του flash είναι flash game σε διαφημιστικό banner. Αυτός ο συνδυασμός αποσκοπεί στο να δελεάσει τον χρήστη να παίξει το παιχνίδι ώστε να τον παραπέμψει στη συνέχεια στην σελίδα του διαφημιζόμενου. Αυτό γίνεται κυρίως για τις νεαρό κοινό το οποίο έχει μια τάση προς τα παιχνίδια τα τελευταία χρόνια.,



Εικόνα 3.4 Διαφημιστικό Flash Game



Εικόνα 3.5 Διαφημιστικό Flash Game

3.5 Macromedia Flash Professional 8

Το πρόγραμμα το οποίο χρησιμοποίησα για την ανάπτυξη της εφαρμογής είναι το Macromedia Flash Professional 8. Στη σειρά αυτή των λογισμικών γίνεται η ανάπτυξη των διαφόρων εφαρμογών που υποστηρίζει το Adobe Engagement Platform όπως εφαρμογές για το διαδίκτυο, παιχνίδια και ταινίες.

Η οθόνη του προγράμματος αυτού είναι κάπως διαφορετική από τα συνηθισμένα προγράμματα τα οποία χρησιμοποιούμε και για αυτό θα εξηγηθούν τα σημαντικά μέρη της οθόνης αυτής.

Τα κύρια μέρη της οθόνης του προγράμματος είναι τα ακόλουθα:

- Μενού: Το μενού αποτελείται από μια λίστα εντολών που αποσκοπούν στην υλοποίηση συγκεκριμένων εργασιών.
- Εργαλεία: Το Flash διαθέτει ένα αριθμό από εργαλεία με τα οποία μπορεί ο χρήστης να δημιουργήσει σχήματα, γραμμές, να αλλάξει χρώματα ή να δημιουργήσει κουμπιά.
- Timeline: Στο μέρος αυτό ο χρήστης μπορεί να οργανώσει και να ελέγξει τα διάφορα στοιχεία πολυμέσων του project πάνω σε ένα γραμμικό χρονοδιάγραμμα. Οι σειρές ονομάζονται layers ενώ οι στήλες frames. Το Timeline εμφανίζει την ταινία και παρακολουθεί καρέ-καρέ την αναπαραγωγή της. Τα layers είναι υπεύθυνα για διαφορετικά σημεία της ταινίας.
- Σκηνή: Η σκηνή είναι το κομμάτι της ταινίας στο οποίο ο χρήστης μπορεί να καθορίσει που θα εμφανίζονται τα διάφορα στοιχεία πολυμέσων. Η σκηνή είναι μία τετράγωνη περιοχή κάτω από το Timeline όπου ο χρήστης μπορεί να τοποθετήσει γραφικό περιεχόμενο συμπεριλαμβανομένου κειμένου, κουμπιών, ήχου, φωτογραφιών αλλά και video. Ο χρήστης μπορεί καθορίσει ο ίδιος τις ιδιότητες της σκηνής όπως για παράδειγμα του μεγέθους αλλά και του χρώματος.

3.6 Action-script

Η action-script είναι μια αντικειμενοστραφής γλώσσα προγραμματισμού η οποία δημιουργήθηκε από την Macromedia αλλά τώρα ανήκει στην εταιρεία Adobe. Είναι μια γλώσσα η οποία έχει την ίδια σύνταξη αλλά και σημασιολογία με την πιο γνωστή ευρέως Javascript και χρησιμοποιείται κυρίως για την ανάπτυξη ιστοσελίδων και λογισμικού το οποίο στοχεύει την πλατφόρμα του Adobe Flash Player. Η γλώσσα αυτή σχεδιάστηκε αρχικά για τον έλεγχο απλών 2D vector animation στο Adobe Flash. Περιοριζόταν αρχικά στην ανάπτυξη animation όμως σιγά σιγά εξελίχτηκε προσφέροντας στους χρήστες της την δυνατότητα να δημιουργήσουν παιχνίδια αλλά και εφαρμογές διαδικτύου με ήχο και βίντεο. Στις μέρες μας η Action-script μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε εφαρμογές που υποστηρίζουν βάση δεδομένων και σε περιπτώσεις ρομποτικής. Η γλώσσα όπως προανέφερα εξελικτική και η τελευταία της έκδοση είναι η Action-script 3.0 την οποία και χρησιμοποίησα για την ανάπτυξη της εφαρμογής. Η έκδοση αυτή της γλώσσας διαφέρει αρκετά από τις προηγούμενες εκδόσεις της. Η γλώσσα έχει γραφεί από την αρχή και πλέον χρησιμοποιεί διαφορετική βάση κώδικα. Αυτή η βελτιστοποίηση προσφέρει δραματική αύξηση της απόδοσης της, μα αυτό συνάμα έχει ως συνέπεια να μην μπορεί να γίνει ανάμιξη κώδικα αυτής της έκδοσης με κώδικα παλαιότερης έκδοσης. Η εκμάθηση της action-script 3.0 είναι

ίσως δυσκολότερη από ότι είναι οι προηγούμενες εκδόσεις. Μερικές από τις βελτιστοποιήσεις που έγιναν είναι:

- Αναλυτικότερη αναφορά λαθών
- Βελτιστοποιημένη σύνταξη
- Βελτιστοποιημένη διαχείριση XML
- Νέα αρχιτεκτονική γεγονότων
- Βελτιστοποιημένος αντικειμενοστραφής προγραμματισμός
- Περισσότερες επιλογές για την διαχείριση ήχων

(Wikipedia – ActionScript)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Υλοποίηση Flash Banner

4.1 Εισαγωγή

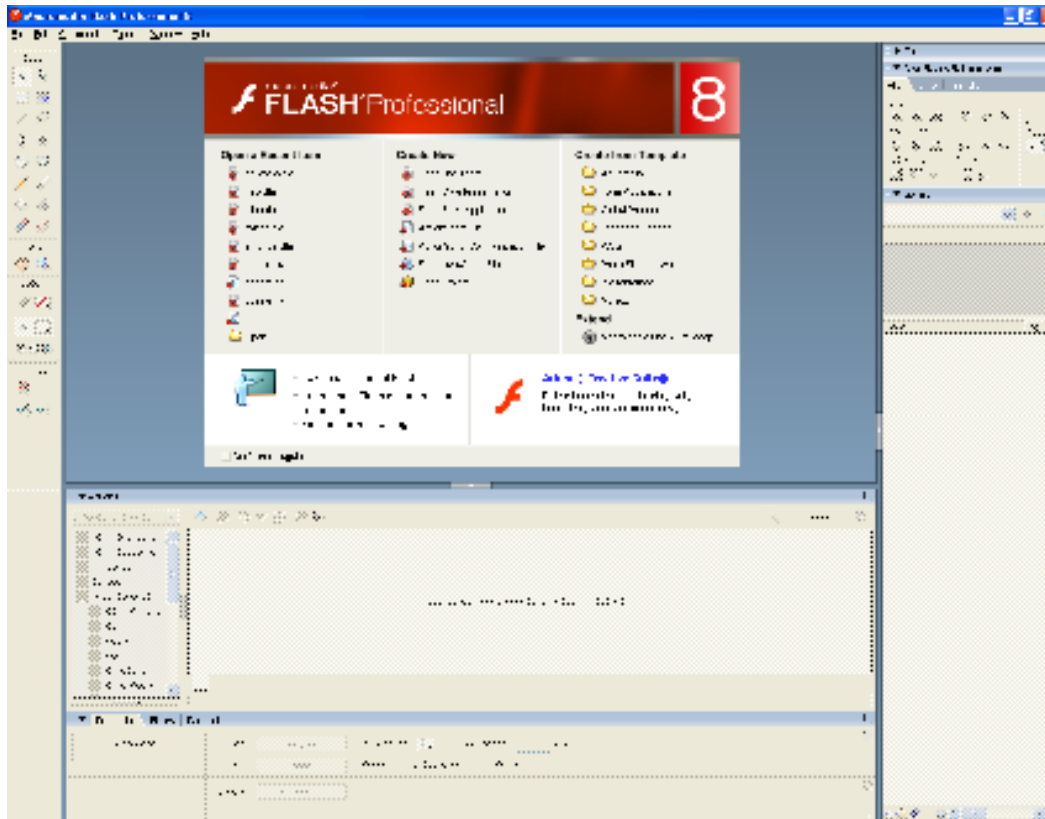
Το σενάριο του flash banner είναι το εξής:

Η ιστορία βρίσκει τους πλέον ενθουσιασμένους φοιτητές του τμήματος να διαβάζουν από τα βιβλία τους και να λέει ο ένας στον άλλον λέξεις οι οποίες αντιπροσωπεύουν μαθήματα και έννοιες που διδάσκονται στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης .Στη συνέχεια εμφανίζεται ο καθηγητής στην αίθουσα και τους λέει να καθίσουν ώστε να ξεκινήσουν να κάνουν τον ενθουσιασμό τους προς τα μαθήματα πράξη. Στο τέλος φαίνονται οι μαθητές και δείχνουν την ικανοποίηση τους με ένα χαμόγελο.

Το μήνυμα που περνάει το συγκεκριμένο banner είναι ότι ενθουσιασμός για κάτι είναι σημαντικός αλλά εξίσου σημαντική είναι η εκμάθηση αυτού του αντικειμένου για το οποίο ενθουσιαζόμαστε, και που μπορεί να δεχτεί κανείς μια τέτοια εκπαίδευση... στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης Ιεράπετρας.

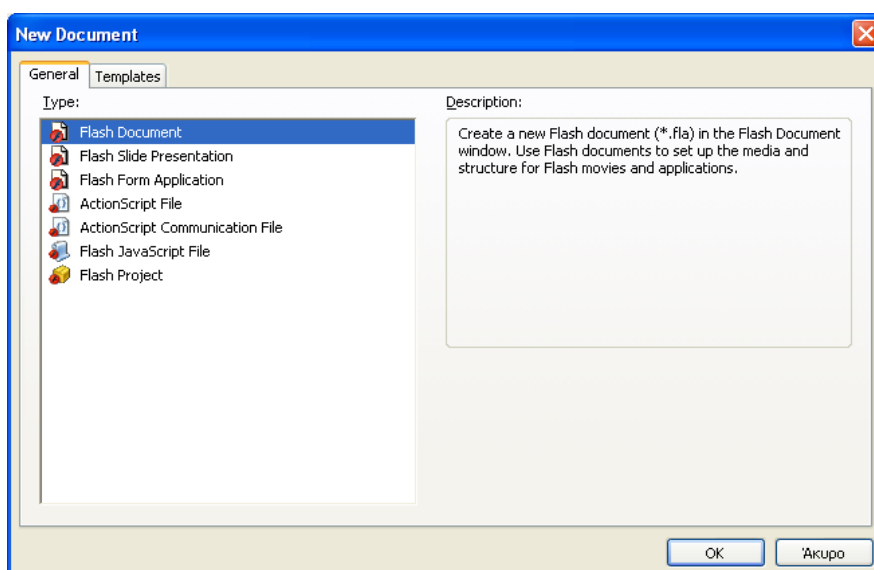
Μία πολύ σημαντική ιδιότητα αυτού του banner είναι ότι το animation θα ξεκινήσει μόνο εάν εισαχθεί το ποντίκι στο χώρο του banner. Ο λόγος που γίνεται αυτό είναι επειδή έχει παρατηρηθεί ότι από όλο το πλήθος των διαφημίσεων που υπάρχουν σε ιστοσελίδες στις μέρες μας ένας επισκέπτης κουράζεται ή δεν δίνει σημασία στη διαφήμιση και αυτό λειτουργεί ως μειονέκτημα ως προς τους διαφημιζόμενους. Στη δική μας περίπτωση έχει μια απλή αναφορά στο Τμήμα και αν με την δική του παρέμβαση ο χρήστης ενεργοποιήσει το animation , θα έχει περισσότερες πιθανότητες να του διεγείρει το ενδιαφέρον και να παρακολουθήσει τη διαφήμιση απ' ότι με ένα απλό banner.

4.2 Δημιουργία Flash File



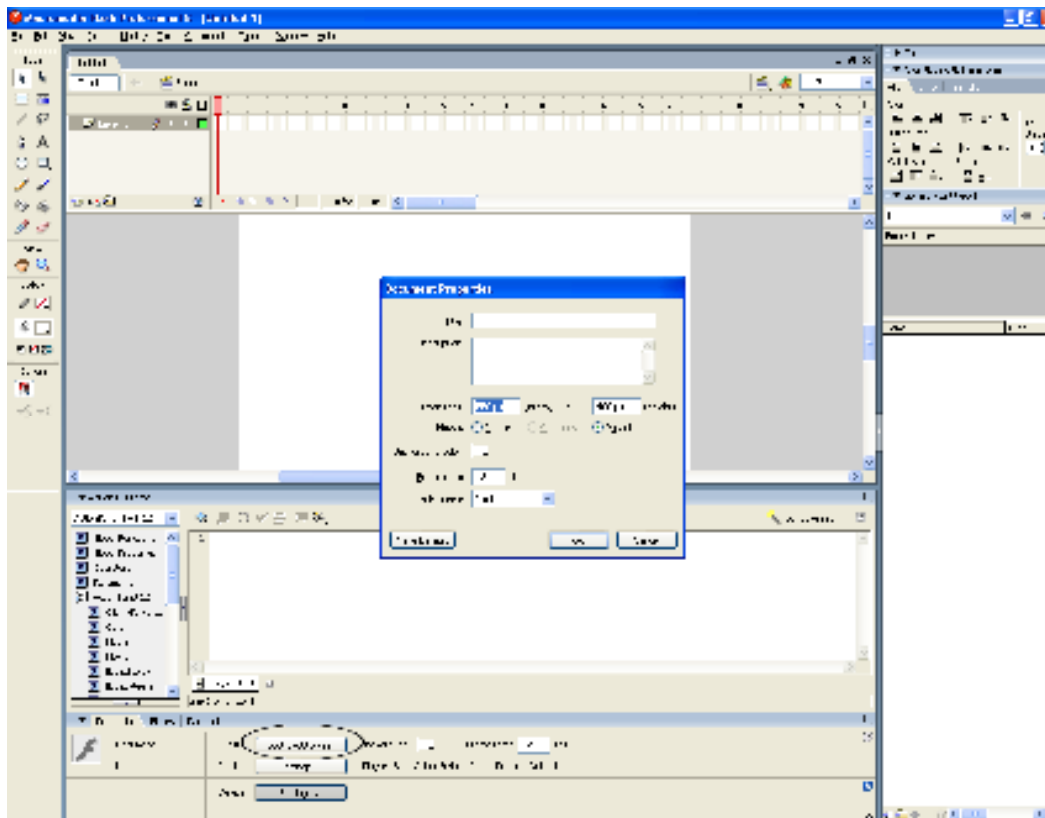
Εικόνα 4.1 Δημιουργία Flash File

Για να δημιουργήσουμε ένα νέο αρχείο flash ακολουθούμε την παρακάτω διαδικασία : Στο μενού που βρίσκεται πάνω, όταν ανοίγουμε το Flash, πατάμε **File -> New** μας βγαίνει το παράθυρο που βλέπουμε στην **Εικόνα 4.1** και επιλέγουμε τον τύπο αρχείου που θέλουμε να δημιουργήσουμε (**Εικόνα 4.2**), στην παρούσα εργασία θα επιλέξουμε το **Flash Document** και πατάμε **Ok**



Εικόνα 4.2 Επιλογή τύπου αρχείου

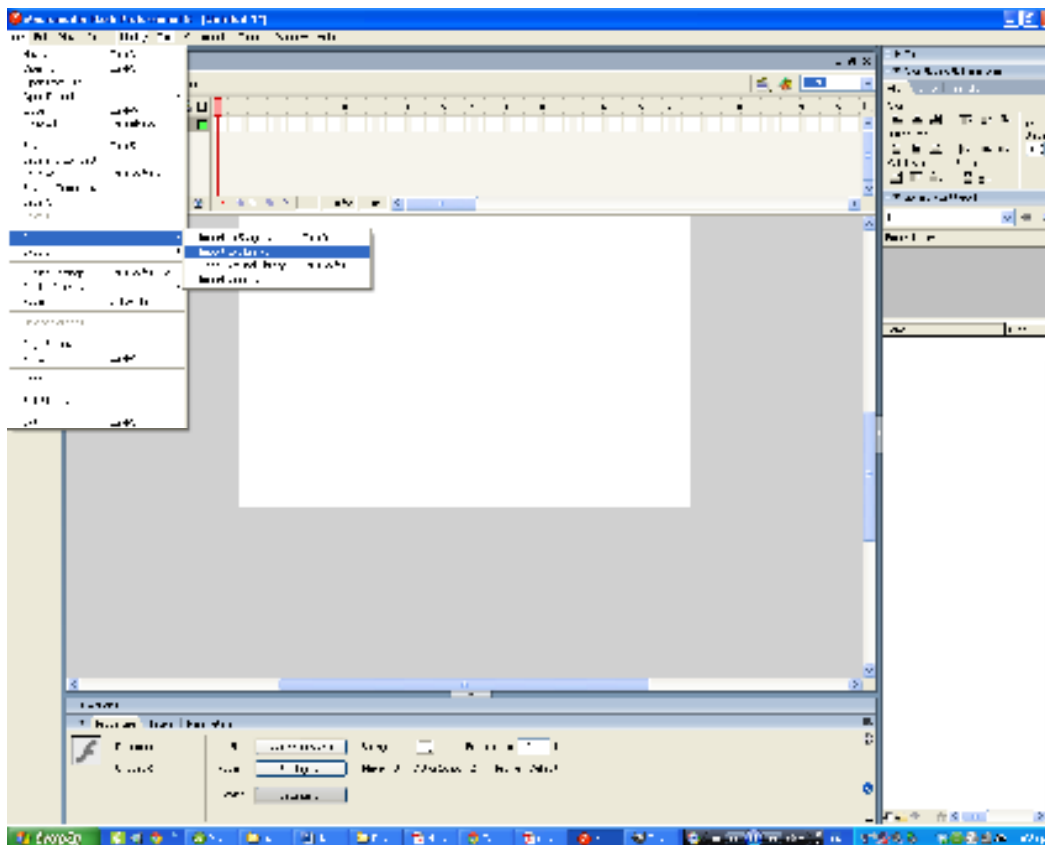
Στη συνέχεια θα εμφανιστεί το κυρίως παράθυρο στο οποίο θα κάνουμε όλες τις ενέργειές μας και θα μας επιτρέψει πατώντας το κουμπί, που αναγράφει τις προεπιλεγμένες διατάσεις ενός νέου αρχείου δηλ. 550 x 400 pixels, να ρυθμίσουμε το μέγεθος που θέλουμε, στην περίπτωση μας 336 x 280 pixels.



Εικόνα 4.3 Εισαγωγή διαστάσεων

4.3 Εισαγωγή αρχείων από Photoshop

Για να εισάγουμε όλες τις εικόνες – αρχεία που χρειαζόμαστε πάμε στο μενού και πατάμε **File -> Import -> Import to Library...** και επιλέγουμε τα αρχεία που θα χρησιμοποιήσουμε όπως βλέπουμε στην εικόνα Εικόνα 4.4

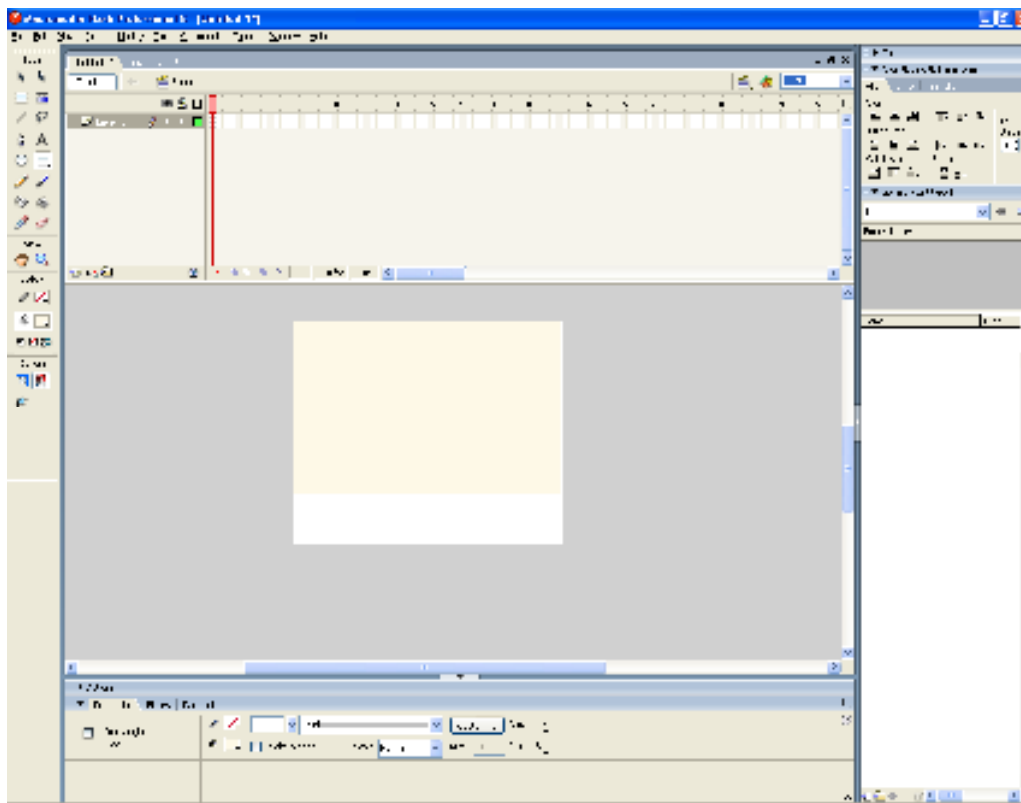


Εικόνα 4. 4 Εισαγωγή εικόνων στη βιβλιοθήκη ενός project

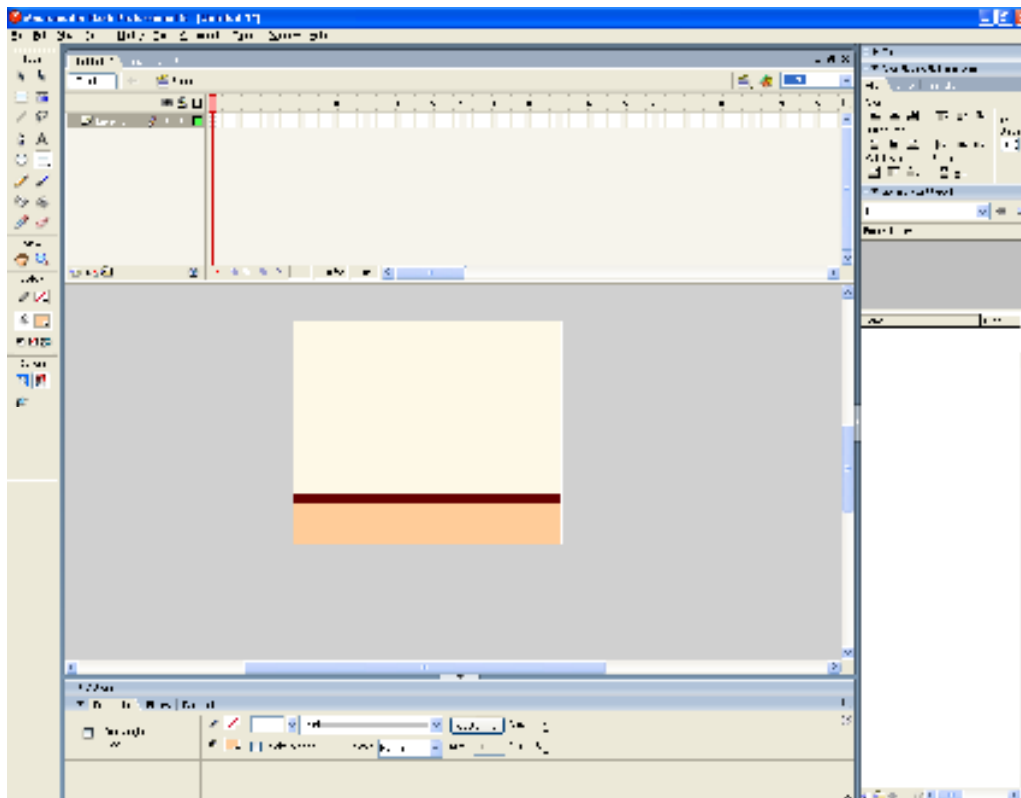
4.4 Σχεδιασμός φόντου

Ξεκινάμε επιλέγοντας από το αριστερό μενού με τα εργαλεία σχεδίασης το Rectangle Tool και σχεδιάζουμε ένα ορθογώνιο το οποίο αποτελεί τον τοίχο της αίθουσας αφού πρώτα επιλέξουμε το χρώμα που θέλουμε πατώντας το Fill Color , επίσης προσέχουμε να είμαστε μέσα στα όρια των διαστάσεων του αρχείου. Το αποτέλεσμα φαίνεται στην εικόνα .

Το ίδιο κάνουμε και για τα άλλα δυο ορθογώνια που σχεδιάζουμε επιλέγοντας κάθε φορά το χρώμα προτίμησής μας . Τώρα το φόντο αποτελείτε από το χρώμα #ECE9D8 στο μεγαλύτερο μέρος του , ένα μικρό κομμάτι με χρώμα #660000 και το υπόλοιπο το οποίο αποτελεί το πάτωμα με το χρώμα #FFCC99. Το τελικό αποτέλεσμα φαίνεται στην Εικόνα 4.6



Εικόνα 4. 5 Χρήση Rectangle Tool για σχεδίαση

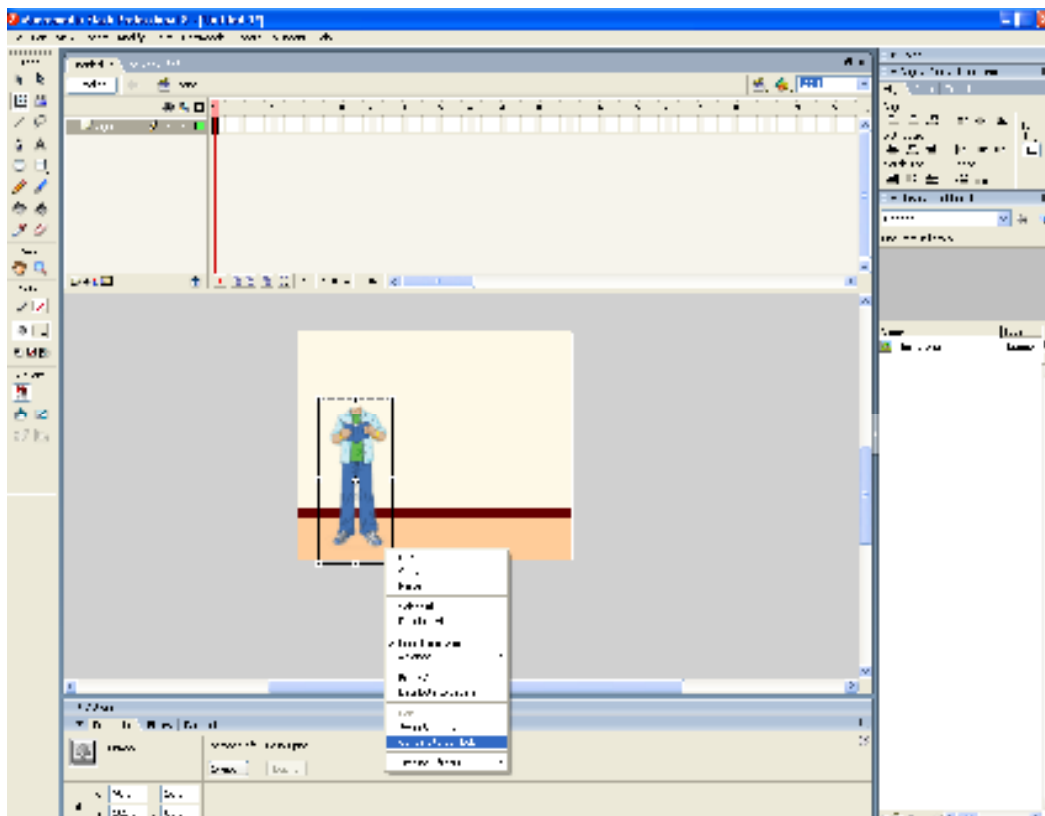


Εικόνα 4. 6 Ολοκλήρωση Φόντου

4.5 Εισαγωγή μελών χαρακτήρων

Στο επάνω μέρος της οθόνης εμφανίζεται το **Timeline**. Κάθε "τετραγωνάκι" σε αυτό αντιπροσωπεύει ένα καρέ του animation μας. Όταν ξεκινήσαμε, επιλέξαμε το animation να έχει **12fps** (frames per second). Αυτό σημαίνει ότι, εάν το animation έχει 12 frames, θα διαρκέσει συνολικά 1 δευτερόλεπτο. Πηγαίνουμε, λοιπόν, στο frame 12 και κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού. Θα εμφανιστεί ένα μενού με διάφορες επιλογές, από τις οποίες αυτή που μας ενδιαφέρει, είναι η **Insert Keyframe**

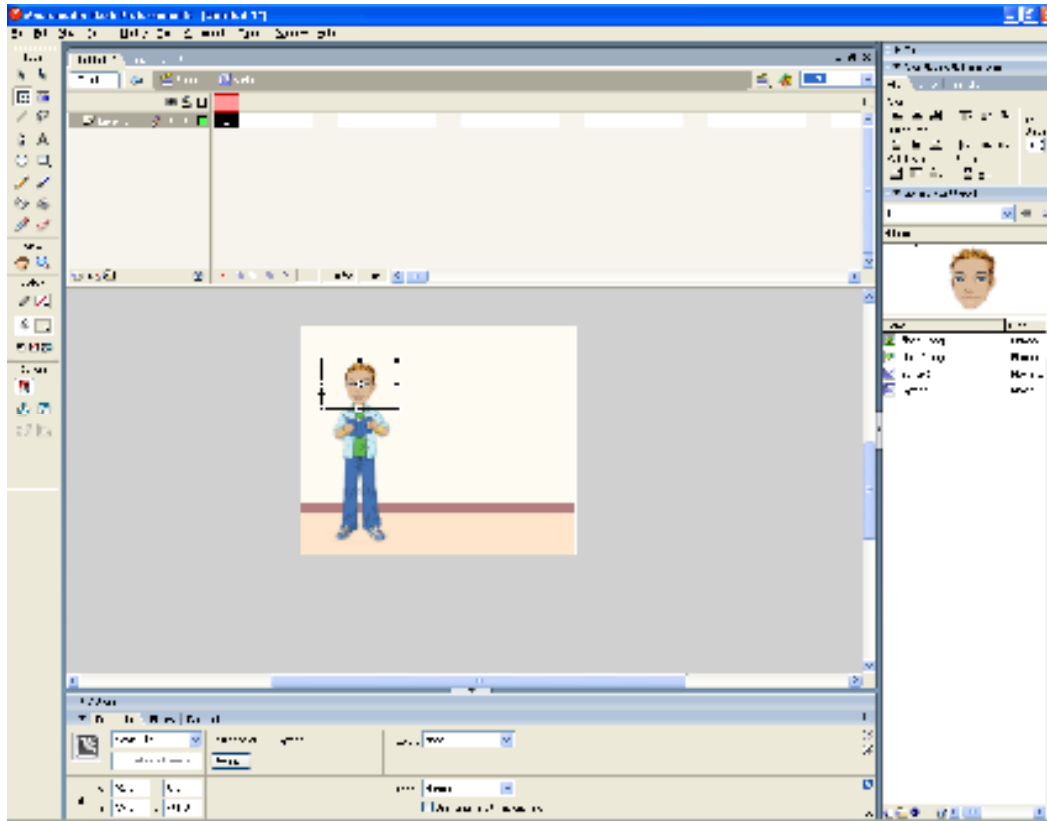
Στο πρώτο **Στρώμα (Layer)** το οποίο ονομάσαμε **agori1** προσθέτουμε την εικόνα του αγοριού χωρίς το κεφάλι. Για να μπορέσει το Flash Professional να διαχειριστεί το αντικείμενο που σχεδιάσαμε, θα πρέπει να το μετατρέψουμε σε σύμβολο. Για το σκοπό αυτό, κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού στην εικόνα και επιλέγουμε **Convert to Symbol**. Θα εμφανιστεί το πλαίσιο διαλόγου **Convert to Symbol**, όπου ενεργοποιούμε την επιλογή **Movie Clip** και δίνουμε ένα όνομα στο σχήμα μας.



Εικόνα 4. 7 Εισαγωγή εικόνας και χρήση του Convert to Symbol

Στη συνέχεια αφού το μετατρέψουμε σε **Σύμβολο** κάνουμε διπλό κλικ στο σώμα και παρατηρούμε ότι εμφανίζεται ένα νέο timeline στο οποίο είναι για τις ενέργειες μόνο του συγκεκριμένου συμβόλου και αυτό το καταλαβαίνουμε επειδή ενώ στο γενικό timeline γράφει **Scene1** τώρα γράφει **Scene1 spite1** (το όνομα που δώσαμε στο σύμβολο).

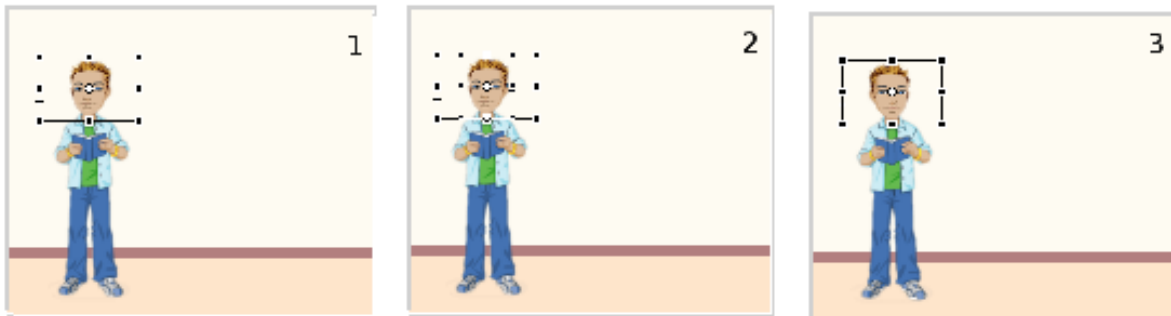
Για την ολοκλήρωση του συμβόλου παίρνουμε από την λίστα με τις εικόνες που βρίσκεται στα δεξιά μας το κεφάλι του συγκεκριμένου χαρακτήρα, το τοποθετούμε στη σωστή θέση και το μετατρέπουμε σε σύμβολο με την ίδια διαδικασία που αναφέραμε παραπάνω.



Εικόνα 4. 7 Εισαγωγή εικόνας κεφαλιού του spine1

Τώρα προσθέτουμε τις κινήσεις στους αντίστοιχους χρόνους με την εξής διαδικασία: πηγαίνουμε στο frame 20 και κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού. Θα εμφανιστεί ένα μενού με διάφορες επιλογές, από τις οποίες αυτή που μας ενδιαφέρει, είναι η **Insert Keyframe**. Παρατηρούμε ότι από το **0** έως το **20** έχει γίνει γκριζα η επιφάνεια και αυτό σημαίνει ότι από σημείο σε σημείο θα παραμένει έτσι το σχήμα μας.

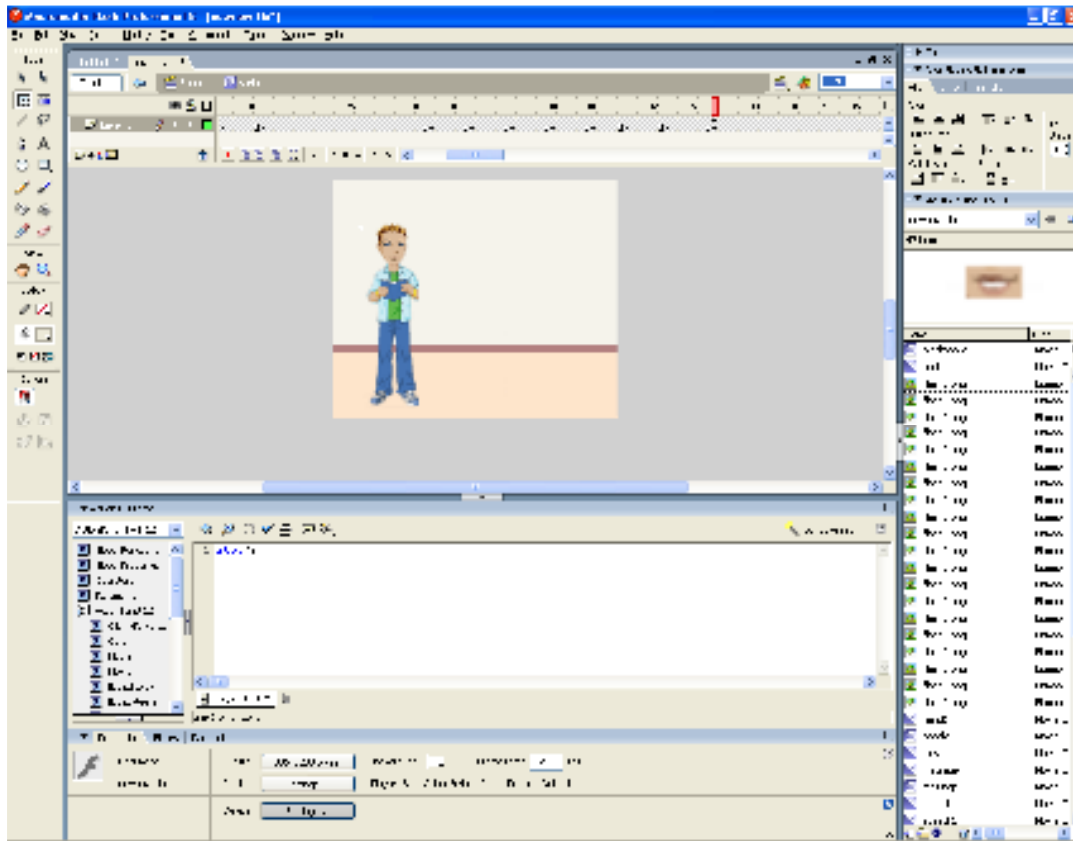
Από αυτό το σημείο ξεκινάμε ανά 6 frames να βάζουμε ένα **Keyframe** μέχρι το frame 62 και αφού το κάνουμε αυτό πάμε στο frame 20, κάνουμε δεξί κλικ πάνω στο κεφάλι και πατάμε **Free Transform**. Για να αλλάξουμε την φορά του κεφαλιού κρατάμε πατημένο το ποντίκι την δεξιά μεσαία τελεία από το πλαίσιο που έχει εμφανιστεί και σέρνουμε προς την αντίθετη κατεύθυνση μέχρι να φτάσουμε ακριβώς στο ίδιο μέγεθος που ήταν πριν αλλά να κοιτάει προς την αντίθετη κατεύθυνση όπως βλέπουμε στην εικόνα



Εικόνα 4. 8 Περιστροφή εικόνας κεφαλιού του `sprite1`

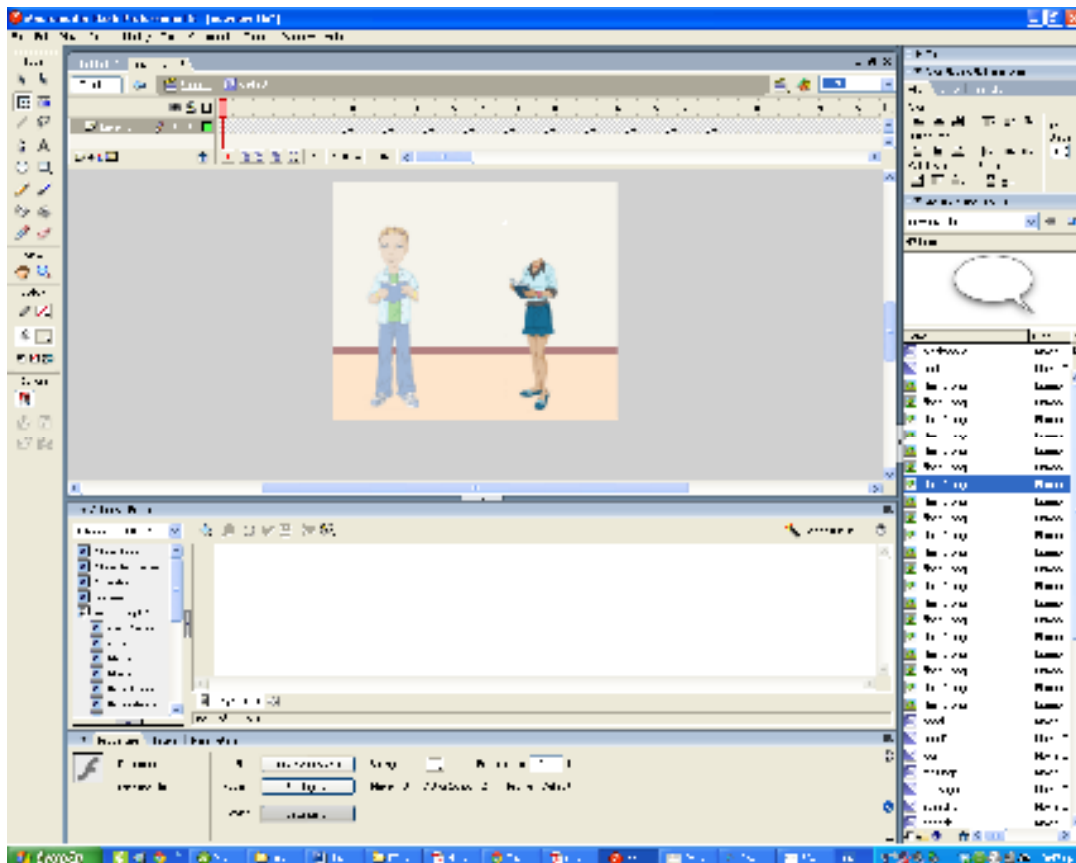
Αυτή τη διαδικασία την κάνουμε σε κάθε **Keyframe** μέχρι το frame 62 κάνοντας το καθένα να έχει διαφορετική φορά του κεφαλιού από το επόμενο του. Από το frame 62 έως το frame 85 το αφήνουμε όπως είναι και από το frame 85 έως το frame 130 κάνουμε την ίδια διαδικασία. Στα frame 62 και 130 δεν αλλάζουμε την φορά του κεφαλιού γιατί είναι τα σημεία στα οποία λέει τα μηνύματά του τα οποία θα δούμε παρακάτω όταν θα φτιάξουμε τα μηνύματα των παιδιών.

Πολύ σημαντικό είναι το frame 130 στο οποίο φαίνεται ένα μικρό 'α' πάνω από το Keyframe αυτή η ένδειξη σημαίνει ότι έχει κώδικα **actionscript**. Όπως φαίνεται στην εικόνα αν κάνουμε κλικ στο Actions, το οποίο βρίσκεται στο κάτω πλαίσιο, θα δούμε να γράφει **stop();**. Αυτή η εντολή σταματάει το συγκεκριμένο timeline από το να επαναληφθεί, γιατί σαν προεπιλογή του Flash όταν τα frames στο timeline τελειώνουν ξεκινάει πάλι από την αρχή και εμείς δεν το θέλουμε αυτό.



Εικόνα 4. 9 Εντολή actionscript stop() για να δηλώσουμε το τέλος στο timeline του sprite1

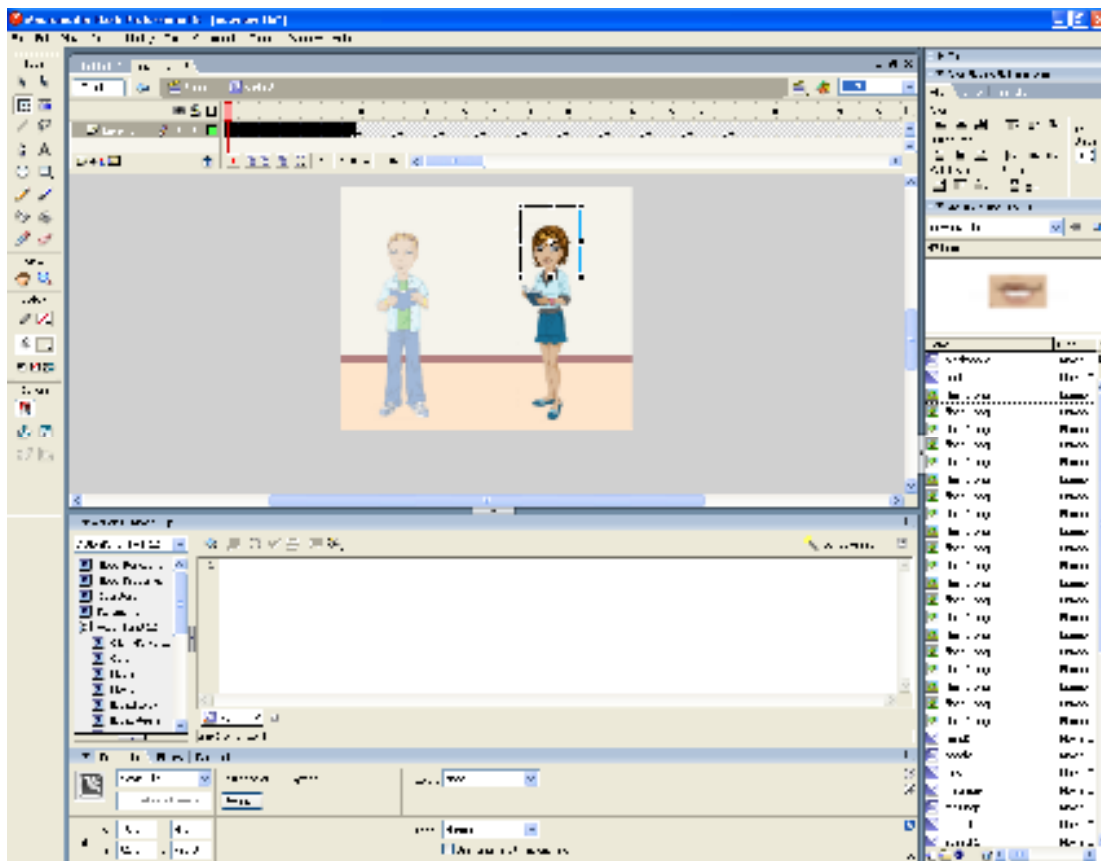
Πηγαίνουμε τώρα και κάνουμε κλικ στο **Scene1** που βρίσκεται πάνω από το timeline και προσθέτουμε στη διαχείριση στρωμάτων το δεύτερο **Στρώμα (Layer)** το οποίο ονομάσαμε **koritsi1** προσθέτουμε την εικόνα της κοπέλας χωρίς το κεφάλι . Κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού στην εικόνα και επιλέγουμε **Convert to Symbol**. Θα εμφανιστεί το πλαίσιο διαλόγου **Convert to Symbol**, όπου ενεργοποιούμε την επιλογή **Movie Clip** και δίνουμε ένα όνομα στο σχήμα μας.



Εικόνα 4. 10 Εισαγωγή εικόνας sprite2

Στη συνέχεια αφού το μετατρέψουμε σε **Σύμβολο** κάνουμε διπλό κλικ στο σώμα και παρατηρούμε ότι εμφανίζεται ένα νέο timeline στο οποίο είναι για τις ενέργειες μόνο του συγκεκριμένου συμβόλου και αυτό το καταλαβαίνουμε επειδή ενώ στο γενικό timeline γράφει **Scene1** τώρα γράφει **Scene1 sprite2** (το όνομα που δώσαμε στο σύμβολο).

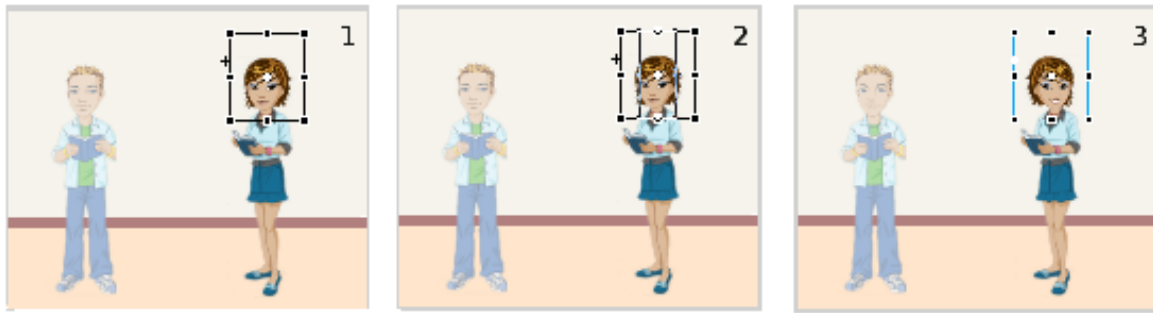
Για την ολοκλήρωση του συμβόλου παίρνουμε από την λίστα με τις εικόνες που βρίσκεται στα δεξιά μας το κεφάλι του συγκεκριμένου χαρακτήρα, το τοποθετούμε στη σωστή θέση και το μετατρέπουμε σε σύμβολο με την ίδια διαδικασία που αναφέραμε παραπάνω.



Εικόνα 4. 11 Εισαγωγή εικόνας κεφαλιού του sprite

Τώρα προσθέτουμε τις κινήσεις στους αντίστοιχους χρόνους με την εξής διαδικασία: πηγαίνουμε στο frame 20 και κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού. Θα εμφανιστεί ένα μενού με διάφορες επιλογές, από τις οποίες αυτή που μας ενδιαφέρει, είναι η **Insert Keyframe**. Παρατηρούμε ότι από το **0** έως το **20** έχει γίνει γκριζα η επιφάνεια και αυτό σημαίνει ότι από σημείο σε σημείο θα παραμένει έτσι το σχήμα μας.

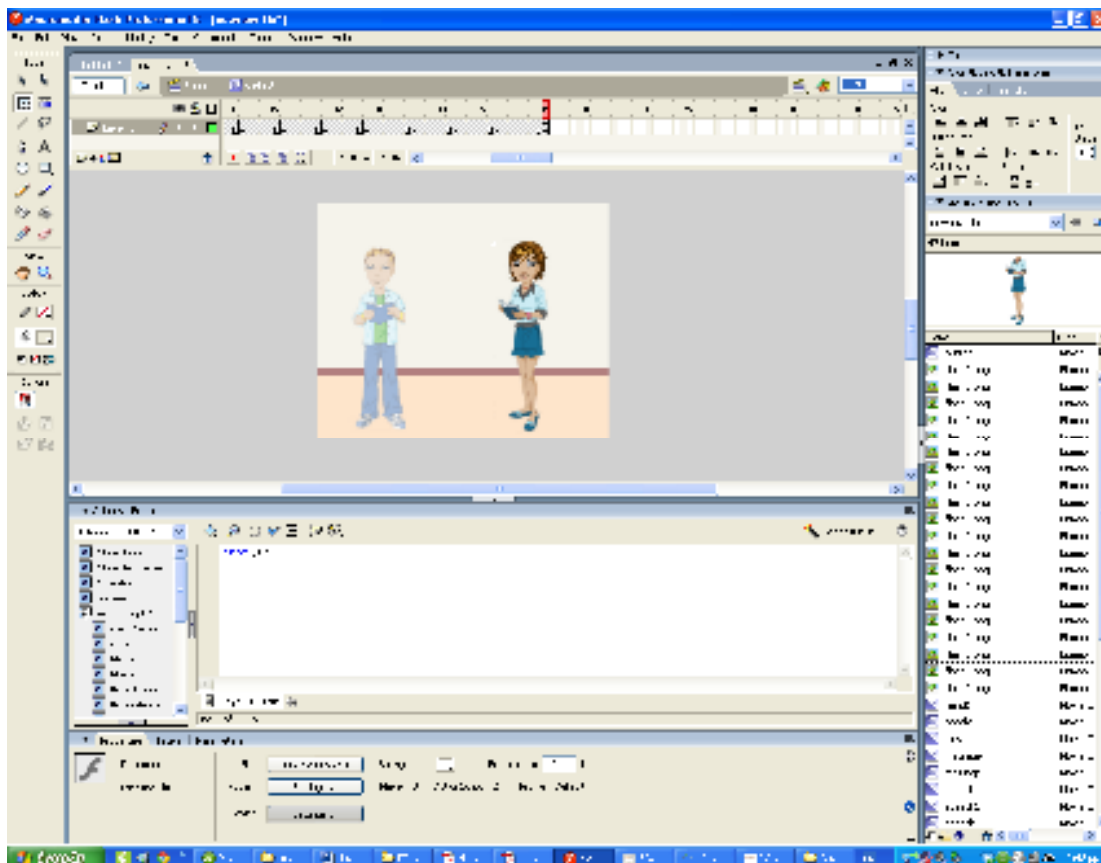
Από αυτό το σημείο ξεκινάμε ανά 6 frames να βάζουμε ένα **Keyframe** μέχρι το frame 73 και αφού το κάνουμε αυτό πάμε στο frame 20, κάνουμε δεξί κλικ πάνω στο κεφάλι και πατάμε **Free Transform**. Για να αλλάξουμε την φορά του κεφαλιού κρατάμε πατημένη με το ποντίκι την δεξιά μεσαία τελεία από το πλαίσιο που έχει εμφανιστεί γύρω από το κεφάλι και σέρνουμε προς την αντίθετη κατεύθυνση μέχρι να φτάσουμε ακριβώς στο ίδιο μέγεθος που ήταν πριν αλλά να κοιτάει προς την αντίθετη κατεύθυνση όπως βλέπουμε στην Εικόνα 4. 12.



Εικόνα 4. 12 Περιστροφή εικόνας κεφαλιού του `sprite2`

Αυτή τη διαδικασία την κάνουμε σε κάθε **Keyframe** μέχρι το frame 73 κάνοντας το κάθENA να έχει διαφορετική φορά του κεφαλιού από το επόμενο του. Από το frame 73 έως το frame 110 το αφήνουμε όπως είναι και από το frame 110 έως το frame 155 κάνουμε την ίδια διαδικασία. Στα frame 73 και 155 δεν αλλάζουμε την φορά του κεφαλιού γιατί είναι τα σημεία στα οποία λέει τα μηνύματά του τα οποία θα δούμε παρακάτω όταν θα φτιάξουμε τα μηνύματα των παιδιών.

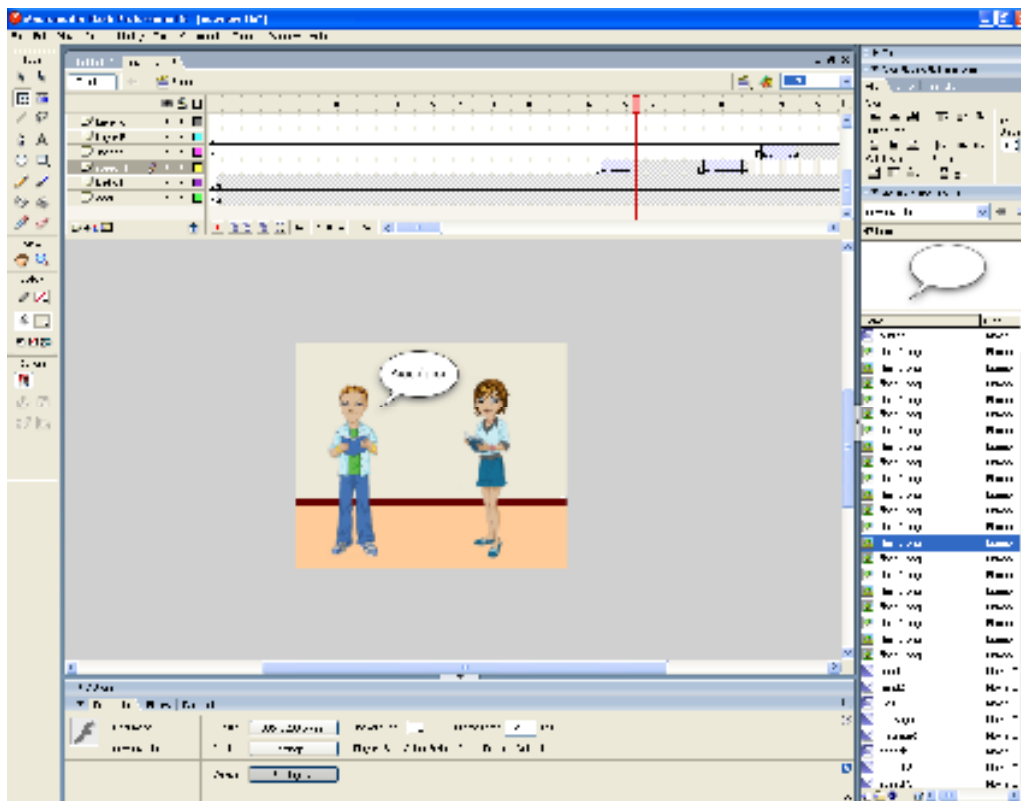
Πολύ σημαντικό είναι το frame 155 στο οποίο φαίνεται ένα μικρό ‘α’ πάνω από το Keyframe αυτή η ένδειξη σημαίνει ότι έχει κώδικα **actionscripT** . Όπως φαίνεται στην εικόνα αν κάνουμε κλικ στο Actions , το οποίο βρίσκεται στο κάτω πλαίσιο, θα δούμε να γράφει **stop();** . Αυτή η εντολή σταματάει το συγκεκριμένο timeline από το να επαναληφθεί, γιατί σαν προεπιλογή του Flash όταν τα frames στο timeline τελειώνουν ξεκινάει πάλι από την αρχή και εμείς δεν το θέλουμε αυτό.



Εικόνα 4. 13 Εντολή actionscript stop() για να δηλώσουμε το τέλος στο timeline του sprite2

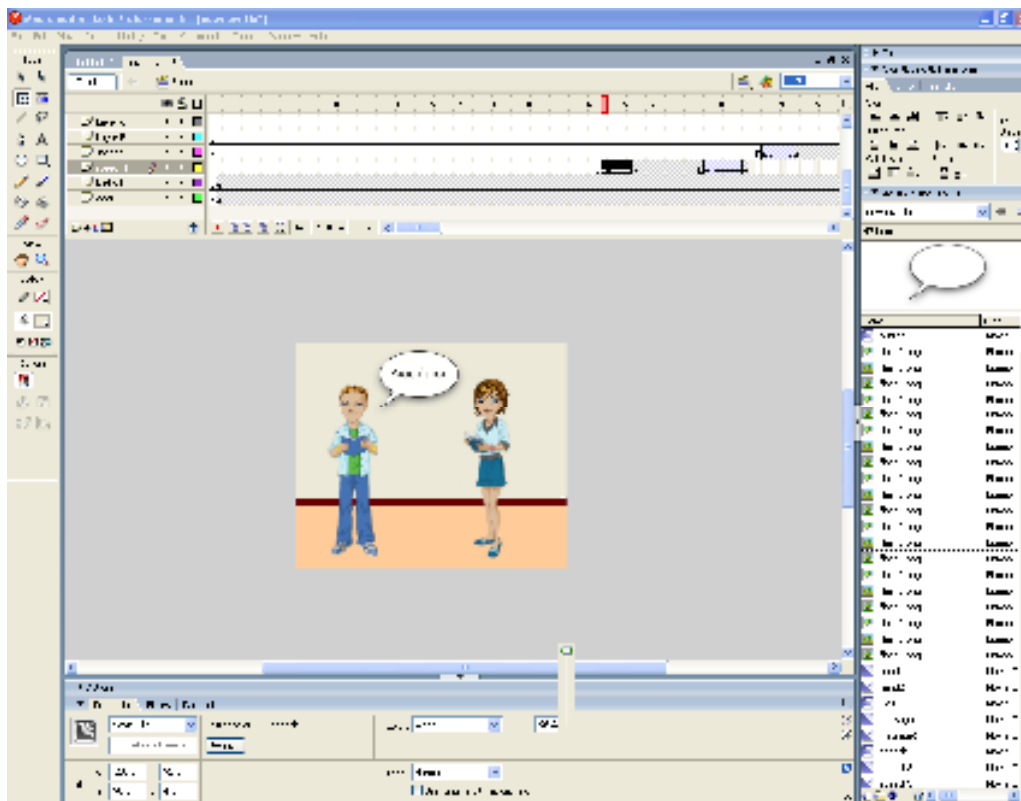
4.6 Μηνύματα χαρακτήρων

Επιστρέφουμε στο Scene1 για να προσθέσουμε, στη διαχείριση στρωμάτων, το τρίτο Στρώμα (Layer) το οποίο ονομάσαμε speech1. Εισάγουμε ένα keyframe στο timeline στο frame 62 και προσθέτουμε το «μπαλόني ομιλίας». Κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού στην εικόνα και επιλέγουμε Convert to Symbol ώστε να το κάνουμε σύμβολο και μετά κάνουμε διπλό κλικ ώστε να μπούμε στο «μπαλόني ομιλίας» και να γράψουμε χρησιμοποιώντας το Text Tool από το αριστερό μενού με τα εργαλεία σχεδίασης την πρώτη μας φράση «Διαφήμιση».



Εικόνα 4.14 Δημιουργία του speech1

Επειδή θέλουμε να πετύχουμε μια ομαλή εμφάνιση της εικόνας, στο frame 62 επιλέγουμε την εικόνα και στο κάτω κομμάτι του Flash στο **Properties** επιλέγουμε **Color: Alpha** και δίπλα αλλάζουμε το **100%** σε **0%** όπως φαίνεται στην Εικόνα 4.15



Εικόνα 4.15 Επιλογή Color: Alpha στα Properties

Στο frame 67 εισάγουμε ένα keyframe και κάνουμε ακριβώς την αντίστροφη διαδικασία δηλαδή επιλέγουμε την εικόνα και στο κάτω κομμάτι του Flash στο **Properties** επιλέγουμε **Color: Alpha** και δίπλα αλλάζουμε το **0%** σε **100%** . Τώρα έχουμε δυο διαφορετικά στιγμιότυπα μεταξύ των δυο keyframes, για να πετύχουμε αυτή την ομαλή αλλαγή ανάμεσά τους κάνουμε δεξί κλικ στο timeline ανάμεσα από τα δυο σημεία και επιλέγουμε το **Create Motion Tween**, για αυτό βλέπουμε αυτό το μωβ χρώμα ανάμεσα από τα δυο σημεία. Το αποτέλεσμα φαίνεται στην Εικόνα 4.16



Εικόνα 4.16 Σταδιακή εμφάνιση speech1

Στο frame 78 εισάγουμε ένα keyframe για να αρχίσει να σβήνει η εικόνα πάλι με ομαλό τρόπο. Εισάγουμε ένα επιπλέον keyframe στο frame 84 και επιλέγουμε την εικόνα και στο κάτω κομμάτι του Flash στο **Properties** επιλέγουμε **Color: Alpha** και δίπλα αλλάζουμε το **100%** σε **0%**. Τώρα έχουμε δυο διαφορετικά στιγμιότυπα μεταξύ των δυο keyframes, για να

πετύχουμε αυτή την ομαλή αλλαγή ανάμεσά τους κάνουμε δεξί κλικ στο timeline ανάμεσα από τα δυο σημεία και επιλέγουμε το **Create Motion Tween**. Το αποτέλεσμα φαίνεται στην Εικόνα 4.17



Εικόνα 4.17 Σταδιακό σβήσιμο speech1

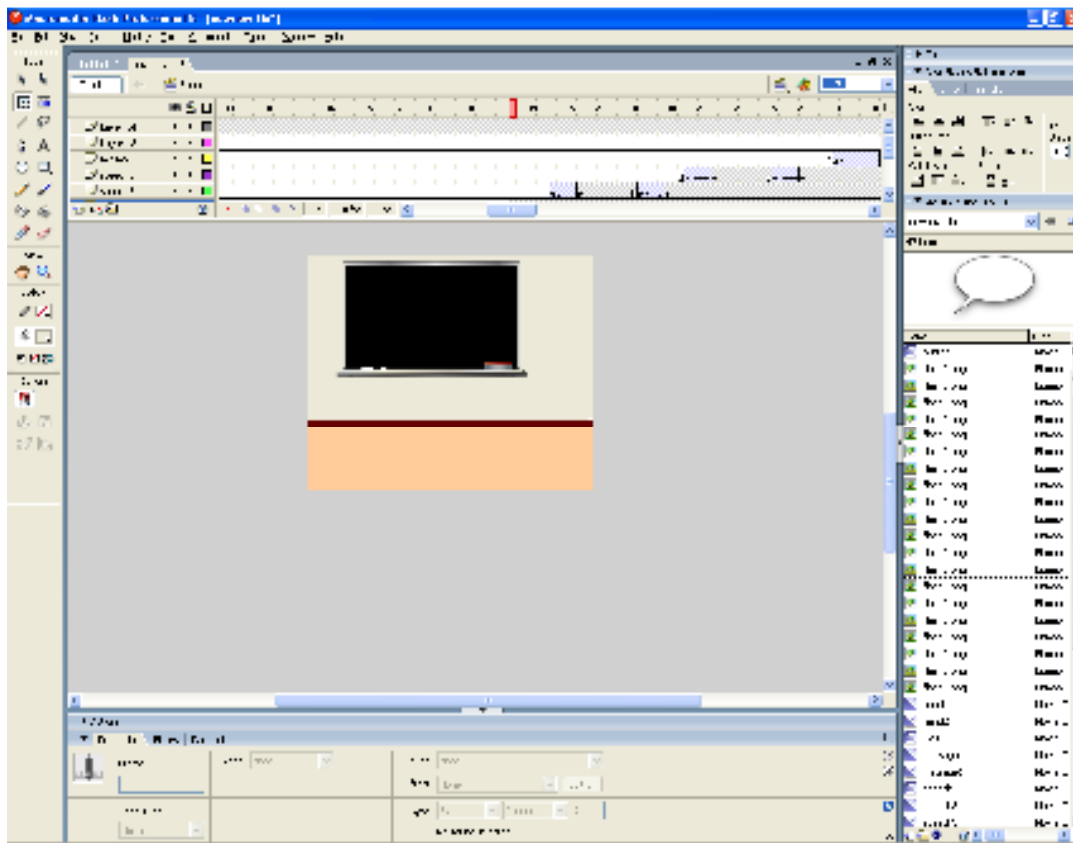
Την ίδια διαδικασία εκτελούμε για όλα τα μηνύματα που εμφανίζονται στο banner.



Εικόνα 4.18 Στιγμιότυπα των speech2, speech3 , speech4

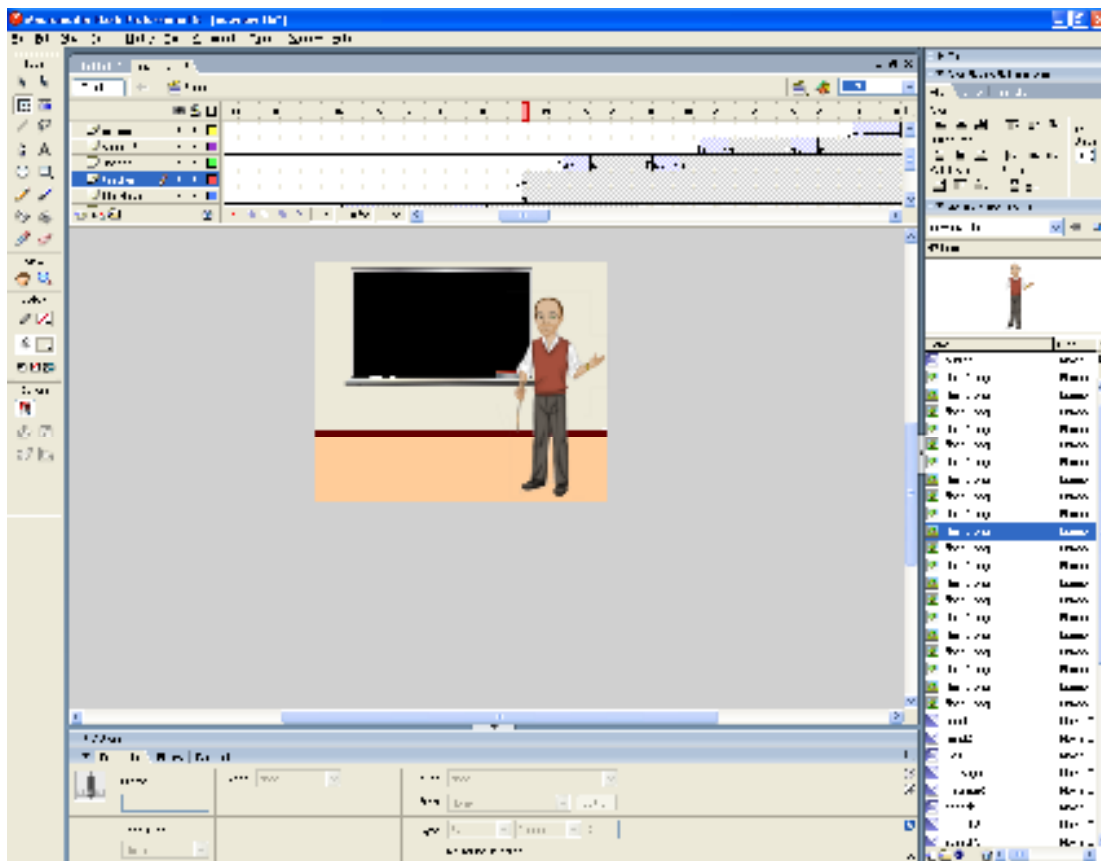
4.7 Αλλαγή Σκηνής και χαρακτήρων

Στο **Keyframe 186** επιλέγουμε τις εικόνες των παιδιών και στο κάτω κομμάτι του Flash στο **Properties** επιλέγουμε **Color: Alpha** και δίπλα αλλάζουμε την τιμή **100%** σε **0%** για να εξαφανιστούν από το προσκήνιο. Στη συνέχεια προσθέτουμε, στη διαχείριση στρωμάτων, το Στρώμα **blackboard**. Εισάγουμε ένα **keyframe** στο **timeline** στο **frame 186** και προσθέτουμε το «**Μαυροπίνακα**». Κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού στην εικόνα και επιλέγουμε **Convert to Symbol** ώστε να το κάνουμε σύμβολο.



Εικόνα 4.19 Εισαγωγή μαυροπίνακα στο προσκήνιο

Επίσης προσθέτουμε το στρώμα **teacher**. Εισάγουμε ένα **keyframe** στο **timeline** στο frame **186** και προσθέτουμε το την εικόνα του **καθηγητή** χωρίς το χέρι . Κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού στην εικόνα και επιλέγουμε **Convert to Symbol** ώστε να το κάνουμε σύμβολο.

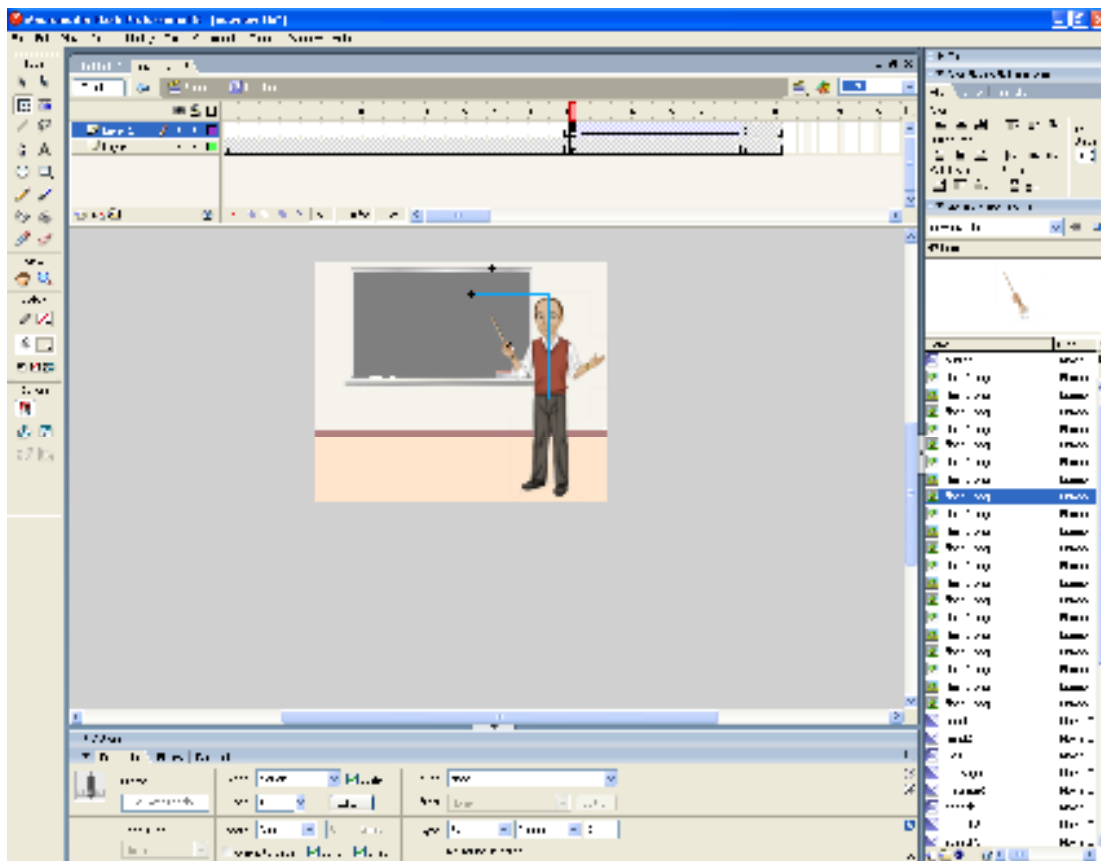


Εικόνα 4.20 Εισαγωγή εικόνας teacher

Στη συνέχεια αφού το μετατρέψουμε σε **Σύμβολο** κάνουμε διπλό κλικ στο σώμα και παρατηρούμε ότι εμφανίζεται ένα νέο timeline στο οποίο είναι για τις ενέργειες μόνο του συγκεκριμένου συμβόλου και αυτό το καταλαβαίνουμε επειδή ενώ στο γενικό timeline γράφει **Scene1** τώρα γράφει **Scene1 teacher** (το όνομα που δώσαμε στο σύμβολο).

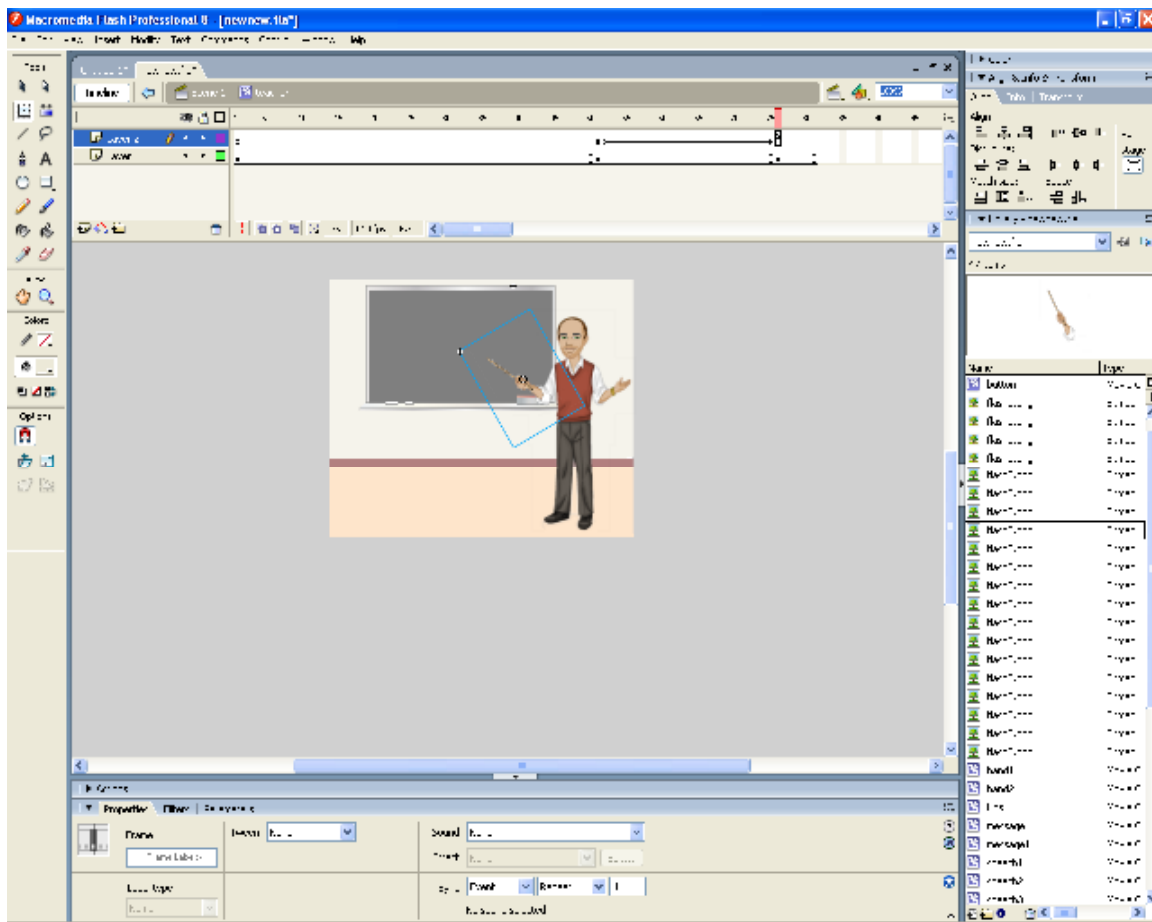
Για την ολοκλήρωση του συμβόλου παίρνουμε από την λίστα με τις εικόνες που βρίσκεται στα δεξιά μας το **χέρι που είναι στραμμένο προς τα κάτω** του συγκεκριμένου χαρακτήρα, το τοποθετούμε στη σωστή θέση και το μετατρέπουμε σε σύμβολο με την ίδια διαδικασία που αναφέραμε παραπάνω.

Στο frame **51** του timeline του συμβόλου **teacher** επιλέγουμε την εικόνα του **χεριού που είναι στραμμένο προς τα κάτω** και στο κάτω κομμάτι του Flash στο **Properties** επιλέγουμε **Color: Alpha** και δίπλα αλλάζουμε την τιμή από **100%** σε **0%** για να εξαφανιστεί από το προσκήνιο. Στη συνέχεια προσθέτουμε, στη διαχείριση στρωμάτων, ένα δεύτερο στρώμα. Εισάγουμε ένα **keyframe** στο **timeline** στο frame **51** και προσθέτουμε την εικόνα του **χεριού που είναι στραμμένο προς τα πάνω**. Κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού στην εικόνα και επιλέγουμε **Convert to Symbol** ώστε να το κάνουμε σύμβολο.



Εικόνα 4.21 Εισαγωγή εικόνας ανεβασμένου χεριού του teacher

Για να πετύχουμε την κίνηση του χεριού που κάνει ο καθηγητής βάζουμε στο frame 51 τις διαστάσεις **width: 91 px** , **height: 121 px**, **X: -24 px**, **Y:30 px** και στο frame 76 τις διαστάσεις **width: 139.3 px** , **height: 150.3 px**, **X: -59.1 px**, **Y:25.4 px**, αφού το στρέψουμε προς τη μεριά που θέλουμε .



Εικόνα 4.22 Κίνηση χεριού του teacher

Στο frame 76 χρησιμοποιούμε την εντολή **stop()** για να μην ξεκινήσει πάλι από την αρχή το συγκεκριμένο timeline του συμβόλου teacher.

Χρησιμοποιούμε την ίδια διαδικασία που εκτελούμε για όλα τα μηνύματα που εμφανίζονται στο banner και για τα μηνύματα του καθηγητή, όπως βλέπουμε στην Εικόνα 4.23

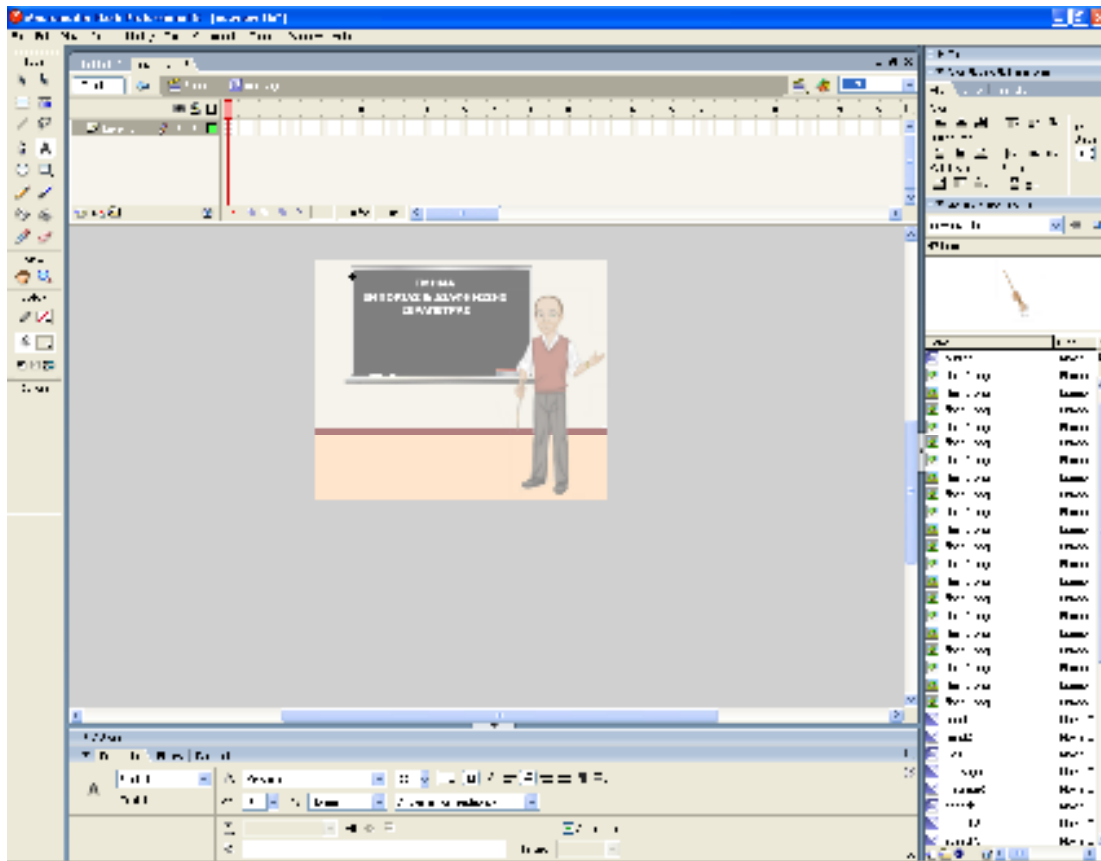


Εικόνα 4.23 Σταδιακή εμφάνιση speech5

4.8 Μήνυμα στον πίνακα

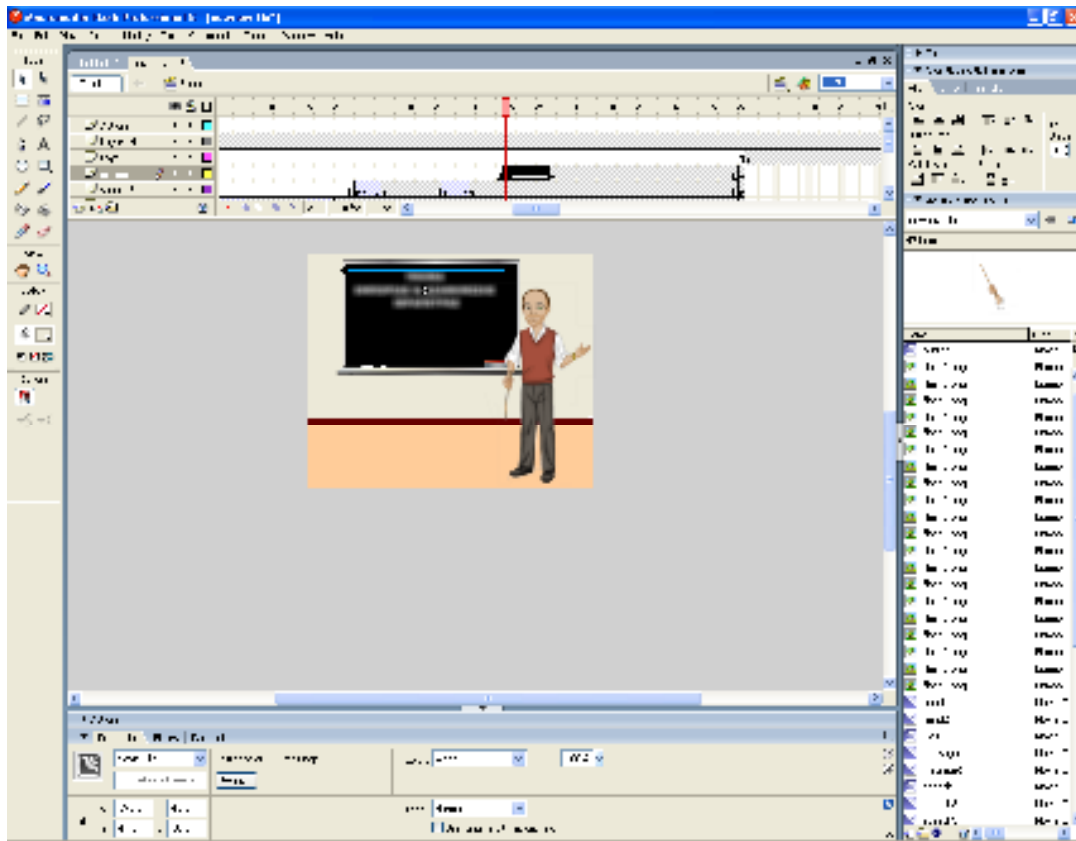
Προσθέτουμε το στρώμα **minima**. Εισάγουμε ένα **keyframe** στο **timeline** στο frame 235 και προσθέτουμε με το εργαλείο **Text Tool** το μήνυμα «**ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ &**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ» . Κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού στο κείμενο και επιλέγουμε **Convert to Symbol** ώστε να το κάνουμε σύμβολο.



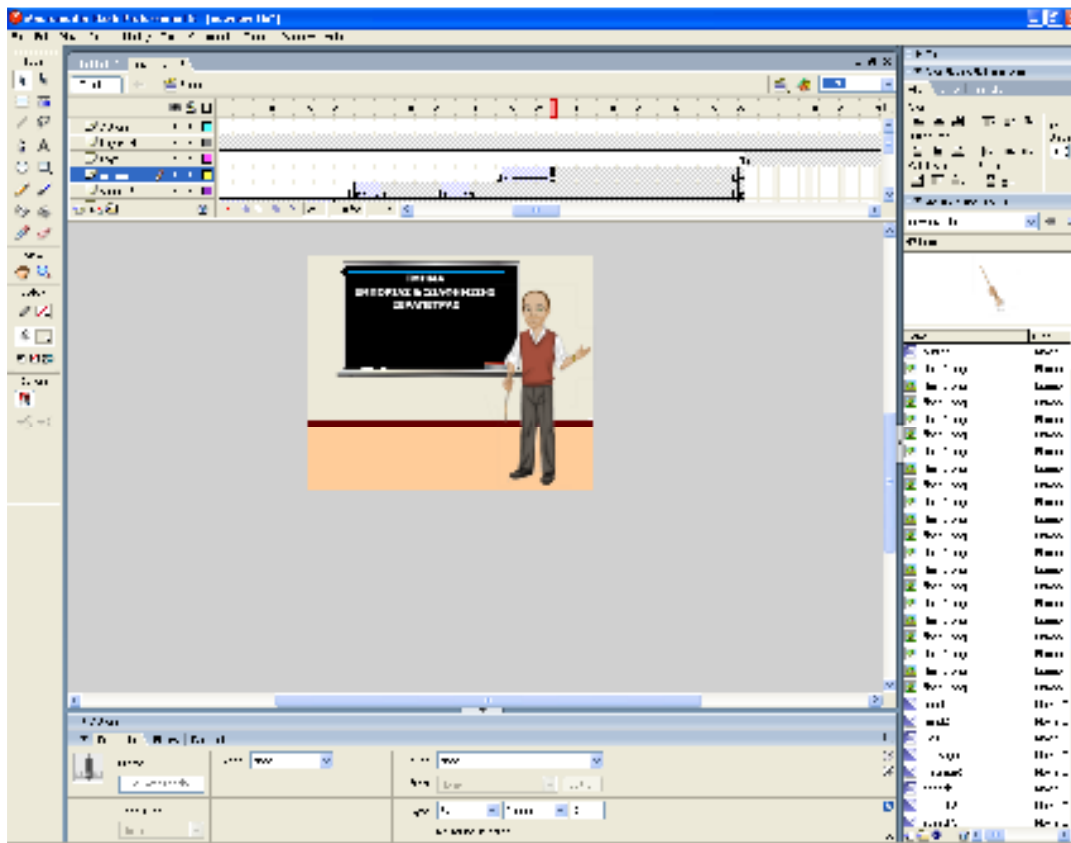
Εικόνα 4.24 Εισαγωγή μηνύματος στον μαυροπίνακα

Στα **Properties** επιλέγουμε **Color: Alpha** και δίπλα αλλάζουμε την τιμή **100%** σε **0%** και στη συνέχεια πάμε στην ετικέτα **Filters** πατάμε το «+» για να προσθέσουμε ιδιότητες στο κείμενο και επιλέγουμε **Blur** στο οποίο βάζουμε τις τιμές **Blur X: 10** και **Blur Y: 10**. Το αποτέλεσμα φαίνεται στην εικόνα



Εικόνα 4.25 Χρήση του Blur για τις ιδιότητες κειμένου

Εισάγουμε ένα **keyframe** στο **timeline** στο frame **242** και στα **Properties** επιλέγουμε **Color: Alpha** και δίπλα αλλάζουμε την τιμή **0%** σε **100%**. Στη συνέχεια πάμε στην ετικέτα **Filters** για να αλλάξουμε ιδιότητες στο κείμενο και επιλέγουμε την ιδιότητα **Blur** που έχουμε ήδη προσθέσει και βάζουμε τις τιμές **Blur X: 0** και **Blur Y: 0**.

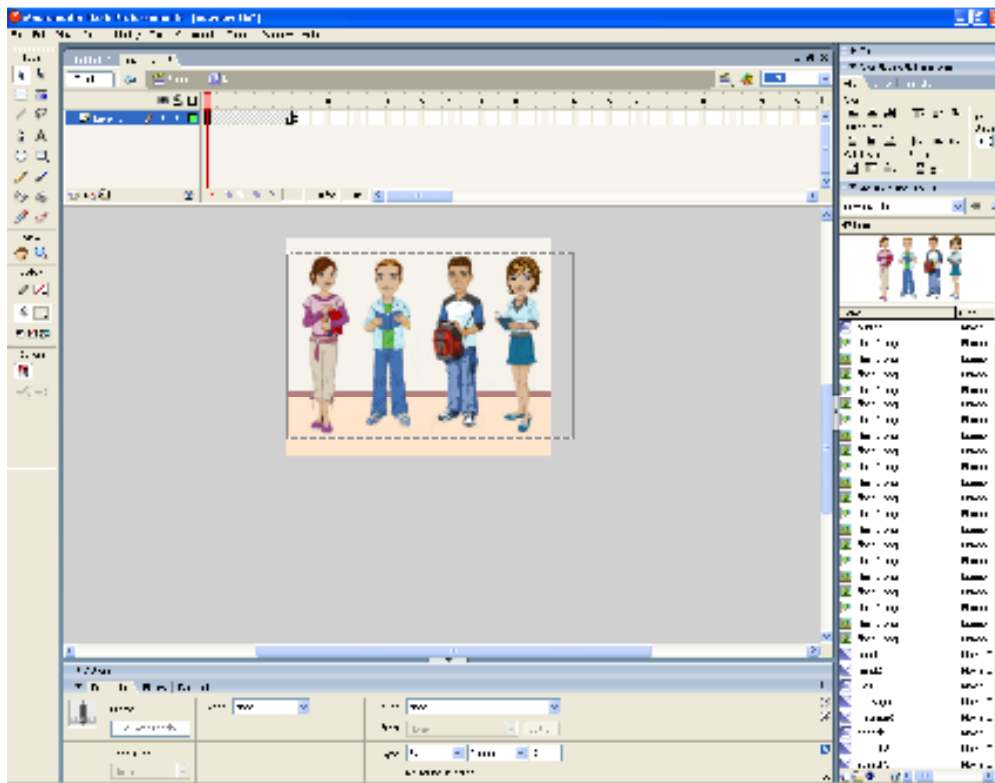


Εικόνα 4.26 Ολοκλήρωση του κειμένου «Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης Ιεράπετρα»

4.9 Αλλαγή χαρακτήρων και αντιδράσεων

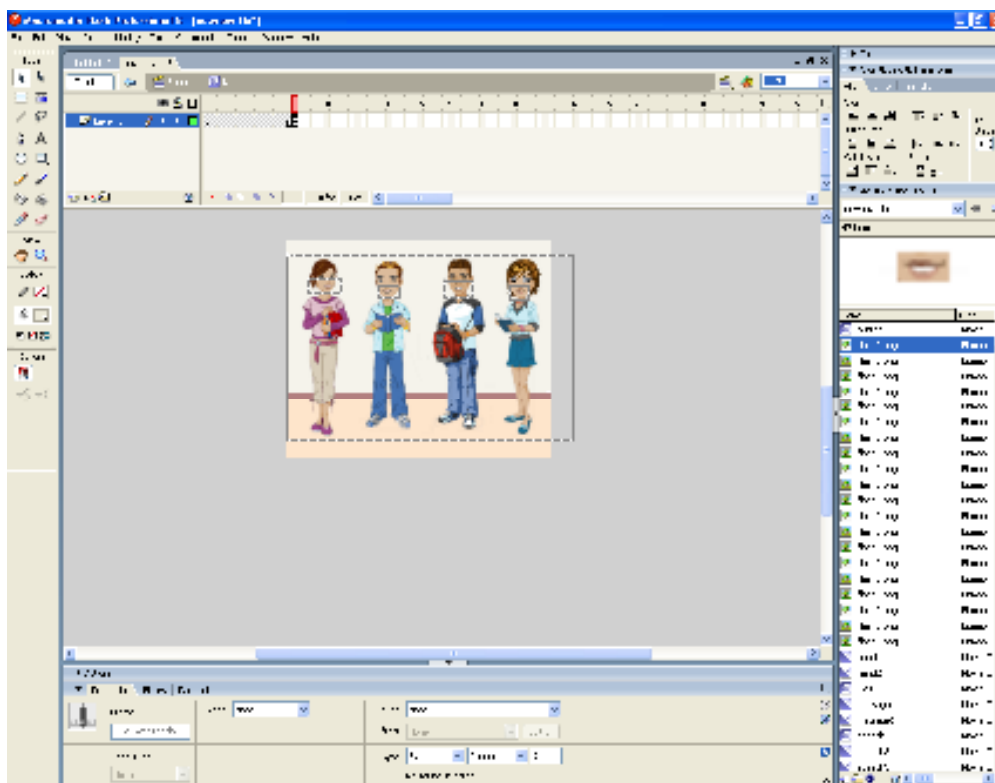
Στο keyframe **270** τελειώνουν στο timeline τα στρώματα **blackboard** και **teacher** με συνέπεια να χαθούν από το προσκήνιο. Προσθέτουμε, στη διαχείριση στρωμάτων, το Στρώμα **mathites**. Εισάγουμε ένα keyframe στο timeline στο frame **271** και προσθέτουμε την εικόνα με όλους τους μαθητές έχοντας απλό μορφασμό στα πρόσωπά τους. Κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού στην εικόνα και επιλέγουμε **Convert to Symbol** ώστε να το κάνουμε σύμβολο.

Έπειτα κάνουμε διπλό κλικ στους μαθητές και παρατηρούμε ότι εμφανίζεται ένα νέο timeline στο οποίο είναι για τις ενέργειες μόνο του συγκεκριμένου συμβόλου. (εικόνα 4.27)



Εικόνα 4.27 Εισαγωγή εικόνας mathites

Για να πετύχουμε την χαρούμενη αντίδραση των μαθητών πάμε στο frame 15 και προσθέτουμε όλες τις εικόνες με τα στόματα των μαθητών με το χαμόγελο.(Εικόνα 4.28)



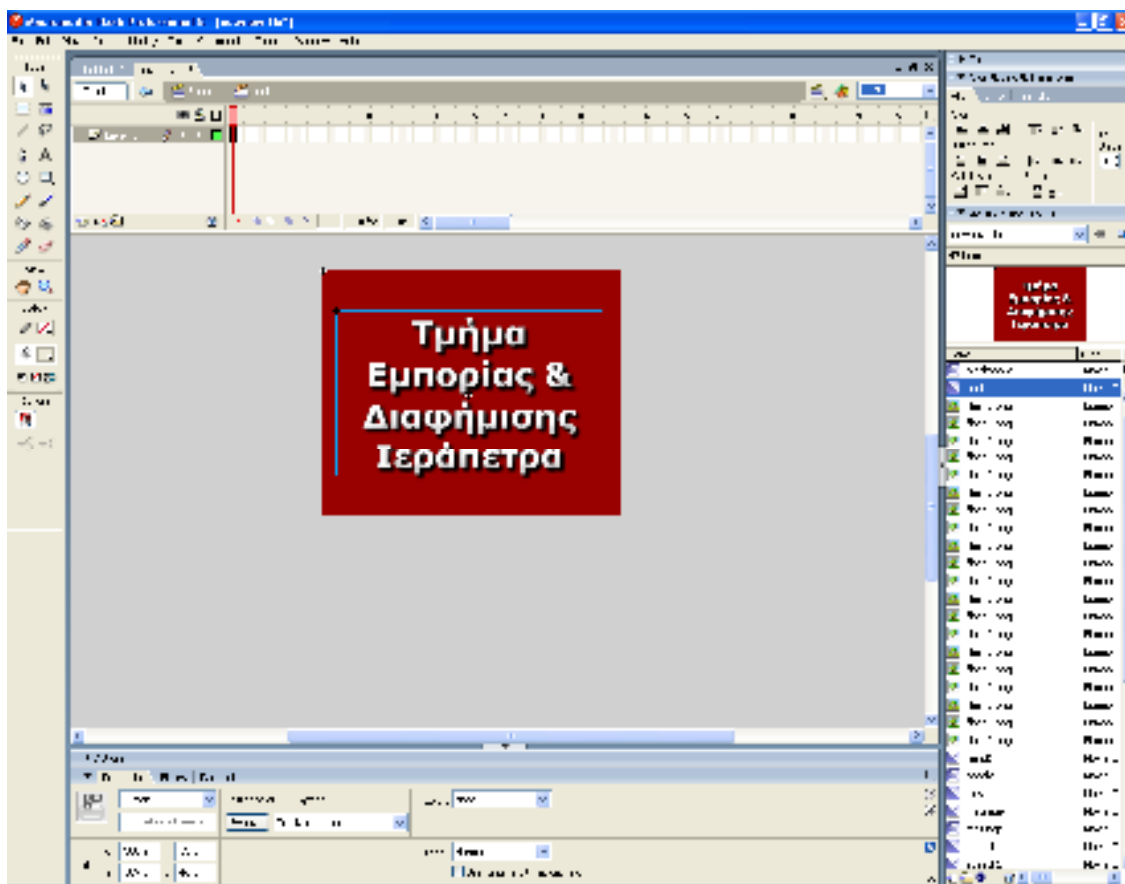
Εικόνα 4.28 Εισαγωγή εικόνων με στόματα μαθητών

4.10 Ιδιότητα Roll Over με το ποντίκι

Μια σημαντική ιδιότητα αυτού του banner όπως αναφέραμε στην **Εισαγωγή** είναι ότι το animation θα ξεκινήσει μόνο εάν εισαχθεί το ποντίκι στο χώρο του banner. Αυτό το καταφέραμε προσθέτοντας δυο επιπλέον στρώματα το Button και το Actions .

Στο στρώμα Actions προσθέσαμε actionscript κώδικα στο 1^ο frame γράφοντας την εντολή **stop()**. Αυτό το κάναμε για να σταματήσουμε την έναρξη του animation πριν αυτό καν αρχίσει, γιατί σκοπός μας είναι να το ξεκινήσει ο χρήστης εισάγοντας το ποντίκι στο χώρο του banner.

Στο στρώμα Button προσθέσαμε δημιουργήσαμε ένα κουμπί που πιάνει όλη την επιφάνεια του banner με το εργαλείο **Rectangle Tool** αφού πρώτα επιλέξαμε το χρώμα που θέλαμε πατώντας το **Fill Color**. Με το εργαλείο **Text Tool** γράψαμε το μήνυμα «**Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης Ιεράπετρα**». Κάνουμε κλικ με το δεξί πλήκτρο του ποντικιού στην εικόνα και επιλέγουμε **Convert to Symbol** ώστε να το κάνουμε σύμβολο. Και επιλέγουμε **Button** ώστε να συμπεριφερθεί σαν κουμπί.



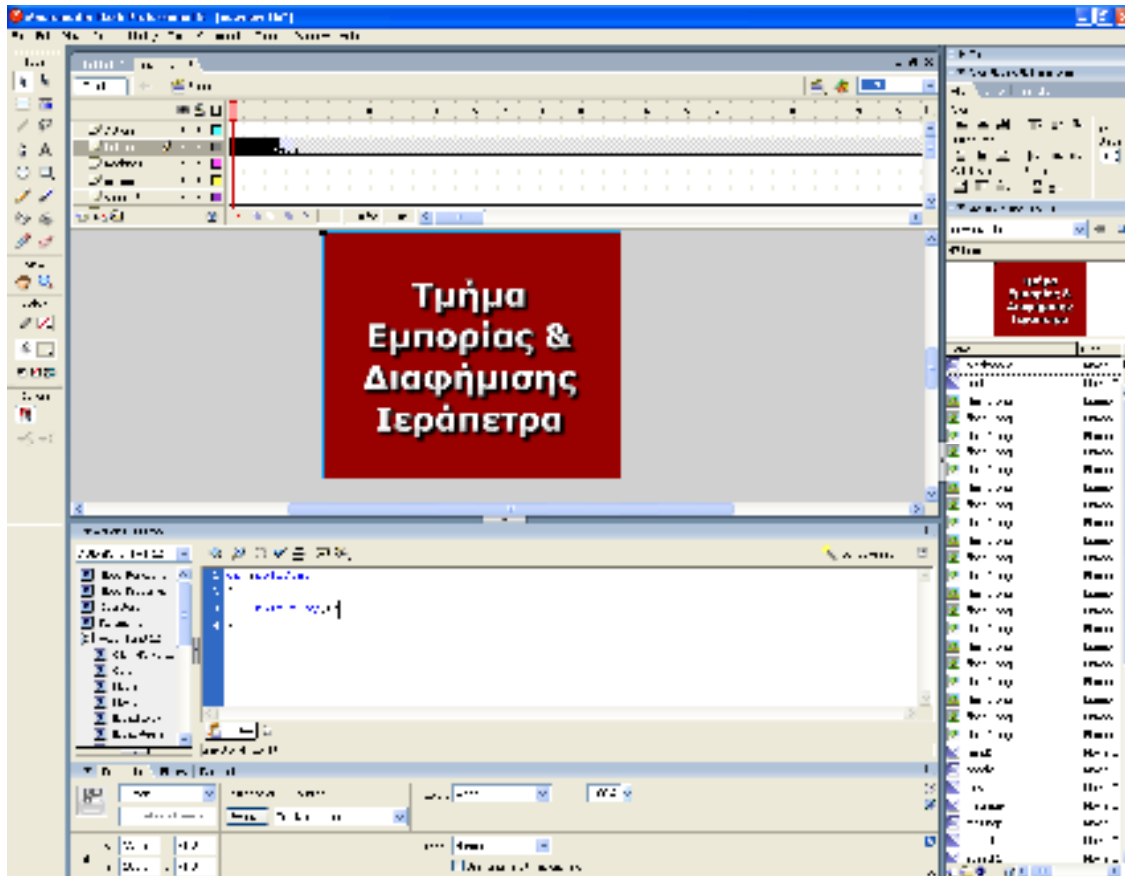
Εικόνα 4.29 Δημιουργία Μηνύματος - Κουμπιού

Στο στρώμα **Button** προσθέσαμε actionscript κώδικα στο **1o frame** γράφοντας

on (rollOver)

```
{  
  this.play();  
}
```

και με αυτή την εντολή αν καταλάβει ότι το ποντίκι εισαχθεί στο χώρο του banner θα εκτελέσει την εντολή **this.play()**; και θα ξεκινήσει το animation.



Εικόνα 4.30 Κώδικας actionscript για το roll over του κουμπιού

4.11 Χαρακτήρες και κομμάτια της ιστορίας



Εικόνα 4.31 sprite2 (αριστερά) & sprite1 (δεξιά)



Εικόνα 4.32 teacher



Εικόνα 4.33 mathites

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Συμπεράσματα Έρευνας

Ένα ποιοτικό διαφημιστικό banner είναι πολύ σημαντικό για την πετυχημένη προώθηση μιας εταιρίας. Η ποιότητα αυτή επιτυγχάνεται αναμφίβολα με ένα flash animation και αυτό γιατί τα κινούμενα γραφικά τραβούν πιο εύκολα το μάτι των χρηστών του διαδικτύου. Ο σχεδιασμός του banner, η στόχευση (κοινό, ενδιαφέροντα κλπ.), τα sites που θα τοποθετηθεί και αρκετοί ακόμη παράγοντες όπως η χρονική περίοδος που αυτό θα αναρτηθεί αποτελούν λίγους μόνο από τους παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται η αποτελεσματική προβολή μιας εταιρίας. Ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που κερδίζει αμέσως έναν επισκέπτη είναι το animated banner να είναι δομημένο με σκοπό να υπάρχει η αλληλεπίδρασή του με τον χρήστη. Η αλληλεπίδραση αυτή μπορεί να επιτευχθεί είτε δελεάζοντας τον χρήστη με κάποιου είδους flash game, στο οποίο αν κερδίσει θα γίνει η παραπομπή στην ιστοσελίδα του διαφημιζόμενου, είτε με κάποια κίνησή του πάνω στο banner η οποία θα ενεργοποιήσει το animation έτσι ώστε να του τραβήξει περισσότερο την προσοχή.

Σε αντίθεση με τους παραδοσιακούς τρόπους διαφήμισης μια διαφημιστική καμπάνια με banners μπορεί να έχει άμεση επίδραση στις πωλήσεις μιας εταιρίας. Ο χρήστης με ένα κλικ μεταφέρεται από τον χώρο του banner στην σελίδα της επιχείρησης του διαφημιζόμενου και μετατρέπεται υπό συνθήκες σε πελάτη του. Αυτό σημαίνει ότι μια προσεκτική επιλογή στην τοποθέτηση banner μπορεί με μικρό σχετικά κόστος να αποφέρει σημαντικά οφέλη σε μια εταιρία. Τέλος μπορεί ο διαφημιζόμενος να ελέγξει μέσω τρίτων φορέων (google adwords) από πού προήλθε το κοινό του και να συλλέξει σημαντικές πληροφορίες για κάποια μελλοντική κίνηση της εταιρίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ:

Adobe Creative Team (2009), Adobe Flash CS4 Professional - Βήμα προς Βήμα, ΓΚΙΟΥΡΔΑΣ Μ., 2009 (Ενότητες: Μάθημα 2, Μάθημα 3) [Πρόσβαση 16-05-2012]

Εγχειρίδιο του Macromedia Flash 8 - Συγγραφέας: Kerman, Phillip
Γκιούρδας Β, 2008 (Ενότητες: Κεφάλαιο 2) [Πρόσβαση 16-05-2012]

Δυναμική Εκμάθηση Flash CS3 Professional - Συγγραφέας: Gerantabee, Fred
Γκιούρδας Β, 2008 (Ενότητες: Μάθημα 5, Μάθημα 11) [Πρόσβαση 16-05-2012]

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ:

O'Reilly Media, Inc. - The ActionScript 3.0 Quick Reference Guide: For Developers and Designers Using Flash (Ενότητες : Part 1: ActionScript 3.0 Introduced) [Πρόσβαση 15-05-2012]

ΠΗΓΗ ΑΠΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ:

Wikipedia – Adobe Flash - 2009
http://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash [Πρόσβαση 29-03-2012]

Wikipedia – Flash Animation - 2009
http://en.wikipedia.org/wiki/Flash_animation [Πρόσβαση 29-03-2012]

Wikipedia – ActionScript - 2009
<http://en.wikipedia.org/wiki/ActionScript> [Πρόσβαση 29-03-2012]

Internetinfo.gr – ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΜΕ BANNER - 2005
<http://www.internetinfo.gr/internetadvertising/index.html> [Πρόσβαση 30-03-2012]

vdimitris.gr – CPC και CPM διαφήμιση στο internet
<http://www.vdimitris.gr/mysql.php?seo=14> [Πρόσβαση 30-03-2012]

Search Engine Marketing – Τι είναι το CTR; (click-through-rate)

<http://searchengine.marketingr.info/optimization/click-through-rate/> [Πρόσβαση 30-03-2012]

Revenuemodels.blogspot.gr - CPA – Cost Per Action - 2012

http://revenuemodels.blogspot.gr/2012/05/cp-cost-per-action-cpa_30.html

[Πρόσβαση 15-06-2012]

TOUCH success - Ηλεκτρονική Διαφήμιση στο Internet

<http://www.touchsuccess.gr/advertising/internet-advertising.html> [Πρόσβαση 30-03-2012]

Susan Kay Moses - Animation ...Selling Beyond the Cels. Advertising & Marketing Review

http://www.ad-mkt-review.com/public_html/docs/fs025.html [Πρόσβαση 30-03-2012]

Χατζηστάθης Αντώνης - Η Ιστορία της Κύπρου με Animation -2011

http://194.42.16.6/action.php?kt_path_info=ktcore.actions.document.view&fDocumentId=6844 [Πρόσβαση 30-03-2012]

Flash Baners - Banner Ad Objectives.

http://www.flashbanners.com.au/banners_banner-ad-objectives.htm

[Πρόσβαση 30-03-2012]

Media-freaks.com - 8 Reasons Why You Should Use an Animated TV Commercial

<http://www.media-freaks.com/articles/8-reasons-why-you-should-use-an-animated-tv-commercial> [Πρόσβαση 30-03-2012]

John Wiley - The Importance of Banner Advertising for Your Business.

http://www.articlealley.com/article_2114266_62.html [Πρόσβαση 30-03-2012]

Raghuseo1 - Banner Ad - Importance of Banner Advertisement - 2009

<http://hubpages.com/hub/Banner-Ad> [Πρόσβαση 30-03-2012]

Flash Professional -Timelines and Animation (Όλες τις Ενότητες)

http://help.adobe.com/en_US/flash/cs/using/WSd60f23110762d6b883b18f10cb1fe1af6-7dada.html [Πρόσβαση 15-05-2012]

Flash Professional - Creating buttons (Όλες τις Ενότητες)

http://help.adobe.com/en_US/flash/cs/using/W5d60f23110762d6b883b18f10cb1fe1af6-7dada.html [Πρόσβαση 15-05-2012]