

Créer et piloter des campagnes publicitaires dans Portix

Le centre de publicité gère les créations, emplacements, calendriers, audiences, plafonds, rotations et statistiques depuis une seule page.

Une campagne au lieu d'un simple bloc HTML

Le centre de publicité de Portix enregistre chaque annonce comme une campagne autonome. L'administrateur peut identifier l'annonceur, choisir une bannière, une carte ou un contenu HTML sécurisé, puis définir le lien de destination.

Programmer la diffusion

Une campagne peut rester en brouillon, être activée, mise en pause ou archivée. Les dates de début et de fin permettent de préparer une opération à l'avance sans intervention le jour du lancement.

Règles disponibles

- priorité de 0 à 100 ;
- poids de rotation entre campagnes de même priorité ;
- limite totale d'impressions ou de clics ;
- limite quotidienne et nombre maximal d'affichages par session ;
- ciblage des visiteurs, membres, ordinateurs, mobiles et chemins du portail.

Mesurer sans régie externe

Les impressions et clics sont comptabilisés dans le stockage JSON du portail. Portix calcule les volumes uniques dans une fenêtre configurable, le taux de clic et les dernières activités. Aucun script publicitaire tiers n'est nécessaire.

Transparence et sécurité

Chaque création affiche un libellé publicitaire. Les liens utilisent l'attribut sponsored, les créations HTML sont filtrées et les images téléversées sont converties en WebP lorsque l'hébergement fournit GD ou Imagick.

Compatibilité des anciennes régies

Lors de la migration des anciennes régies, les lignes historiques au format lien*image*description et les contenus HTML existants deviennent automatiquement des campagnes héritées. Les données d'origine restent conservées.

AccèsAdministration -> Contenus -> Centre de publicité. Article ajouté pour Portix.

Activer uniquement ce qui est utile

La modularité permet d'installer plusieurs fonctions tout en n'activant que celles nécessaires au portail. Cette sélection réduit la complexité des menus et facilite la maintenance. Un module désactivé conserve ses fichiers et ses données, mais ne doit plus exposer ses routes

publiques ou administratives.

Configurer avant l'ouverture

Chaque service possède des paramètres propres : identité visuelle, permissions, catégories, destinataires, tarifs, périodes ou règles de publication. Une configuration incomplète peut produire un écran vide ou une action ambiguë. Il est donc préférable de tester le parcours complet avec un compte administrateur puis avec un compte membre.

Conserver une interface cohérente

Même lorsqu'un module répond à un besoin particulier, il doit rester dans les gabarits Portix : largeur, titres, cadres, boutons, messages et comportement mobile. Cette cohérence réduit le temps d'apprentissage et évite qu'un service donne l'impression d'appartenir à une application différente.

Mesurer et améliorer

Les statistiques, journaux et retours des utilisateurs permettent d'identifier les fonctions réellement utilisées. Un service peu consulté peut nécessiter une meilleure présentation, un accès direct ou une simplification. Les évolutions doivent être documentées et testées avant d'être diffusées dans une archive de mise à jour.

Une régie publicitaire intégrée sans casser le portail

Les campagnes continuent d'utiliser des zones, dates, ciblages et statistiques propres, tout en restant soumises aux protections communes de Portix. Les URL et médias importés sont filtrés afin d'éviter qu'un ancien format publicitaire devienne un vecteur de code exécutable.

Contrôler l'affichage après une évolution de thème

Comme les autres composants visuels, les campagnes doivent être vérifiées sur ordinateur et mobile après une personnalisation. Les boutons et contenus publicitaires ne doivent jamais dépasser les cadres du gabarit actif.