

网络营销知识：网络广告（2）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/170/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E8_90_A5_E9_c40_170437.htm（二）旗帜广告 1、

旗帜广告的特点 旗帜广告即我们通常所说的“Banner Advertising”。网络广告最早即起源于那些位于网站顶部或底部的长方形的旗帜广告。通常，旗帜广告的主流尺寸为468*60，使用静态或动画gif图形。旗帜广告有下面几个突出特点：

（1）可定向性。旗帜广告（包括其他所有的在线广告形式）都具有完全可定向的特点。它可以按照观众的具体公司、代号、地理位置、国家等进行精确定向，亦可以按照时间、计算机平台或浏览器类型进行定向。（2）可跟踪性。市场经营者可以了解客户对其品牌的看法，可以了解对哪些产品更加感兴趣。通过旗帜广告（及其他在线广告），我们不仅能够检验观众对广告的回复率，而且能够准确测量观众对产品兴趣的来源。（3）方便灵活的可操作性。广告人可以随时发布、更新或者取消任何旗帜广告。所有广告人能够在广告分布的头一个星期以最短的时间了解广告的效果，并决定不同的广告策略。（4）交互性。每个广告人的目标是让观众真正参与到其产品或服务中来，让客户真正体验其产品或服务。旗帜广告（在线广告）可以做到这一点，它可以引导观众来到产品或服务的介绍网站，观看产品或服务的演示实例，对于软件产品，观众可以立即下载有关的演示操作版，体验到真实的产品或服务。这在其他传统的广告形式中是根本无法实现的。

2、旗帜广告的评价与定价 在传统的广告宣传测量中，最重要的测量方法是CPM（每千次费用

， Cost per thousand) ，一般都基于印刷品的发行量或电视播出的预计观众数量。我们知道，这些统计量只是一个经验数据，并不能代表真实的观众数量。但是，在基于Web的旗帜广告测量中，我们很容易记录观众访问次数及点击旗帜广告的次数。尽管如此，目前的旗帜广告测量还不能说非常完善，诸如访问者个人信息，以及旗帜广告是否被10个人观看了100次还是被100个人观看了10次等，用现有的测量手段和工具还不能完成。然而，我们没有理由怀疑在今后不能完成这些现在还不可能完成的测量工作。下面是进行旗帜广告测量时的基本要素：（1）点击（Hit）。点击可以记录服务器上某个文件或网页被访问的次数。然而点击次数并不能反应出访问用户的真实数量，而只能反应出所有旗帜广告或其他图形文件等被调用的次数。（2）调用（Request）。调用次数可以准确地反应出某个HTML文件的被访问次数，而不是包含在这个HTML文件中的所有图形文件。（3）访问（Visit）。指一个用户在特定时间段中的连续调用，在这里，特定用户以一个有效的IP地址来确定。（4）IP地址。每个访问Web页的计算机都有其特定的IP地址。一个有效的IP地址可以反应出访问网站的计算机，但不是独立的IP，因为一个计算机可能会使用几个独立的IP地址，所以，IP地址并不能反应出实际的用户数量。（5）有效客户（Unique user）。访问网站的独立客户。通常是通过网站上的登记表格或其他身份验证系统得到具体的统计。（6）第一访问页。FIRST VIEW 它是我们访问一个页面时，所看到的第一屏。这是投放广告的最佳位置，所以，我们的广告条一般都设在这个位置。

（7）综合浏览量（Page View）。网站各网页被浏览的总次数

。（8）点阅（Click through）。指访问者使用其鼠标点击旗帜广告，并自动链接到目标网站地址的过程。点阅率（Click through rate）即用户使用鼠标点击旗帜广告的次数与旗帜广告显示次数的比率。根据I/Pro提供的统计资料，旗帜广告平均的点阅率为2.6%。（9）广告收视次数（Impression）。含有广告的页面被访问的次数。一般提供旗帜广告空间的出版商能够提供适于旗帜广告投放网站的访问测量情况，如上面的主要测量要素。您也可以要求出版商提供上面的基本信息或相关信息，再结合您的目标客户情况，制定出最佳的及最经济的旗帜广告策略。网上广告收费最科学的办法是按照有多少人看到你的广告来收费。按访问人次收费已经成为网络广告的惯例。一般是按照每千人次访问次数作为收费单位，即CPM（Cost Per Thousand）。

3、旗帜广告的交流与发布

（1）. 旗帜广告交换 旗帜广告交换就是两个不同的站点为相互扩大站点的知名度，协商同意互相交换旗帜广告位放置对方的旗帜广告，以达到零费用的双方互惠互利。目前旗帜广告交换有两种方式，一种是通过一些广告联盟组织作为中介，对广告联盟内的组织成员进行相互交互，目前这种方式用得比较多，许多个人主页和小型站点都通过这种方式进行旗帜广告交换，交换时一般要遵循中介的规定和管理，同时在旗帜广告上放置广告联盟中介的标志。另一种方式是愿意交换旗帜广告的双方直接进行交换，该方式直接方便，但交换的面比较窄。

（2）. 旗帜广告媒体选择 旗帜广告媒体选择与传统广告媒体选择基本类似，首先要考虑广告费用；其次是考虑广告的收益，比如广告发布后增加访问量，是否增加了销售收入等；第三次是要考虑广告的效率，即广告接受

者是否是你想接触到的；第四是媒体的形象是否与广告的推广形象吻合；另外，还要考虑媒体能否给你详细的广告效果统计分析数据，这是网络媒体与传统媒体的最大区别所在。

(3) . 旗帜广告的发布 页面位置选择。在每个网页的最上方的位置叫"First View"，访问者不用拖动滚动条就可以看到，这个位置条受到绝大多数客户的青睐，但是也不要小看在网页最下面的广告条。另外，还要使广告靠近网站最主要的内容。通常综合网站都会有"WHAT ' S NEW" 或者发布网站自身新闻的位置，这往往是一个网站中最吸引人的部分，因此广告如果放在这位置附近会吸引更多人的注意。 广告内容更换。

即使您有一个很好的条幅广告，也要经常更换图片，因为研究表明，当同一个图片放置一段时间以后，点击率开始下降。而更换图片以后，点击率又会增加。所以保持新鲜感是吸引访问者的一个好办法。据统计，一般应在2周左右更换一次banner。

(三) 其它类型网络广告

1、电子邮件广告 电子邮件广告就是利用E-mail发布广告信息。由于E-mail的发送非常简单，而且费用非常低廉，吸引许多企业利用E-mail来发布广告。发布电子邮件广告注意下面几个问题：(1)

. 收集E-mail地址 发布电子邮件广告，首先要确定发布对象，也就是收集发布对象的E-mail。收集方法主要有下面几种：一种是发布网站建立访问者反馈功能，让访问者能与站点主持人保持联系，比如利用Form(表单)收集E-mail地址。第二种是从别人手中购买。第三种是最直接的主动收集方法，就是制造某种网上特殊事件让客户参与进来。用这种方式来有意识地营造自己的网上客户群，不断地用E-mail来维系与他们之间的关系。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下

载。详细请访问 www.100test.com