

互动广告从网络走向更多数字媒体形式电子商务考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/535/2021_2022__E4_BA_92_E5_8A_A8_E5_B9_BF_E5_c40_535991.htm 大部分营销商认为互动广告主要以网络广告的形式存在。事实上，互动媒体无处不在，包括网站、移动站点、桌面工具营销和其他一些能够和消费者形成互动的数字媒体形式。这些媒体还包括数字报纸，有时候还被称为电子杂志。这些杂志的线上复制品使得广告商每天都要和精明的消费者打交道（或者至少是电脑和PDA屏幕）。事实上电子杂志的服务是为世界上许多大型报刊发行机构而诞生的。这个行业的领军企业是NewspaperDirect，它是一家位于加拿大温哥华专注于多渠道报刊发行的公司。尽管NewspaperDirect创立之初是专门为消费者、公司、酒店分发当地和国际印刷报纸和电子报刊的，但是如今他已经成长为本行业的知名门户网站。回顾以往，电子杂志上的广告和印刷杂志广告并没有什么很大的区别。许多报刊公司将那些在实体杂志上刊登广告的广告商同样转移到了电子版本上。考试/大经过他们的不懈努力，电子杂志广告经过几年的演变更具有互动性了。比如说，房地产公司所作的广告通过点击按钮可以直接到达呼叫中心。而一个汽车品牌的广告则倾向于表现出它经销商所处的具体位置。NewspaperDirect在2007年10月，发布了一个名为Adget的富媒体widget平台，用来提高公司电子报刊订阅者用户的参与性，而NewspaperDirec在考虑这一项目时，首先想到的就是这种类型的互动广告。有了这一工具，当地和全国广告商就可以尽情发布一些复杂的互动广告吸引用户进行饭店定位或是预订

新车测试驾驶。 当一个广告商在印刷报纸上刊登了广告，他也可以选择¹在电子版本上自助购买完全互动性的Adget广告，该类型广告按照CPA模式进行收费。 Adget广告还可以包含音频和视频文件并支持添加类似于迷你站点的功能。 根据NewspaperDirect策略发展部总监Igor Smirnoff所说： Adget为报刊广告商提供了一种更经济的方法来加强他们和目标群体之间的沟通。 如今广告商不必在google上为广告位而竞价了，他们甚至不需要拥有企业网站。 考|试/大你只需要选择一种适合你本地目标用户的沟通方式就可以了。 当然除了以上的优势之外， Adget对互动营销商来说还有别的吸引之处，在它的内部设置了一个广告跟踪系统可以提高广告商的投资回报率。 因为消费者必须登录之后才可以阅读到他们喜爱的电子杂志。 NewspaperDirect的Adget技术通过采集问题表单来简化和广告之间的互动关系，比如一个消费者只要通过点击Adge广告就可以询问道他所感兴趣的关于当地家具商场的分类情况，而在这询问表单中已经包含了关于这个用户的个人信息。 当用户进入品牌网站或是二级在线表单的时候他们不需要关闭电子杂志就可以和Adge广告形成互动了。 它就像其他富媒体广告一样，用户的行为都包含在了广告许可的范围之内。 Smirnoff认为，用户花费在广告上的时间应该是他们自身感兴趣的而不是迫于无奈。 对Adge广告商来说，他们所购买的经济有效的互动广告更容易激起用户的回应。 互动媒体的形式变化万千，互动广告也是如此。 很高兴能在这里跟大家一起分享这个新兴的互动广告购买形式。 F8F8" 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