

综合辅导之体验“以人为本”的网络广告电子商务考试 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/545/2021\\_2022\\_\\_E7\\_BB\\_BC\\_E5\\_90\\_88\\_E8\\_BE\\_85\\_E5\\_c40\\_545939.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/545/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c40_545939.htm) 网络被喻为最为“有据可循”的媒体，大量不同层面的数据支持着我们的理性分析、决策，也为广告投放优化、更佳效果的到达提供了可能。比起传统媒体广告，网络广告决策无疑是更为丰富、科学的。也恰恰因其精准、可测量性，网络广告逐渐获得广告主的认可和信赖。但来势汹汹的经济危机的影响下，我们需要压缩成本，却不希望营销效果打折，面临如此难题，考试/大我们不禁要向数据要效果：我们要清楚的知道广告效果的单一受众成本，我们还需要对受众有更为详尽的认知。如此需求下，唯有深入挖掘、利用数据才能够为我们打开网络营销新局面；或许，网络广告的美妙，才刚刚开始；或许，真正“以人为本”的网络广告，您还没有体验到？还在对不同网络媒体的用户分而治之吗？由于网络媒体呈现出百家争鸣的态势，另外不同网络媒体也呈现出不同的特点，越来越多的广告主习惯了对不同类型的网络媒体分而治之，如选择媒体形象好的综合门户完成品牌宣传，而以用户覆盖、PV、用户活跃度指标尚可的垂直网站完成产品促销、推广。以网络媒体为单位的网络广告投放仅仅是依据媒体用户特性对用户群体进行了粗略的划分，进而分别开展营销计划。但每一个覆盖下到底是怎样的用户；不同网站间的用户是怎样的交叉关系；个体用户间的网络行为差异在哪里，如何利用个体用户网络行为差异改善网络广告投放？这些问题都没有得到完美的解决。因此，网络广告还存在很大的优化空间，为了使网

络广告达到更加优良的效果，我们需要以个体用户为基础，建立起“以人为本”的媒体资源整合利用方案。考试/大即在包括丰富网络媒体的广告网络内，利用cookie和IP地址标记个人用户，实现媒体间用户去重，追踪、判断个人用户行为。在广告网络内，媒体限制被打破，以用户基本信息、网络行为数据分析为基础，将网络内用户分类，分别制定不同的营销计划，这使得我们的广告投放针对性更强，从而降低了广告效果的单一受众成本。还在对不同用户使用同一套网络广告方案吗？用户的网络浏览行为是多变的、难以捕捉的，但我们的营销目标、计划却是具体、有逻辑的。为了在两者之间取得平衡，广告网络采用先进的网络广告技术，定位于个体用户，从而实现网络广告“定制”化，精准度、针对性大幅提高：

地域定向：广告网络不仅能够实现省级别的用户定位，更加能够精准定位到全国300多个地级以上市，从而使得网络广告对线下营销活动的支持、配合作用体现得更加淋漓尽致，不同地区间的营销活动差异化执行效果更为出众。

创意轮番：通常网络广告的投放都会有固定周期，对在任何时间、以任何频次登陆网站的网络用户来说，都采用同一营销步调，从而难保所有网络用户浏览行为与网络广告整体排期完全覆盖。因此会发生网络用户仅接收到部分网络广告诉求的现象，如当浏览者仅在活动的末期登录网站时，浏览到的仅仅是宣传末期的广告信息，而并非完整的诉求，自然难以保证广告效果。因此，网络广告投放中加入创意轮播机制，针对不同用户区别性传达广告信息。在网络中，消费者无论哪一天、出现在哪家媒体都能获得一个连贯的逐步深入的广告信息发布。轮番机制以每个用户的浏览时间、频次为基础

，针对性调节网络广告投放内容、频次，保证用户接收到完整系列的广告诉求、提升网络广告效果的同时，提升网络广告性价比。频次控制：研究发现，最有效的创意展示次数为每个人3-6次/天，在这个频次下用户接受网络广告影响效果最好。考试/大技术投放控制同一个消费者在网络内所有媒体看到广告的次数，减轻消费者疲劳，保障您每次的广告曝光更加有效，减少不必要的浪费，使有限的预算利用更加充分合理。基于客户关系管理的网络广告投放，你体验了吗？通常，网络广告投放历史数据对后续营销行为的借鉴意义疏于挖掘，而事实上，在全网络内基于个人用户的历史营销行为、数据挖掘和分析的网络广告投放将使得我们的营销活动更加深入、有效。通过Cookie追踪广告网络内用户的互联网浏览行为，把浏览行为与人口数据、购买数据整合，并且通过每一次网络广告投放，积累品牌自己的用户cookie库、数据库、行为库，未来市场活动便可以利用以前活动积累的资产进行持续的、深度营销。由于具有先进网络技术的支持，以深入挖掘网络用户行为特性为切入点，通过标记个人用户Cookie，实现跟踪、归类，记录用户浏览行为，针对品牌，建立潜在个人用户数据库，更加可以实现历史投放、浏览数据分析，帮助广告主通过本品牌历史数据分析不断优化、完善后续的网络广告投放。在下次campaign中，品牌可以针对不同的用户采用不同的投放方式、发布不同信息去影响用户。因此，用户将接收到更加符合个人需要品牌、产品信息，网络广告传播效果也将随之提升。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](http://www.100test.com)