

网络营销：网络广告的计划 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E8_90_A5_E9_c40_64891.htm 站点的分类：从网站的

经营者的角度看，有政府站点、商业站点和个人站点；从网站类内容来看，有综合类、工商金融类、信息产业类和其他专业类；从网站的定位来看，有一般的ICP、门户站点和虚拟社区站点等。通过站点的分类过程，去熟悉各主要网站，为计划打好基础。

站点的评估：评估网站的目的是为了了解国内网站的总体发展状况，发现网站的共性和发展的趋势，为以后的网站的选择提供依据。评估可以从流量入手，但要特别小心流量的单位，尽量用一种单位，以便于网站间的比较。常用的单位有：页面浏览量（pageview）、点击（hit，其定义比较模糊）等。然后再从网站的编辑内容、系统的稳定性及网页的制作水平等方面进行综合评估。

站点的选择：首先，站点的选择应当符合媒介目标和策略，假若要在网上做告知性广告，可能会选择流量大的站点，并会组合多个站点。其次，站点的选择应当同广告的目标受众有最大的重合。如果针对的是某个区域内的目标受众，则那些流量主要来自该区域以外的站点就不适合选择。再者，站点的流量是否可以满足设定的数量。一般情况下，有第三方审核的站点应当有加分的机会，在同样的条件下可以优先选择。另外，就国内目前互联网的发展水平看，系统的稳定性也是一个不可或缺的选择条件。

广告表现形式的选择：目前世界上最常见的网络广告形式是旗帜广告，最常见的尺寸是468*60像素。一般用几帧画面以动画的方式表现。丰富的图文旗帜广告

(RichBanner) 是这段时间在国外颇为流行的广告形式，它强调更高的互动性、更好的视觉和听觉效果和三维动画效果。只是这种广告的文件通常都比较大（约在36K以上），对网络的传输速度要求甚高，在国内近期恐难以流行。除此之外还可以做赞助广告，广告尺寸可以是大到整个站点，小到站点中的某个频道。最后还有在电子邮件中夹带广告，但要求文件比较小。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