

*Тема лекции:*  
**«Реклама в Internet»**

<http://egipko.narod.ru>

# Виды и назначение рекламы

## **I. Реклама прямого содействия продвижению и продаже товаров и услуг с назначением:**

- *Привлечь внимание потенциального покупателя, клиента.*
- *Заинтересовать, пробудить у клиента интерес к рекламируемому товару или услуге.*
- *Подтолкнуть к переходу на основной сайт продавца товара, услуг с помощью элемента недосказанности в содержании рекламы.*
- *Побудить к действию, то есть к покупке товара или услуги на сайте продавца.*

## **II. Имиджевая реклама, брендинг с назначением:**

- *Повысить узнаваемость бренда, логотипа компании, значка продукта ...*
- *Составить положительное отношение к бренду, компании, продукту.*

# Преимущества Internet-рекламы:

- возможность оперативного анализа и корректировки рекламной компании;
- интерактивность (связь потребителя с рекламодателем для оформления заказа непосредственно через рекламный носитель и т.п.);
- относительно низкая стоимость затрат на рекламу;
- возможность автоматизации **таргетинга** (англ., *target* - цель) – рекламного механизма, позволяющего выделить целевую аудиторию и показывать рекламу именно ей;
- возможность автоматизации **профайлинга** (англ., *profile* - профиль) – совокупности психологических методов и методик оценки и прогнозирования поведения человека на основе анализа наиболее информативных частных признаков, характеристик внешности, невербального и вербального поведения и т.п.

# Баннерная реклама

**Баннер** (англ., *banner* - флаг, транспарант) - графическое изображение рекламного характера, аналогичное рекламному модулю в прессе, как правило, содержащее анимированные элементы, а также являющееся гиперссылкой на основной сайт рекламодателя или страницу с дополнительной информацией.

Известны следующие **типы** баннеров:

1. **Статичный**, в основном, в виде *JPEG*-файла.
2. **Анимированный** в виде *GIF*-файла.
3. **Флеш-баннер**, в основном, в виде *SWF*-файла.

# Размеры баннеров

<b>Размеры в пикселях</b>	<b>Название</b>
468 x 60	полный баннер
234 x 60	половинный баннер
150 x 80	«ушко» российское
125 x 125	квадратный баннер
120 x 240	вертикальный баннер
120 x 90	кнопка 1
120 x 60	кнопка 2
88 x 31	микро-баннер

# Способы размещения баннеров:

1. Размещение баннера на часто посещаемом сайте (за плату).
2. Размещение баннера по двухстороннему договору об обмене баннерами с администратором сайта схожей тематики.
3. Размещение баннера через сети баннерного обмена – **BES** (бесплатно).
4. Размещение баннера через коммерческие баннерные сети.

# Эффективность баннерной рекламы

Эффективность баннера оценивается параметром **CTR** (*click through ratio*) — это отношение количества кликов к количеству показов, измеряемое в процентах.

Чем выше величина **CTR**, тем эффективнее (к имиджевой рекламе не относится) считается баннер. Например, **CTR** = 2 % означает, что на каждые 100 показов баннера приходится 2 перехода на рекламируемый им веб-сайт.

На заре становления Интернет-рекламы **CTR** в 1 - 2 % считался нормальным. Сейчас обычным для баннера считается **CTR** в 0,3 - 0,5 %. Как правило, меньшее значение свидетельствует о неудачной рекламе.