

# Реклама в интернете

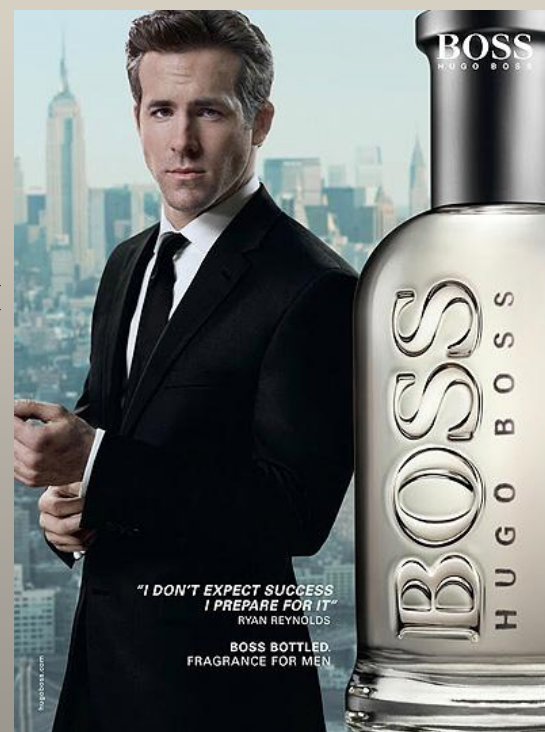
**Выполнил ученик 8 «К1» класса**

**Медведев Данил**

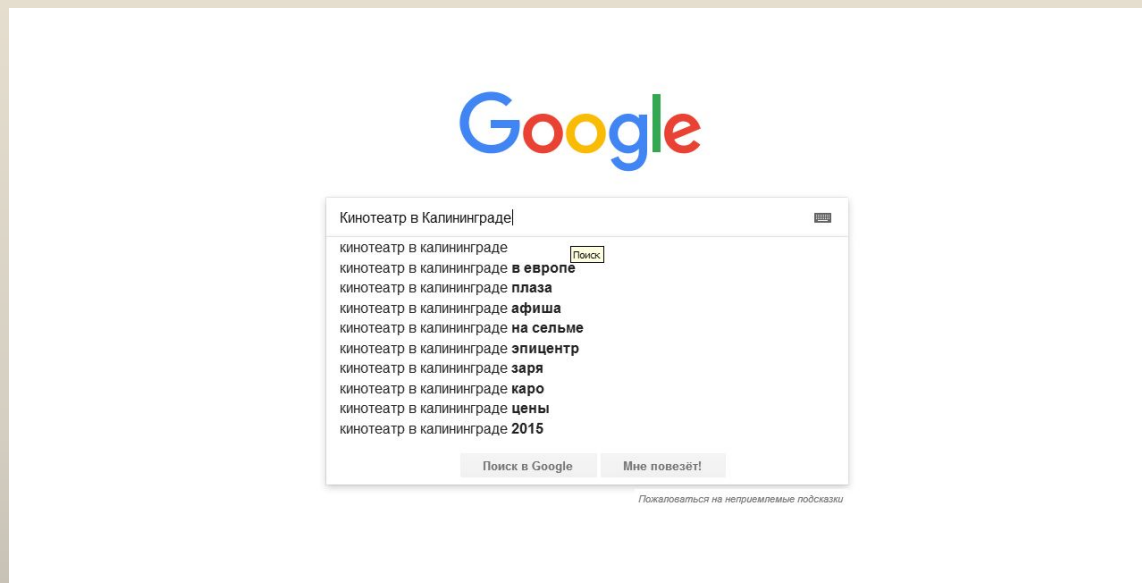
Без рекламы в современном мире застой наступит во всех отраслях торговли, будь то продажа продуктов или автомобилей, либо реализация всевозможных услуг.

Реклама необходима не только продавцу, но и потенциальному покупателю. Основной задачей производителя является подача своего товара.

Это нужно сделать так, чтобы потребитель заинтересовался предлагаемым продуктом, чтобы он запомнил бренд, узнал его, и при покупке в черед одготипных товаров, выбрал именно тот, о котором узнал из рекламы.



# Реклама в сети имеет, как правило, двухступенчатый характер.



Первым звеном воздействия является внешняя реклама: баннеры, текстовые блоки и другие рекламные носители, размещаемые на популярных и тематических сайтах. Сюда же относится реклама с помощью поисковых систем и каталогов, реклама в списках рассылки, публикации на новостных сайтах и множество других способов.

Все это воздействие принято называть пассивной рекламой, поскольку она не находится под контролем пользователя.

Пользователь видит рекламу, как следствие взаимодействия с сайтом веб-издателя (его посещения). Вы посещаете новостной сервер, для того, например, чтобы узнать курс валюты, и встречаете на первой странице баннер, рекламирующий страхование автомобилей.

Этим данное звено похоже на рекламу в традиционных масс-медиа. Человек покупает журнал для того, чтобы почитать новости и статьи на интересующую его тему, а не ознакомиться с новым рекламным объявлением. Домохозяйка включает телевизор для просмотра сериала, а не рекламных роликов и т.д.

Вторым рекламным звеном является то, что пользователь получает после взаимодействия с рекламой.

Как всем известно, самой распространенной формой взаимодействия является нажатие мышкой на баннер или рекламную ссылку с последующим попаданием пользователя непосредственно на веб-сайт рекламодателя.

Непосредственно на баннере (используя Cgi, Java или Flash технологии) пользователь может ответить на вопросы или подписаться на список рассылки.



# Виды рекламы

Она представляет собой текст, сопровождаемый ссылкой на страницу рекламодателя. Данная форма является наиболее простой, но имеет множество ограничений.

Ее применение в настоящее время ограничено лишь теми случаями, когда использование графической рекламы невозможно или нежелательно.

Однако, есть случаи, когда данная форма является наиболее эффективной. В частности, это контекстная реклама на поисковых системах.

# Медийная реклама

Размещение тексто-графических рекламных материалов на сайтах, представляющих собой рекламную площадку. По многим признакам аналогична рекламе в печатных СМИ. Однако, наличие у баннера гиперссылки и возможность анимированного изображения значительно расширяют возможности воздействия медийной рекламы. Как правило, медийная реклама имеет форму баннерной рекламы.

Важнейшее средства передачи информации при помощи в медийной рекламе – это баннеры с различной текстовой и графической информацией. Важнейшее отличие Интернет-рекламы с использованием таких средств – это возможность крутить информацией в рамках одного блока как угодно. Баннер в Интернете позволяет показывать рекламный текст или графику поочередно. Или можно совместить их показы. В итоге можно создать даже полноценный видео-ролик.

# Графическая реклама с неизменным размером

К данной форме рекламы относятся все виды баннеров с неизменным размером, размещаемых внутри страниц рекламного СМИ. Данные формы рекламы могут быть как статичными, так и анимационными. Они могут быть изготовлены с применением самых разнообразных технологий. В единую группу их объединяет следующее: неизменность размера в ходе демонстрации и статичность места расположения на странице.

Даная форма рекламы является самой распространенной и общепринятой. Реклама данного типа есть на всех информационных сайтах, она поддерживается всеми рекламными сетями. Например:



К достоинствам данной формы рекламы относится широта распространения и относительная простота в изготовлении.



Значительный рост рынка Интернет-рекламы в последний год связан с тем, что традиционные носители информации – растяжки, печать в СМИ, билборды, теряют свою эффективность. Интернет показал убедительные преимущества рекламы именно в сети. В пользу этого играют не только широкие технологические возможности Интернета, но и возможность давать рекламу максимально эффективно и адресно.

Реклама на телевидении, радио, в газетах, придорожных билбордах перестала приносить желаемый эффект? Слишком дорога? Попробуйте запустить рекламную кампанию в сети и оцените эффект!

По статистике 70% клиентов различных фирм на вопрос: "От куда Вы узнали про нас", отвечают: "Из Интернета", 30% клиентов ищут офисы в аренду в Интернете, прирост на рекламном рынке в Интернете в год составляет выше 80%, 10% жителей РФ пользуются Интернетом (16 млн. чел.), в одной Москве постоянными пользователями Рунета являются 50% местных жителей.

Как видно из статистических данных, не смотря на то, что Интернет-реклама в разы дешевле наружной, она не менее эффективная и продуктивная.