

网络广告六大基本原则 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\\_E5\\_B9\\_BF\\_E5\\_c40\\_64894.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E5_B9_BF_E5_c40_64894.htm) 网络广告不同于传统媒体广告，有很强的针对性和可评估性是其中最主要的两大优点。对于网络广告的特殊性，我们简要介绍在运用过程中应注意的六个基本原则。也没有什么较特别的新意，但往往许多从事网络营销工作者粗心忽视，在此提醒您的注意。在开展网络广告之前，仔细研究您目标对象的每一个细节，包括他们上网行为，经常爱去的站点等。您的网络广告应适时适地地出现，即您的目标对象在他们经常出没的地方，在需要了解您产品或服务的时候，他们能看到您的广告。有创意，形式多变。广告条和内容清晰简明又有号召力，不但向来访者提供您产品或服务介绍，也同时向他们提供其他有价值的信息。当提供特殊消息时，不要将主页作为链结页面，而直接联入您设计的页面。仔细分析从广告页面到您的链结页面之间的各个参数。不仅仅关注点击次数，而且分析判断出点击的比例是否恰当。需指出的是，谨慎使用含多媒体技术的网络广告。虽然这类广告更能激发网民们的注意和响应，但最近的网络调查结果显示，只有三成的家用电脑能观看在线多媒体音频视频，一半左右的网民使用33.6和56K的调制解调器。所以在现实的网络中只有少部分人能看到多媒体广告。随着网络带宽的增加，宽带技术（包括多媒体）将在不久的将来越来越流行，但现在还不是。网络广告业以惊人的速度在增长，同时网络广告效果在下降。大家注意到，衡量在线广告效果的一个很重要标志-点击率在下降。这是为什么呢？

现在的网站充斥着大量的广告条，而网民们则越来越有经验，不会再像以前那样轻易地点击那些新奇的广告条，不会再像以前猎奇般地从 一个页面跳向另一个页面长时间地浏览。他们明白他们在互联网上想得到什么，而且要快速地得到。他们讨厌广告条，因为这些广告条延长了他们所需浏览页面的下载时间。网上冲浪者的这种变化，使得在线广告业人士有些无所适从。我们必须面对现实，适应这种变化。因此在以上网络广告六大原则之外，我们补充以下三条，供您参考。

互联网是使用者的媒体，网民们在很大程度上主宰着网络交互的过程。商家是不知他的产品何时能卖掉，但网民们可以告诉商家他们什么时候会买。在线交互是多种努力的结果，包括各方的智慧、艺术和许多其他技术支持。在线广告和随后的买卖交互没那么简单。新媒体，新规则。传统思维不再适用，尤其在网络广告中。我们都需要开拓性的创新。如果人们在不同场合看到您的广告条或交换链结，他/她点击进入您页面的可能性会增加，这是人们一种行为习惯，颇似传统广告，需有一定的“频度”，才能唤起人们日渐麻木的反应。广告链结的页面可以是您网站的首页，也可以是针对性的次页，我们建议后者。不要让点击的来访者进入您首页后，还要再去寻找他们所需的信息。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)