



بنرها پر استفاده ترین تبلیغات اینترنتی

Banners Best useble internet Advertising

این نوع تبلیغ ایجاد کرده است. برای کسانی که از ابزارهای سنتی تبلیغ، مانند تلویزیون، رادیو یا تبلیغات چاپی استفاده می کنند، تبلیغات بنری نقش بسزایی در افزایش قابلیت های تصویری علامت های تجاری دارند و همین طور میانگین تعداد کلیک ها را افزایش می دهند. مطابق گزارش تبلیغاتی فورستر در شرایط یکسان، تبلیغات online تاثیر بسزایی در مشهور شدن نام تجاری شرکت ها دارند (چیزی در حدود ۶۰ درصد).

هزینه این نوع تبلیغات بسیار کم تر از تبلیغات عادی است.

به یاد داشته باشیم که بازاریاب ها باید برای افزایش بازدهی، از فناوری نوین در ترکیب تبلیغات online و offline استفاده کنند. افرادی که ابزارهای تبلیغاتی سنتی را برای محصولات خود مناسب نمی دانند، می توانند از تبلیغات بنری برای گسترش نام شرکت خود بیش ترین بهره را ببرند. کلید موفقیت افرادی که فعالیت هایشان ارتباط تنگاتنگی با شبکه اینترنت دارد، گنجاندن بنرها در وب سایت هایی است که به نحوی به موضوع تبلیغ آن ها مرتبط هستند. دیدن تبلیغات بنری یک شرکت از سوی مشتریان، چه با کلیک بر روی آن ها همراه باشد و چه نباشد، در معروف کردن نام شرکت با هزینه ای اندک، نقشی باورنکردنی دارد. امروزه بنرها را حدود ۴ تا ۸ هفته در سایت قرار می دهند، اما برای دست یابی به نتیجه بهتر، به زمان بیش تری نیاز است. تبلیغات آرم شرکت ها در اینترنت مانند موارد سنتی مشابه، به تلاشی بسیار نیاز دارد، اما در این مورد شما باید گاهی مطالب را به روز کنید. در این صورت مطمئن باشید نام آرم تجاری مورد نظرتان را در ذهن ها ماندگار می کنید. حجم، فضا و مکان قابلیت های ارتباط دوسویه و شیوه های بیان گفتاری و شنیداری تبلیغات بنری در صفحات وب رو به افزایش است. اگر پیش از این که سایر بازاریاب ها خبردار شوند و فرصت ها را از چنگ شما در آورند، به کسب درآمد از این منبع بپردازید، خواهید دید که در مدتی کوتاه مزایای بسیاری به دست می آورید و به سرعت معروف خواهید شد.

منبع: اینترنت

تبلیغات بنری با وجود حجم کم وسیله ای کارآمد برای تحقق اهداف چندمنظوره اند؛ زیرا بنرها در حقیقت بخشی از پیام های تبلیغاتی شرکت ها و وب سایت ها هستند. این شیوه تبلیغ، اسم، نشانه (logo) و تولیدات شرکت ها را با روش هایی گوناگون و متنوع به نمایش می گذارد. بنرها، ابزاری برای افزایش میانگین کلیک ها به شمار می آیند که بدون پرداختن به جزئیات، مشتری را به کلیک تشویق می کنند.

بنرها و کاهش کلیک ها

در اوایل قرن حاضر، با کاهش تعداد کلیک ها از ۲ تا ۳ درصد در دهه ۹۰ به ۰/۵ درصد، این تصور به وجود آمد که عمر مفید بنرها به پایان رسیده است. خوشبختانه، در آن زمان تحقیقاتی انجام شد که نشان می داد بنرها نقش مهمی در معروف کردن نام و نشان تجاری شرکت ها در اینترنت به عهده دارند. در واقع، با وجود کاهش میانگین تعداد کلیک ها، معیار دیگری با نام روش های بازاریابی زنجیره ای وجود دارد که بر موثر بودن بنرها تاکید می کند. بدیهی است، روش های بازاریابی زنجیره ای تاکنون کمک های قابل توجهی به فروش از طریق شبکه اینترنت کرده اند. به این ترتیب، بنرها حتی با کاهش میانگین کلیک ها، هنوز در تبلیغات اینترنتی نقشی پررنگ دارند و حتی در سال های گذشته، با توجه به افزایش علاقه مردم به اینترنت، کارایی و نقش بیش تری در بازاریابی الکترونیکی پیدا کرده اند. اگر تبلیغات بنری را با روش بازاریابی مستقیم از طریق پست مقایسه کنیم، درمی یابیم که انتظار ما از تعداد پاسخ ها باید واقع بینانه باشد. آمار نشان می دهد که پاسخ های به دست آمده از بسته های پستی فرستاده شده، بسیار اندک و حتی کم تر از ۰/۵ درصد است. بنابراین، چندان مایه تعجب نخواهد بود اگر میانگین تعداد کلیک ها در هر صد کلیک، در مورد بنرها نیز در همین سطح باشد، نکته ای که به ذهن می آید این است که بنرها هنوز هم به طور مستقیم نیازهای شغلی را برآورده می کنند. این امر شاید به توانایی بنرها در تبلیغات مربوط به آرم و زنده نگه داشتن نام شرکت ها، محصولات و خدمات و هم چنین یادآوری بی در پی نام آن ها برمی گردد.

بنرها و نام شرکت ها

پر استفاده ترین تبلیغات اینترنتی، بنرها هستند و استفاده از ابزار و روش های نوین، افزون بر افزایش تاثیر این روش تبلیغاتی، انقلابی در

