

РЕКЛАМА В СЕТИ INTERNET



АНТОН
ЛУХТ

В отличие от радио и газет

В отличие от рекламы в других средствах массовой информации, в Internet можно разместить любое количество информации с любой степенью детализации — вплоть до фотографии второго мужа первой жены старшего программиста. И все это не в ущерб внешнему виду документа, содержащего рекламу.

Как это? — спросит читатель, привыкший к виду набранной петитом информации от турфирм, отбирающей у содержательной части статьи добрую ее половину. Очень просто — ответит любой работавший хотя бы 5 минут с программой Netscape. На странице с текстом просто размещается ссылка на “сайт” (страничку) рекламирующей себя фирмы. А уж там фантазии рекламодателя обретают полную свободу.

Кстати, структура гипертекстовых документов порождает еще одно преимущество: если пользователь все-таки решил ознакомиться с информацией о фирме, то он может выбрать те разделы и ту степень детализации, которую ему захочется. Конечно, это приятно не столь рекламодателю, сколь рекламопотребителю, но разве не является одним из немаловажных достоинств рекламы ее приятность для того, к кому она обращена?

Что такое динамическая реклама?

Перечисленные достоинства относились к области статической рекламы. А основной чертой компьютера является его способность изменить поведение в зависимости от течения времени и изменения внесенных факторов. Например, на одной странице могут безболезненно сосуществовать

реклама ночного клуба, пивзавода и компьютерного центра. Первая будет появляться по вечерам на выходных, вторая в послепраздничные утра, третья — во все остальные дни. Реклама может появляться в нужное время в нужном месте и не мозолить глаза в остальных случаях. И стоит это будет дешевле.

Еще одной приятной реализацией концепции динамической рекламы являются поисковые системы — сервера, выполняющие благородную миссию вылавливания из хаоса Internet разнообразной информации и систематизации ее. Если кому-то нужно узнать, например, о курортах Таиланда, то он идет в одну из таких систем поиска и заказывает поиск по ключевым словам “курорт” и “Таиланд”. Некоторые системы поиска строят на этом рекламу. Например, в системе Lycos (www.lycos.com) существует набор картинок с рекламой различных фирм, периодически сменяющих друг друга на главной странице, и среди них — реклама некоей фирмы, торгующей автомобилями. И если сделать поиск по ключевым словам “поиск автомобиля”, то, вне зависимости от очередности, в начале страницы с ответами на запрос появится реклама этой фирмы.

Обратная связь с потребителем

Фирма, разместившая информацию о себе, может полностью оценить ее эффективность. Мечта всех фирм, рекламирующих себя в обычных средствах массовой информации, — досконально знать, кто, где и когда увидел ее. В Internet это возможно. Каждое обращение к каждой странице — это запрос соответствующего сервера с “просьбой” переслать ее содержание. История этих запросов хранится на сервере и вы можете узнать, с какого компьютера, включенного в Internet, и когда люди обратились к вам за информацией и в соответствии с этим корректировать вашу рекламную кампанию.

Рекламу (или, точнее говоря, перечень услуг) можно сделать интерактивной. Незачем писать компоненты компьютера и вынуждать пользователя считать, сколько ему будет стоить выбранная им конфигурация, или перечислять все возможные варианты сборки с указанной против них ценой. Достаточно предложить пользователю составить список компонентов (простым переключением кнопок

чек в диалоговом окне) и затем выдать ему по заполнению документа цену этого изделия. Можно тут же организовать заказ, предложив заполнить анкету — пользователь отправляет заявку легким движением руки.

И еще одно немаловажное явление. Если раньше фирмы указывали в качестве своих координат лишь адрес и телефон, то за последние лет десять к этому перечню стали добавляться телекс, факс, адрес электронной почты, и, наконец, URL их сайта. Например, на боковых счетах во время игр NBA вместо патетичных восклицаний “This is fantastic!” или “I love this game!” пишется просто: <http://www.nba.com> (адрес NBA в виртуальном мире). И, судя по тому, как стремительно развивается Интернет, виртуальный офис скоро станет неотъемлемой принадлежностью любой фирмы (а, может, и каждого человека).

Контакт: Антон Лухт,
фирма “Дукс”, Internet-провайдер, реклама в Internet, создание web-страниц.
Телефон: (812) 164-6785, 164-4877.
Intrnet: <http://www.dux.ru>

“Дукс”-Ваш проводник в мир Internet	
	Электронная почта
	On-line (ТСР/IP)
	Реклама в сети
	Internet кафе “Тетрис”
Санкт-Петербург ул. Черняховского д.33 т.: 008 164-67-85, 164-48-77 E-mail: postmaster@dux.ru http://www.dux.ru	

Господа!

Газетная революция, о которой так долго говорили, свершилась наконец и в нашей стране! Информация в России перешла в Интернет! Чтобы знать, что пишут в газетах, достаточно заглянуть на сервер “Дукс” <http://www.dux.ru>. Там Вы найдете свежие номера основных газет и журналов, публикуемых в Санкт-Петербурге.

Впрочем, запоминать этот адрес необязательно — достаточно сделать запрос на слово “газеты” во всемирную поисковую систему AltaVista, и она сама приведет Вас на сервер <http://www.dux.ru>.

Если Вы хотите найти конкретную информацию, опубликованную в петербургских газетах за последние годы, Вам поможет удобная поисковая система “Vega”, размещенная здесь же на сервере.