

ИНТЕР- НЕТ глазами провайдера



ДМИТРИЙ
ТИХОМИРОВ

Рассуждать об отдаче от рекламы в сети, особенно в России — несколько преждевременно. Заказчик рекламы может получить такое предложение из Интернета, что не то что профиль фирмы, а жизнь может изменить, и придет оно из соседнего дома.

Бесспорно ясно одно:

- это новый носитель рекламы,
- недорогой,
- имеющий ограниченно-неограниченную аудиторию.

Как это? А вот так! Давайте разберемся — по пунктам.

Интернет — новое рекламное пространство

Когда Вы снимаете офис, оборудуете выставочными образцами, нанимаете сотрудников — разве это реклама? Нет!

В сети Интернет та же последовательность выглядит так: взять в аренду дисковое пространство, создать страницы с фотографиями всех Ваших товаров и полным описанием, купить, написать или получить бесплатно необходимое программное обеспечение (если в этом возникает потребность).

Наш клиент на этом обычно готов остановиться. Это самая распространенная услуга.

Но не зря сеть называют «виртуальной реальностью» — здесь надо не размещать информацию, а ЖИТЬ полноценной сетевой жизнью! Было бы смешно увидеть директора фирмы, снявшего офис и сидящего, ждущего клиентов, клянувшего судьбу за свое желание заняться бизнесом! С чего бы это придут клиенты, они разве знают, что здесь медом намазано? Хоть бы табличку на двери повесил или объявление на столбе...

Особенно в этом «преуспели» компьютерные фирмы. Их потенциальные

клиенты косяками ходят по 2-3-м крупнейшим серверам Санкт-Петербурга, а они...

Извините, отвлекся. Вот с этого момента и начинается реклама. Надо поставить щит на Невском и дать объявление в газете. Сетевой аналог — разместить ссылки (рекламные модули) на Ваши страницы в самых посещаемых местах сети. Необходимо учитывать толщину своего кошелька, аудиторию и многое другое, как при разработке рекламной кампании.

Стоимость «виртуального» офиса

Если сложить все затраты любой фирмы на организацию своей работы в сети и в реальной жизни, то у директора может возникнуть вопрос о профессиональной пригодности.

Зарплату сетевым работникам платить не надо, а работают они 24 часа в сутки, обедать не хотят и не курят, клиентам не хамят (вот дела-то — просто сказка!)

Аренда помещения (дискового пространства) — как в 1979 году.

Организация стенда по цене — как покупка автомобиля, только игрушечного.

Бывают, конечно, и сложности, когда сервер Вашего провайдера не успевает обслужить всех своих посетителей, тогда посетители встают в мини-очередь. Кто из продавцов не мечтал об очереди? Но в сети это не очень хорошо. Борьба с очередями ведется нарачиванием мощностей оборудования.

Аудитория сети

Если вас интересуют покупатели-петербуржцы, то ваша целевая аудитория ограничена количеством пользователей сети в Санкт-Петербурге. Однако, похоже, они (пользователи) размножаются делением, так быстро растет аудитория этого нового средства массовой информации.

Сейчас количество пользователей Интернет в Санкт-Петербурге по моим оценкам составляет около 20 тысяч.

Посещаемость серверов обычно указывается в их официальной статистике. Например, общая посещаемость сервера DUX составляет около 70 тысяч посетителей в месяц. Имеется в виду, что каждый посетитель в среднем «скачивает» по 10 страниц за посещение.

Кроме цифр, не менее важна доступность информации в Интернете для ваших потенциальных клиентов. Недавно в Петербурге открылась бесплатная компьютерная сеть «DuxNet». Войти в нее может любой житель Санкт-Петербурга, обладающий компьютером и модемом: модемный пул (модемный серийный телефонный номер): 325-4994,

пароль: dux, логин: dux.

Сеть ограничена сервером компании «Дукс» и виртуальными серверами, расположенными на нем. На сегодняшний день модемные телефоны работают непрерывно, несмотря на 10-минутный лимит работы. Естественно, основные посетители такой сети — жители города, хотя сеть доступна и через сеть Internet.

Адреса в сети

Каждая, даже самая простая страница в сети имеет свой уникальный адрес, называемый URL. И чем этот адрес короче, тем лучше — легче запоминается.

Самые короткие адреса имеют владельцы серверов, компьютеров, включенных в сеть Интернет по выделенным каналам. И все же Вы тоже можете получить такой адрес, как будто у Вас свой сервер. Стоить это будет в сотни или тысячи раз дешевле и лучше по качеству. Такие серверы называются виртуальными. Самые распространенные виртуальные серверы имеют название: `www.***.ru`, `www.***.spb.ru`, `www.***.dux.ru`, где вместо *** наименование фирмы — владельца сервера. Пример: `www.dux.ru`

Все вышесказанное можно многократно дополнить. Вместо этого предлагаю перейти к следующей теме.

Эффективность рекламы в Интернете

Эффект от размещения информации в сети присутствует. Это точно. Об этом говорит тот факт, что фирмы, разместив информацию в сети, как правило, не снимают ее.

Реклама в сети срабатывает не сразу. Нет смысла размещать информацию в сети на срок менее двух месяцев. Именно поэтому все цены на размещение информации у провайдеров сети указаны за месяц. Однако не исключена возможность покрытия всех затрат и на следующий день после размещения. Такое тоже бывает.

Последнее время в средствах массовой информации зазвучала мысль: «О рекламе в Интернете говорить рано, реклама в Интернете не работает!». Такое ощущение, что в лице Интернета увидели конкурента и принялись этого конкурента топить.

Что ж, есть показательный пример.

Одна фирма размещает свой рекламный модуль в газете «Экстра Балт» в каждом номере на первой полосе более полугодом. Кто-нибудь сомневается в эффективности рекламы в такой газете, на таком месте? Я — нет! И рекламный модуль на высоте.

Затем создает виртуальный сервер в сети и размещает несколько ссылок. Очень скоро получает серьезный заказ

от известного питерского банка, именно благодаря Интернету.

Что это, случай или закономерность? Думаю, что второе. Сработали совершенно непривычные для традиционных средств массовой информации механизмы.

Надеюсь, Вы не зевали!



СПРАВКА ОБ АВТОРЕ

Дмитрий Тихомиров — менеджер по рекламе компании “Дукс”. [Http://www.dux.ru/enpp/dima/dima.html](http://www.dux.ru/enpp/dima/dima.html). E-mail: 777@dux.ru