



石家莊鐵道大學  
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销广告

网络广告实施

主讲：王学辉

# 目录

2.1 网络广告的发布

2.2 网络广告的制作

## 2.1 网络广告的发布



在线开放课程

- 主页形式
- 通过网络内容服务商（ICP）

<http://ad.sohu.com/adprice/index.shtml>

- 用专类销售网
- 应用免费的互联网服务
- 采用黄页形式

- 列入企业名录
- 借助网上报纸或杂志
- 建立虚拟社区和公告栏（BBS）
- 在广告交换网上发布广告

<http://www.webunion.com/cn/exchange.shtml>

- 电子邮件发布广告

## 2.2 网络广告的运用



在线开放课程

网络广告的运用过程可以分为**策划**、**实施**和**广告后的评估**3大部分，有效整合这3个部分是网络广告运用成功的关键。

## 1. 网络广告的策划

- 网络广告目标的定位。
- 网络广告目标对象的定位。
- 发布站点的定位。
- 广告形式确定。

## 2 网络广告的实施

### (1) 网络广告创意的设计

- 网络广告的内容
- 广告语的效果
- 广告在主页的位置
- 广告停留的时间
- 播出的频度

(2) 主要进行投入和预算的策划。在国外，网络广告的收费模式有每千人印象（CPM）、千人点击成本（CPC）、每行动成本（CPA）、每购买成本（CPP）。近几年来，网络广告的收费模式更有发展和创新之势，比如在我国继承传统的方式上提出了“包月制”以及Clickthrough， hits， pageview 等模式。

### 3. 网络广告的评估

#### (1) 设计测试方案

- 检查广告能否在网络传输技术和接收技术上行得通
- 对服务器的检测
- 对网络传输速度的检测
- 对内容的测试：内容与站点是否匹配，与法律是否冲突

## (2) 广告效果检测

- 点击次数（Hit）：记录服务器上某文件或网页被访问的次数
- 调用（Request）：可反映出某个HTML文件被访问次数
- 访问（Visit）：指一用户在特定时段中有效的连续调用
- IP地址：每个访问Web页的计算机都有其特定的IP地址
- 有效客户（Unique user）：是指访问网站的独立客户

- 第一访问页（First View）：用户访问时所看到的第一屏
- 综合浏览量（Page View）：网站各网页被浏览的总次数
- 点阅（Click through）：指访问者使用其鼠标点击旗帜广告，并自动链接到目标网站地址的过程。
- 广告收视次数（Impression）：含有广告的页面被访问的次数。

# 小结



在线开放课程

- 网络广告的发布形式
- 网络广告的运用过程

