

網路線上廣告：一指神功搞定買賣

09-22

自從 1993 年全球資訊網問世以來，網際網路就成為另一個可為廣告主促銷產品與服務的媒介。運用超連結——網路的創新核心價值——讓廣告主見識到聞所未聞的商機，也替網路使用者帶來愈來愈多閱讀上的不便。

線上廣告主要的優點就是其互動性。把廣告擺在某個特定族群有興趣的網站上，廣告主可以接觸到他們想接觸的目標客戶，而且是史無前例地精準。再者，使用者要看廣告，可以用滑鼠點它（專業術語叫做點擊）就能進入廣告主自己的網頁內，進一步了解細節或訂購產品——這些都能提供給廣告主詳細的市場資訊。

網路廣告最初的類型是要用捲軸捲動的橫幅廣告。不過自從 2000 年到 2001 年間網路公司泡沫化以後，業界對橫幅廣告的點擊率開始不滿，因此使得彈出式廣告和插頁廣告應運而生。進到某些特定網站時，網站會新開啟一個裡面是彈出式廣告的瀏覽視窗，而插頁廣告則和電視廣告類似，因為它們被插在未刊登廣告網站的網頁與網頁之間。

雖然這些最新發明增加了點擊率，但它們通常會讓使用者氣得跳腳。不過，套用一位公關人員的話：「有公關【註】宣傳總比沒有好。」

【註】公關 PR，是 Public Reations 的縮寫。

09-23

珍是位有成就的年輕餐廳老闆，她正在和朋友查理討論一項網路廣告計劃案：

查理：所以這家娛樂網站想向妳推銷廣告版面？妳的餐廳口碑已經做得那麼好了。

珍：沒錯，而且口碑不用錢。這些人找我談話時顯得很專業，而且他們的媒體套件看起來很讚。

查理：媒體套件中有些什麼？

珍：基本上都是一些給廣告主看的宣傳資料，說明網站對其他性質相近的廣告主做的族群分析、流量、點擊率等等。

查理：如果向這些人刊廣告看來值得的話，下一步要決定哪一種媒介最適合妳使用。現在大多數人都不看橫幅廣告了。

珍：的確。我需要比較創新的廣告，好讓我一出手就能出奇致勝。彈出式廣告確實會讓人看到，但是現在除了微軟 IE，大多數的瀏覽器都會把它們擋掉。

查理：而且彈出式廣告通常會給人留下壞印象。但是背顯示廣告就不會讓人那麼討厭，因為它們只會出現在桌面上。

珍：說得好。還有，送贈品是很靈的辦法，肯定能讓廣告訊息迅速地流傳開來，所以我想每個月提供幾頓免費餐點給那些點進我網站瀏覽的人。

查理：現在，妳只需要擴充妳的網站，然後就可以開始賣自己的廣告版面了。

珍：嘿嘿，一步一步來吧。