

Marketing internetowy

Forma marketingu, używająca jako medium Internetu i strony WWW (World Wide Web). Służy do przesłania informacji marketingowej i pozyskania klientów.

Wstęp

Początkowo reklama w Internecie przyjmowała formę tzw. mailingu, czyli wysyłania reklam za pomocą poczty elektronicznej. W 1993 roku nastąpiła rewolucja – powstała przeglądarka internetowa Mosaic, która potrafiła wyświetlać grafikę i ramki. Od tej pory reklamodawcy mogli dotrzeć do większej liczby potencjalnych odbiorców, a sama reklama mogła przyjąć formę graficzną. Druga połowa lat 90. XX wieku, to bardzo dynamiczny rozwój Internetu i technologii z nim związanych, w tym także reklamy. Jedną z popularniejszych form jaką przyjmuje reklama internetowa są banery. Oprócz nich, według badań Gemiusa najbardziej znaną formą reklamy internetowej jest mailing reklamowy. Za reklamę można uznać również ogłoszenia internetowe lub aukcje internetowe.

Rodzaj i formy reklamy internetowej

Od początku Internetu formy marketingu w sieci znacznie ewoluowały, przeobrażając się od samych stron internetowych – jako ulotek dostępnych online, przez reklamy graficzne (display) aż do dzisiejszych zróżnicowanych form. Z czasem reklamy graficzne traciły na skuteczności, co przyczyniło się do rozwoju takich dziedzin marketingu internetowego jak content marketing, marketing wirusowy czy Inbound Marketing. Poniżej przedstawiono najpopularniejsze rodzaje działań marketingowych w Sieci, a także wyszczególniono najpopularniejsze formy.

Etyka

Internet pozwala wszystkim nadawcom, instytucjom, rządowi, firmom i osobom prywatnym na publikację własnych treści. Tym samym jest medium anonimowym (choć istnieje możliwość ustalenia tożsamości użytkownika), co może (i jest) zachętą do działalności niezgodnej z prawem, do zachowań nieetycznych, jest ziemią obiecaną dla różnorodnych odmian piractwa (łamania praw autorskich), publikacji niecenzuralnych treści[13]. Rozwój Internetu przyczynił się do próby wzrostu zastosowania go do celów komercyjnych. Coraz częściej jest on pośrednikiem między firmą a potencjalnym konsumentem. Do Internetu jako pierwsze wkroczyły duże firmy o zasięgu międzynarodowym, już teraz jednak także mniejsze przedsiębiorstwa nie wyobrażają sobie funkcjonowania na rynku bez zaznaczenia swojej obecności w światowej pajęczynie WWW.

Reklama internetowa obejmuje wiele form reklamy z których część jest stosowana w sposób etyczny, a część nie. Niektóre strony internetowe wykorzystują wiele reklam, w tym migające banery, które rozpraszają uwagę użytkownika, inne zaś wprowadzają w błąd, wyglądając jak komunikaty o błędach w systemie operacyjnym, a nie reklamy. Witryny, które nieetycznie używają reklamy internetowej dla zysku, często nie zwracają uwagi na to, że na stronie umieszcza się linki, prowadzące do szkodliwego oprogramowania lub materiałów dla dorosłych.

Operatorzy witryn, którzy etycznie używają reklamy internetowej, zazwyczaj korzystają z niewielkiej ilości reklam, które nie mają na celu rozpraszać lub irytować użytkownika oraz nie odwracają uwagi od projektu i układu stron internetowych. Wielu właścicieli stron internetowych dotyczących bezpośrednio firm, którzy chcą umieszczać reklamy wie, że strona internetowa powiązana z reklamą jest uzasadniona.

Nadużywanie technologii takich, jak Adobe Flash doprowadziło niektórych użytkowników do zablokowania w ich przeglądarce lub używania wtyczki do przeglądarek takich, jak AdBlock, Adblock Plus lub NoScript. Wiele witryn stosuje scentralizowane usługi reklamowe, których reklamy mogą być blokowane, jako uboczny skutek środków mających na celu zapewnienie bezpieczeństwa i prywatności, ponieważ te usługi wymagają JavaScript oraz między witrynowych wywołań funkcji, podczas gdy funkcjonalności te są często niepotrzebne do korzystania ze stron internetowych i stanowią potencjalne źródło luk w zabezpieczeniach.