

企业网络广告营销的新模式探析

文 赵尔丹

近年来我国互联网产业发展明显加快,越来越多的互联网应用兴起,大量的网络新媒体迅速崛起,为网络广告提供了多样化的传播载体。网络视频广告模式异军突起,成为一种重要的媒体广告形式。网络视频广告是采用先进数码技术将传统的视频广告融入于网络中,构建企业可用于在线直播实景的网上视频展台。

一、网络视频广告的效果优势

网络视频广告可以应用于人物访谈、重大活动、企业专题、新产品上市、产品展销会等。总体来看,网络视频广告肯定会影响到传统媒体广告的广告市场,但是绝不会替代传统媒体广告。传统广告的特点是大众性,在传播面向更广泛大众的广告上,传统媒体还是有自己的优势。网络媒体会吸引更多青年人群,广告主更看重对年轻群体的影响。网络视频广告能够抓住目标特别明确的广告主,广告可以做得更专业、细腻,其优势体现在以下几方面:

传播范围广泛,无时间、空间限制,可以实现 7*24 的服务,将企业信息传播到世界各地;采用先进数码及多媒体技术,融合视频、音频、图像、动画及文本于一体;表现力更生动、形式多样、载体量大,交互性及感官性极强;企业实景展播可将企业的产品、服务、品牌更好地呈现在客户眼前,帮助客户亲身体验,更有利于诚信环境的构建;网络视频广告直播可由用户自行控制,如播放时间、位置和次数等。

二、网络视频广告对电视广告的影响

由于电视台地域的限制是存在的,不上卫星的电视节目很难被大家看到,所以限制了电视广告受众人群。互联网就没有这样的限制,只要上网的内容,用户都会看得到,内容更容易按照用户的喜好和兴趣去分类。这些都是用户主动寻找收看的内容。电视尽管可以按时段、分栏目和人群来播出广告,但更多还是在卖时间段,而不是卖内容。互联网更多卖的是不同品类的内容。网络视频广告对电视广告的影响体现在以下几方面:

(一)内容具有互动性

电视广告基于线性播放,是单向传播的,具有明显的强制性。而网络视频广告的互动式传播使得传播者与受众之间的直接连通成为可能,二者之间渐渐融为一体。

(二)效果测评准确

这是对于电视广告最大的影响,电视广告主不能确定观看广告受众是否就是企业的目标群体,而网络视频广告的效果测评则比较精准、可靠。可以通过网络监测系统分析,准确获知受众的性别、所处的位置、访问次数等信息,广告主可以针对分析结果制定相应的营销和服务策略。

(三)广告投放的针对性

电视广告的传播范围相当广泛,电视传播所到之处就是广告所到之处。网络视频广告的投放更加具有针对性,可以在不同的视频网站、在

不同的视频节目分类中,按照广告主的要求进行投放。

三、企业网络视频广告模式应用

电视广告的成本高高在上,企业可以选择投资少、效果好的视频广告媒介——企业电视台,进行企业产品、形象的宣传。企业电视台是一种新型的网络宣传媒体,也就是网络视频的升级产品,是以视频为载体,结合电视台形式,用影像节目将企业的产品、形象、文化、服务、品牌等需要宣传的内容进行集成传播,使客户能够清楚地看见真实的企业、产品及服务。企业电视台可以实现以下功能:企业广告点播、网络视频直播、在线客服支持、交换式互助传播、远程视频会议。用户通过企业电视台观看网络视频广告的过程中,遇到自己感兴趣的内容或是不懂的问题,可以随时输入文字或开启视频聊天窗口与在线主持人直接对话,进一步咨询,了解企业和相关产品的信息。

企业电视台是商务视频广告,具有点对点、互动性强的特点,同时承担着广告和营销的双重功能。企业电视台不仅构建了一个虚拟的互动商务平台,还为企业行业间开启了拓展新兴业务的渠道。■

(赵尔丹,1978年生,硕士,河北软件职业技术学院网络工程系讲师。研究方向:计算机网络、电子商务、互联网)

企业网络广告营销的新模式探析

作者：[赵尔丹](#)
作者单位：[河北软件职业技术学院](#)
刊名：[中国经贸导刊](#) 
英文刊名：[China Economic & Trade Herald](#)
年，卷(期)：2011 (21)
被引用次数：1次

引证文献(1条)

1. [顾秀君](#) [房地产网络营销的现状和发展方向研究](#)[期刊论文]-[企业活力](#) 2012 (09)

引用本文格式：[赵尔丹](#) [企业网络广告营销的新模式探析](#)[期刊论文]-[中国经贸导刊](#) 2011 (21)