

برتری تبلیغات اینترنتی

مزایای تبلیغات اینترنتی درمقابل تبلیغات سنتی، از نظر هزینه، قابلیت دسترسی، گستردگی بازاریابی، و قابلیت افزایش حاشیه سود بسیار فراتر است. نظر به اینکه متدهای تبلیغی چاپ و نشر سنتی آزموده شده و پابرجا هستند، اما روند تکنولوژیکی اینترنت، در هر زمینه ای از آن پیش افتاده و بهتر است. در ارزیابی این گفته، موارد زیر را در هر یک از حوزه های فوق الذکر در نظر بگیرید.

برای درک بهتر تفاوت ها، باید توضیحاتی درمورد هریک از این رسانه های تبلیغاتی داده شود. تبلیغات چاپی سنتی از تضمینات عادی بازاریابی تشکیل شده است. این تضمینات شامل بروشور، نشریه، تبلیغات روزنامه، بیل بورد، کارت ویزیت، و امثال این می باشد. تبلیغات اینترنتی، آمیزه ای از دستگاه های الکترونیکی است، یک کامپیوتر یا سرور، که همان تضمینات بازاریابی را در وب سایت های حرفه ای مستقر می کند. در آخر، تبلیغات فروشی مثل "یکی بخرید، دوتا ببرید" یا "۲۰٪ تخفیف، فقط این هفته"، و عملکردهایی که هر شرکت باید به آن متعهد باشد، برای انتقال آن اطلاعات به خریداران و مشتریان، به تبلیغ اضافه می شود.

در ارزیابی هزینه های تبلیغات چاپی سنتی، هزینه های هنگفتی برای طراحی تبلیغ برای هر نوع فروش و خدمات، هزینه ی چاپ و نشر، و تسهیلات انبار کردن این بسته های تبلیغ متحمل می شود. به علاوه، هزینه ی پخش و انتشار این تبلیغات نیز باید در نظر گرفته شود؛ هزینه ی کار جمع آوری اجناس، حمل و نقل برای تحویل تبلیغات چاپ شده، و البته هزینه ی پست. وقتی این هزینه ها در رسانه های جمعی تلویزیون و رادیو به کار بسته شود، حتی این مبلغ به اعداد پنج یا شش رقمی هم خواهد رسید. اگر یکی از این تبلیغات چاپی نیز به تصحیح اشکالات داشته باشد، باید همه ی این هزینه ها از نو پرداخت شود. برای توضیح این مطلب، هر روزنامه یا مجله ای که خواستید را باز کنید و آنها را به دقت بررسی کنید در همه ی آنها قسمت هایی مشکل دار وجود دارد که نیازمند اصلاح و تغییر است.

در مقابل، با اینکه هزینه ی اولیه شروع یک وب سایت اینترنتی ممکن است گهگاه با هزینه ی یک تبلیغ چاپی سنتی مخصوص یک نوع فروش قابل مقایسه باشد، اما به دلایل زیر هزینه ها به طور قابل ملاحظه ای پایین تر است؛ هیچ هزینه ای صرف پست، انبار، تحویل آگهی های تبلیغاتی، و یا طراحی برای هر آگهی جدید، نمی شود. سایت های اینترنتی قابل استفاده ی مجدد و قابل بازسازی بوده و پرداخت های ماهانه وب سایت حداقل هستند. در بررسی مزایای تبلیغات اینترنتی، مسئله ی اصلاح و تغییر اشکالات آگهی ها نیز شایان ذکر است که هیچگونه هزینه ی آنچنانی صرف آن نمیشود و این اصلاحات فوراً قابل انجام هستند.

در ارزیابی قابلیت دسترسی این تبلیغات باید گفت که تبلیغات چاپی سنتی زمان-مرکز هستند. ساعت های یک حرفه یا خدمت محدود به ساعتی است که آنها باز باشند و در نتیجه خریداران در ساعات بسته بودن آن محدودیت خواهند داشت. به علاوه، آگهی فقط برای یک دوره ی زمانی خاص مناسب و قابل استفاده است. و به محض خاتمه ی آن دوره ی زمانی، باید همان مقدار هزینه صرف انجام کارهای آگهی جدید شود.

درحالیکه قابلیت دسترسی یک وب سایت اینترنتی به مشتریان و خریداران این امکان را می دهد در هر زمان از ۲۴ ساعت شبانه روز بدون هیچ تعطیلی، به اطلاعات و مهم تر از آن به فروش دسترسی داشته باشند. به علاوه، برای دادن هر آگهی جدید، نیاز به صرف همان میزان هزینه نیست، و در مدت کوتاهی نیز این کارها قابل انجام هستند. در ارزیابی مزایای متدهای تبلیغاتی اینترنتی در مقابل متدهای چاپی سنتی، گستردگی بازاریابی مصرف کننده شایان ذکر است که مدت سنتی محدودیت های جغرافیایی بسیاری دارد و فقط در ناحیه ی محلی قابل مشاهده هستند و برای بازاریابی ملی نیاز به صرف هزینه ی بسیار هنگفتی است.

در این رابطه، تبلیغات اینترنتی کاملاً برعکس متد سنتی است و هیچ محدودیت فیزیکی و جغرافیایی ندارد. انجام گیری این تبلیغات به صورت کشوری و یا حتی جهانی هیچگونه محدودیتی ندارد و همه قادر به مشاهده ی این آگهی ها هستند. برای هر مصرف کننده که کامپیوتری داشته باشد، که در این عصر تقریباً شامل همه ی مصرف کنندگان می شود، قابل دسترسی است. خط آخر این است که مزایای تبلیغات از طریق اینترنت از نظر هزینه، قابلیت دسترسی، گستردگی بازاریابی، و قابلیت افزایش حاشیه سود بسیار فراتر از متد تبلیغات چاپی سنتی است.

مزایای دیگر

تبلیغات اینترنتی گسترده است

با رشد اطلاعات در اینترنت، زمانی که افراد وقت خود را صرف آن می کنند نیز افزایش می یابد، و همین مسئله بازار تازه ای برای تبلیغات اینترنتی باز کرده است. اکثر کمپانی ها و شرکت های بزرگ و توانگر در جهان تمام هم و غمشان به دست آوردن یک تکه جا برای تبلیغ در اینترنت است تا همه بتوانند آگهی ها ی آنها را بخوانند و استقبال کنند.

تبلیغات اینترنتی متمرکز است

تبلیغات اینترنتی، متدهای متمرکز و هدفداری برای کمپانی ها و شرکت هایی که قصد تبلیغ دارند ارائه می دهد که ضمانت می کنند که همه ی افرادی که تبلیغ را مشاهده می کنند به طور قطع خرید هم می کنند. پس دیگر از فکر تبلیغات سنتی و قدیمی در روزنامه درآیید، تبلیغات اینترنتی را امتحان کنید!

تبلیغات اینترنتی قابلیت ردگیری بینندگان را فراهم می کند

برآورد تعداد افرادی که ممکن است یک تبلیغ در روزنامه را مشاهده کنند، تقریباً غیرممکن است. اما تبلیغات اینترنتی این امکان را دارد که تعداد افراد بیننده ی آن تبلیغ را ردگیری کند. از این طریق مشخص می شود که چه تعداد افراد با مشاهده ی یک تبلیغ به وب سایت اصلی آن نیز سر می زنند و چه تعداد مشتری جدید از طریق آن تبلیغ اضافه می شود.

تبلیغات اینترنتی حق الزحمه ی اولیه ی کمتری دارد

اگر بودجه ی محدودی دارید، تبلیغات اینترنتی بسیار مقرون به صرفه تر از تبلیغات چاپی سنتی برای شما خواهد بود. یک تبلیغ معمولی به متد سنتی می تواند چند صد هزار تومان برای شما هزینه بترشد. اما، با تبلیغ بر روی سایت های معروف بسیار در این هزینه ها صرفه جویی خواهید کرد. با این روش شما فقط زمانی باید پول بپردازید که بیننده ای روی تبلیغ شما کلیک کند.

تبلیغات اینترنتی ارزان تر است

به خاطر طبیعت متمرکز و هدفدار تبلیغات اینترنتی و قابلیت ردگیری موثر و کارآمد بودن تبلیغ، هزینه های وارده بسیار کمتر از تبلیغات سنتی خواهد بود.

تبلیغات اینترنتی حوزه ی دسترسی وسیعتری دارد

از این جهت که اینترنت در همه ی جهان قابل استفاده است، تبلیغ شما نیز می تواند توسط همه ی افراد روی کره ی زمین دیده شود. و به جای اینکه دنبال انتشاراتی ها، روزنامه ها، ایستگاه های رادیویی و تلویزیونی مختلف باشید، با یک تبلیغ می توانید در سرتاسر جهان دیده شوید.

و به طور کلی، تبلیغات اینترنتی راه بسیار خوبی برای با اطلاع کردن همه جهان از تولیدات یا خدمات خود به طریقی بسیار کم هزینه و کارآمد می باشد.

ارسال ایمیل مستقیم یا تبلیغات آنلاین؟

اگر شما هم به اندازه ی من در اینترنت سابقه داشته باشید، می دانید که خیلی چیزها در آن تغییر کرده است. ۶ یا ۷ سال قبل اگر کاری در اینترنت داشتید، برقراری ارتباط با افرادی که مایل به همکاری با شما بودند، بسیار ساده تر بود. این روزها همه چیز فرق کرده است. مردم برای گرفتن اطلاعات در مورد تولیدات یا خدمات شما، پرسشنامه های آنلاین پر می کنند اما وقتی سعی می کنید با آنها تماس برقرار کرده یا ایمیل بزنید، دیگر پاسخگوی ایمیل ها یا تماس های شما نخواهند بود و شما دیگر خبری از آنها پیدا نخواهید کرد.

وقتی بر روی اینترنت تبلیغ می کنید، و پرسشنامه های آنلاین دریافت می کنید، همین مسئله اتفاق می افتد. اگر سعی کنید با کسی که پرسشنامه ای در رابطه با تولیدات یا خدمات شما پر کرده است تماس برقرار کرده یا ایمیل ارسال کنید، تقریباً ۹۰٪ پاسخی دریافت نخواهید کرد.

اینترنت، غیرشخصی ترین چیزی است که طی زندگیتان با آن روبه رو خواهید شد. افراد آنلاین می شوند، سایت های زیادی را زیر و رو می کنند، و حتی اگر پیامی برای بازدید از سایت شما برایتان بگذارند، به چیزی متعهد نیستند. آنها شما را نمی بینند، شما هم نمی توانید آنها را ببینید، پس دلیل این عدم تعهد کاملاً روشن است. مهم تر اینکه، هزینه ی ناچیز تبلیغات بر روی اینترنت باعث شده که افراد ناباب زیادی جلب اینترنت شوند که ادعاهای مسخره و غیرمسئولانه ی زیادی دارند.

به این دلیل، من عقیده دارم که مشتریان احتمالی نسبت به وعده هایی که در تبلیغات فروش اینترنتی داده می شود نسبت به آنچه در ایمیل های مستقیم، تلویزیون، رادیو یا روزنامه وعده داده می شود، شکاک تر هستند. همچنین در ایمیل های مستقیم، فرصت بسیار بهتری برای عنوان کردن نکات مهم مربوط به تقاضای خود دارید. یک بروشور یا گزارش خاص باز هم به نسبت ایمیل یا یک صفحه ی وب در این زمینه فرصت بیشتری به شما خواهد داد.

البته تبلیغات آنلاین بر روی صفحات وب بسیار ارزان تر از ارسال ایمیل های مستقیم به افراد می باشد. تقریباً چیزی در حدود ۱۲ بیلیون صفحه ی وب وجود دارد و هر روز ۱۰ میلیون به آن اضافه می شود. شما می توانید بدون صرف هزینه ای خودتان یک وب سایت راه اندازی کنید.

مردم هر روز با درخواست ها و تقاضاهای مختلف گلوله باران می شوند. وقتی افراد برای تولیدات یا خدماتی در اینترنت جستجو می کنند، موتورهای جستجو صدها هزار وب سایت پی روی آنها قرار می دهند. ارسال پرسشنامه برای هر کدام از این وب سایت ها یا آگهی های موجود در آن بسیار ساده است و با یک کلیک انجام می گیرد. اگر یک کاربر آنلاین ۱۰ پرسشنامه پر کند به این معنی است که هر شرکت یا کمپانی ۱۰٪ شانس بسته شدن آن نمونه را دارد. این یعنی آن پرسشنامه بسیار جدی بوده است. نظر به اینکه تقریباً یکی از ۱۰ نفر حتی زحمت جوابگویی به تماس ها و ایمیل های شما را به خود نمی دهد، می توانم بگوییم که شما برای بستن یکی از آنها نیاز به ۱۰۰ پرسشنامه دارید.

تفاوت اصلی بین تبلیغات اینترنتی و ارسال مستقیم ایمیل این است که وقتی شما یک کارت پستال یا نامه به گیرنده ای می فرستید، این بین او شما محفوظ است. آنها ممکن است درخواست یا تقاضای شما را بخوانند و اگر مایل بودند با شما تماس بگیرند. برخلاف پرسشنامه های آنلاین که در آن کاربر برای آنلاین فرم های مخصوص را پر می کنند، هیچگونه تعهدی برای آنها نخواهد داشت. هیچ ارتباطی با شما برقرار نخواهند کرد، هیچ سوالی از شما نمی توانند بپرسند، و بنابراین شما نمی توانید اعتراضات و ایرادهای آنها را برطرف کنید.

مردم از کسانی خرید می کنند که آنها را دوست داشته و به آنها اطمینان داشته باشند. وقتی کسی ایمیل شما را می خواند، تنها راه کسب اطلاعات بیشتر در مورد درخواست شما، برقراری تماس با شما خواهد بود. اینکه با شما تماس بگیرند نشانه‌دهنده ی این است که در پرسشنامه ی خود جدیت بیشتری دارند. وقتی توانستید با آنها صحبت کنید، خواهید توانست گزارشی تهیه کرده و فقط آن زمان است که فروش صورت خواهد گرفت. اگر همه چیز خوب پیش رود، آنها بدون پرس و جو از جاهای دیگر نزد شما خواهند آمد.

به این خاطر است که هیچوقت نباید قدرت تبلیغات از طریق ایمیل مستقیم، رادیو و تلویزیون را دست کم بگیرید. وقتی از طریق این رسانه ها تبلیغ کنید، شانس صحبت کردن با مشتریان را پیدا خواهید کرد و فقط آن زمان است که می توانید آنها را برای خرید از خودتان قانع کنید. اما اینترنت هیچیک از این مزایا را فراهم نمی کند.

تبلیغات اشتراکی

درست است که ارسال ایمیل مستقیم یا تبلیغات از طریق رادیو و تلویزیون بسیار پرهزینه هستند، اما کارایی بسیار بیشتری هم دارند. برای کمتر کردن این هزینه ها می توانید از تبلیغات اشتراکی استفاده کنید. من روزنامه ی محلی را پیدا کردم که به ازای ۱۰،۰۰۰ کاغذ تبلیغاتی ۵۰۵ x ۸.۵ تمام رنگی فقط ۳۷۰ هزار تومان دریافت می کند. می دانید چه کار می کنم؟ از یک کمپانی دیگر تقاضا می کنم که در طرف دیگر کاغذ آگهی دهد و هزینه ام را با او نصف می کنم. اینکار واقعاً مقرون به صرفه خواهد بود.

چنانکه تبلیغات آنلاین هر روز پرترفدارتر و شلوغ تر می شود، و موتورهای جستجو هر روز الگوریتم خود را تغییر می دهند، نباید برای حرفه های طولانی مدت روی آن حساب کنید. اگر اینکار را بکنید، دیر یا زود مشکلاتی برایتان ایجاد خواهد شد. خاطرتان باشد، تکنولوژی خیلی زود تغییر می کند.

منبع: مردمان