

## مزایای تبلیغات اینترنتی

تبلیغ در اینترنت مزیت های زیادی نسبت به تبلیغات سنتی دارد که از آن میان می توان موارد زیر را نام برد:

- **ایجاد ارتباط دوطرفه:** تبلیغات اینترنتی یک ارتباط دوطرفه بین تبلیغ کننده و مخاطب ایجاد می کند. مخاطبان نه تنها تبلیغات را دریافت می کنند بلکه قادرند بازخورد بدهند و سئوالات خود را در مورد محصولات با تبلیغ کنندگان مطرح کنند.
- **ایجاد یک پیوند مستقیم به لیست محصولات:** تبلیغات اینترنتی با یک پیوند مستقیم، دسترسی به اطلاعات محصولات مرتبط را برای مخاطبان فراهم می سازد. این قابلیت غالباً منجر به مبادله محصولات و افزایش تعاملات تجاری می شود.
- **توانایی هدف گیری ایستا و پویای مشتریان:** در تبلیغات اینترنتی از روش های متنوعی برای هدف گیری مشتریان به منظور انتخاب، ارائه و نمایش تبلیغات بصورت ایستا یا پویا استفاده می شود. این روش ها ممکن است بر اساس محتوای صفحه، اطلاعات شخصی و مبادله پویای اطلاعات باشند.
- **دسترسی جهانی و شبانه روزی:** تبلیغات اینترنتی دارای دسترسی جهانی است و در تمام روزهای سال و تمام ساعت روز در دسترس می باشد که این موجب افزایش قابلیت مشاهده و گسترش بازار آن می شود.
- **ارسال، نگهداری و به روز رسانی آسان:** تبلیغات اینترنتی دارای ویژگی نمایش، نگهداری و بروز رسانی آسان است که این به دلیل ماهیت دیجیتالی آن می باشد. کاهش فرایند تهیه و اجرای تبلیغات از جمله نتایج این ویژگی تلقی می شود.
- **قابلیت اندازه گیری و ردگیری بالا:** تبلیغات اینترنتی به دلیل ماهیت دیجیتالی، از قابلیت ردگیری و اندازه گیری بالایی برخوردار است. از روش های گوناگونی برای ردگیری، ارزیابی عملکرد و سنجش اثربخشی تبلیغات اینترنتی استفاده می شود.
- **طراحی پیام آگهی:** به دلیل قابلیت هدف قرار دادن دقیق و مشخص مخاطبان، می توان پیام ها را برای جذب نیازها و خواسته های معین مخاطبان، طراحی کرد. هنگامی که ما دقیقاً مخاطبان را شناسایی می کنیم اطلاعات بهتری در خصوص نیازها و خواسته های آنها به دست می آید. از این رو پیام آگهی ما بسیار جذاب تر خواهد بود.
- **قابلیت فروش:** در این نوع از تبلیغات پس از نمایش آگهی می توان بلافاصله فروش را نیز انجام داد.

در جدول ۳ ضمن مقایسه تبلیغات اینترنتی با تبلیغات سنتی، مزیت های تبلیغ در اینترنت مشخص شده است.

جدول ۳- مقایسه تبلیغات اینترنتی و تبلیغات سنتی (گائو و دیگران)

روزنامه	رادیو	تلویزیون	تبلیغات اینترنتی	
ارتباط یک طرفه	ارتباط یک طرفه	ارتباط یک طرفه	ارتباط دوطرفه و تعاملی	سبک ارتباطی
برنامه زمانی معین و زمان دسترسی بسیار محدود	برنامه زمانی معین و زمان پخش بسیار محدود	برنامه زمانی معین و زمان نمایش بسیار کوتاه	دسترسی ۲۴ ساعته	دسترسی
مخاطبان محلی	مخاطبان منطقه ای	مخاطبان منطقه ای	مخاطبان جهانی	بازار قابل دسترس

مدیریت نیمه اتوماتیک یا دستی	مدیریت نیمه اتوماتیک یا دستی	مدیریت نیمه اتوماتیک یا دستی	فرایندهای مدیریت سیستماتیک برای تبلیغ دهندگان، ناشران و شرکتهای تبلیغاتی	فرایند مدیریت
ندارد	ندارد	ندارد	دارد	پیوند مستقیم به لیست محصولات
ندارد	ندارد	ندارد	دارد	توانایی مبادله مستقیم محصول
فاقد هدفگیری سیستماتیک	فاقد هدفگیری سیستماتیک	فاقد هدفگیری سیستماتیک	هدفگیری ایستا و پویای مشتری مبنتی بر رضایت، اطلاعات شخصی، دسترسی پویا و مبادله اطلاعات	هدفگیری تبلیغات
فاقد ارزیابی و سنجش عملکرد اتوماتیک و مستقیم	فاقد ارزیابی و سنجش عملکرد اتوماتیک و مستقیم	فاقد ارزیابی و سنجش عملکرد اتوماتیک و مستقیم	ارزیابی و سنجش اتوماتیک	ارزیابی عملکرد
فاقد ردگیری	ردگیری بسیار محدود	ردگیری بسیار محدود	ردگیری اتوماتیک	ردگیری تبلیغات
متوسط	بالا	بسیار بالا	کم	هزینه

### نتیجه گیری:

در مقایسه با تبلیغات سنتی، تبلیغ در اینترنت از مزیت‌های قابل ملاحظه‌ای برخوردار است از آن جمله می‌توان به ایجاد ارتباط دو طرفه با مخاطب، ایجاد یک پیوند مستقیم به لیست محصولات، توانایی هدف‌گیری ایستا و پویای مشتریان، دسترسی جهانی و شبانه‌روزی، ارسال و نگهداری و بروز رسانی آسان، قابلیت اندازه‌گیری و ردگیری بالا، طراحی پیام آگهی و قابلیت فروش اشاره کرد.

بعلاوه هزینه تبلیغ در اینترنت نیز به مراتب کمتر از رسانه‌های دیگر می‌باشد. شرکت‌های تجاری اگر بخواهند در عرصه فعالیت باقی بمانند و موقعیت خود را در بازار پرقابلیت امروز حفظ کنند چاره‌ای جز به کارگیری این نوع از تبلیغات نخواهند داشت. این امر در مورد شرکت‌هایی که بخواهند در سطح جهانی فعالیت کنند مصداق بارزتری خواهد داشت. تبلیغات اینترنتی دارای اشکال مختلفی است که هر شکل آن دارای ویژگی‌های خاص خود است. با توجه به هدف تبلیغات، نوع محصول، ویژگی‌های مخاطبان، باید شکل متناسب انتخاب شود.

منبع: پورتال موفقیت در کسب و کار