

互联网媒体常见的广告有哪些形式？

产品名称	互联网媒体常见的广告有哪些形式？
公司名称	遵义腾浪科技有限公司
价格	10.00/件
规格参数	广告开户投放:联系我们 开户代运营:互利互助 开户代运营:合作共赢
公司地址	贵州遵义市
联系电话	18218498858 18218498858

产品详情

一、常见广告形式

1、Banner：横幅广告，是网络广告早采用的形式，也是目前常见的形式。以GIF，JPG等格式建立的图像文件，通常可以链接到广告主的网页。同时还可使用Java等语言使其产生交互性，用Shockwave等插件工具增强表现力。

2、Product Placement：植入式广告，是随着电影、电视、游戏等的发展而兴起的一种广告形式，就是以这种娱乐方式插入商家的产品/服务。

3、AdWords：关键词广告，通过购买某一关键词在用户搜索时展示相关广告内容，针对性较强。

4、Feeds：信息流广告，原生展现样式，它以一种十分自然的方式融入到用户所接受的信息当中，用户触达率高。

5、SEM：搜索引擎营销，基于搜索引擎平台的网络营销，利用人们对搜索引擎的依赖和使用习惯，在人们检索信息的时候将企业信息传递给目标用户。

6、SEO：搜索引擎优化，通过技术手段优化网站，使网站满足搜索引擎收录排名需求，在搜索引擎中提高关键词排名，从而把用户带到网站，获得免费流量，产生直接销售或品牌推广。

二、线上广告投放渠道

随着互联网的开放性用户的消费习惯，使得线上广告投放非常受欢迎。下面，给大家归类整理，再挑出几个渠道重点细化介绍

1、媒体广告

媒体广告包括凤凰、网易、腾讯、新浪、搜狐等平台，广告形式一般分为两大类，一是口碑类的新闻、软文、公关稿件等，二是单纯展示类广告，例如弹窗、弹屏、banner广告等。

2、搜索广告

搜索渠道包括百度、搜狗、360、神马、谷歌等，一般以品牌区、关键词搜索、信息流、其他各类位置形式出现。

搜索渠道的广告形式一般会分为以下几类：

品牌类：品牌广告以树立产品品牌形象，提高品牌的市场占有率为直接目的，突出传播品牌在消费者心目中确定的位置的一种方法。搜索引擎中多以品专、直达号形式出现。

展示类：所谓展示广告，就是一种按每千次展示计费的图片形式广告，可以投放在Feed和博客页面中。这种广告业内通常称作CPM广告，例如朋友圈MP，广点通等。

效果类：在基于效果为基础的广告系统中，广告主只需要为可衡量的结果付费。搜索引擎和OCPC发展趋势的信息流都算是效果类广告。

3、社交化广告

社交化渠道包括头条、抖音、微信、知乎、小红书、微博等平台，它们一般都是以信息流、搜索等形式。

其中微信和微博，是大的社交平台，拥有亿万年轻的小伙伴们，以个人口碑，与用户建立信任展开推广，如利用某个微博红人或者某个微信公众号等，借助他们的粉丝量和影响力，在他们发布的内容中植入广告进行推广。

用户可以利用社交化平台评论、点赞、转发的广告信息，与用户较强互动性，还能根据用户地域、使用习惯等因素进行智能投放。

三、互联网推广知乎平台

知乎已有4.2万注册用户，知乎平均日活跃用户量达2200万，人均日访问时长76分钟，月累计页面访问量超过140亿。海量用户的涌入，使得社区内容不断丰富，成为了中文互联网上大的深度内容聚集地。

另外，还有以下优势，值得广告投放：

1、粉丝，付费意识高

知乎的粉丝，普遍付费意识比较高，引流变现容易。知乎用户人群大多数来自发达城市，以素质高、经济能力强、购买力强的白领、知识分子、程序员等为主。只要能给他们提供真正有价值的服务或者产品，他们对于价格相对没那么敏感，容易促成消费。