Desde que el primer cartel, o banner, publicitario apareció en Internet en 1994, el uso de esta clase de estrategias de mercadeo ha tenido un aumento considerable. Cualquier persona que tenga intereses serios en este tipo de publicidad debería aprender sobre el uso de los carteles publicitarios en Internet como una parte integral del diseño de la estrategia de comercialización en su sitio web.

Una campaña de Internet basada en esta plataforma enviará miles de veces una publicidad sobre otros sitios web a los usuarios escogidos y es una efectiva herramienta para promocionarlos. Además, esta forma de publicidad expone los banners en una ubicación destacada en sitios relevantes.

Los carteles publicitarios en Internet constituyen una excelente forma de promover una marca, incrementar el tráfico de visitantes y generar ventas. La publicidad a través de banners en Internet es el equivalente virtual de la promoción en diarios o revistas. Los carteles suelen ser animados para capturar la atención de los navegantes y pueden mostrar una gran variedad de información e imágenes, entre las que se incluye el logotipo de una compañía. Por otra parte, los banners pueden incluir vínculos con páginas específicas de un sitio relacionadas con los productos o servicios ofrecidos, y eso le permite al usuario obtener más información o comprar esos bienes con sólo cliquear en el mensaje.

Los carteles animados son una gran herramienta para atrapar potenciales clientes. El éxito de una campaña basada en carteles publicitarios en línea depende del diseño creativo de los banners. El objetivo es diseñar carteles que atraigan la atención de los visitantes. Esta atracción puede ser generada a través del uso de una buena combinación de colores, de ciertas formas de animación y un título atractivo. Los banners animados constituyen una excelente forma de llamar la atención de los compradores potenciales. En especial, los carteles diseñados con el programa Flash pueden presentar animaciones de contenidos muy ricos, en archivos de pequeño tamaño.

El éxito del diseño puede ser medido por el número de visitantes que cliquean en los carteles. Generalmente, las publicidades que ofrecen alguna clase de incentivo a los usuarios obtendrá una mayor tasa de cliqueos.

El tamaño de los banners se mide en píxeles y pueden tener diferentes formas y tamaños. El tamaño más usual en los carteles es de 468 por 60 píxeles. Sin embargo, existe una gran variedad de tamaños y formas, y una campaña publicitaria efectiva debería incorporar una mezcla de opciones. Los carteles de tipo skyscrapers en particular pueden resultar muy

efectivos pues son mostrados en un margen de la página de Internet, y permanecen a la vista del usuario durante su navegación.

Una combinación ideal de tamaños para una campaña debería incluir:

- Banners (468×60)
- Leaderboards (728×90)
- Skyscrapers (160x600)
- Rectángulos (300×250)

Las campañas de publicidad en Internet pueden ser adquiridas en términos de Costo por Mil impresiones, o de Costo por Cliqueo.

Los costos de las campañas de publicidad con banners en Internet varían ampliamente, según las opciones requeridas de acuerdo al público, el tamaño de los carteles utilizados, y el volumen de inventario adquirido. Las campañas pueden ser adquiridas en precios basados en Costo-Por-Mil o en Costo-Por-Cliqueo.

La mejor opción para una compañía que no posee experiencia en este tipo de publicidad es la compra en términos de costo por cliqueo, pues permitirá crear un presupuesto para un número de cliqueos estipulado, y la cadena publicitaria tomará el compromiso de publicar los banners la cantidad de veces requeridas para lograr esa cantidad. Por su parte, las empresas que tengan experiencia previa y hayan alcanzado una alta tasa de cliqueos en sus campañas anteriores, podrían encontrar más efectivo adquirir el inventario en términos de costos por mil. Existe una gran variedad de cadenas publicitarias y cada una ofrece diferentes niveles de selección de público basados en parámetros geográficos, demográficos o de comportamiento.

Las campañas publicitarias de banners pueden ajustarse para alcanzar públicos de países específicos, de regiones particulares, como Europa, o incluso a nivel mundial. El análisis de público en términos demográficos también permite ajustar el rango de potenciales consumidores para un producto o servicio específico.
Esta clase de campañas pueden ser medidas efectivamente y es posible realizar reportes para registrar el número de impresiones de anuncios, las tasas de cliqueos y tasas de conversión de ventas. Las estadísticas confiables pueden proveer un amplio rango de información que puede ser utilizada para mejorar la tasa de respuestas en futuras campañas publicitarias.

Como una forma de promoción de sitios de Internet, los anuncios resultan efectivos y se comparan positivamente con otras formas de publicidad virtual como las de Pago por Cliqueo.

Por favor, contáctenos si requiere más información sobre cualquiera de nuestros servicios de publicidad con carteles en Internet.