Kampania reklamowa w internecie na przykładzie kampanii zamku

Celem pracy jest przedstawienie specyfiki Internetu, którą należy uwzględnić przy projektowaniu kampanii reklamowej…

WSTĘP 2

ROZDZIAŁ 1. GENEZA I ROZWÓJ INTERNETU. 6
1.1. CO TO JEST INTERNET? 6
1.2. POWSTANIE INTERNETU. 8
1.3. REKLAMA W INTERNECIE. 10
1.4. INTERNET W POLSCE. 14

ROZDZIAŁ 2. KAMPANIA REKLAMOWA W INTERNECIE – MOŻLIWOŚCI I OGRANICZENIA. 16
3.1. FIRMOWA STRONA WWW. 16
3.2. BANNERY I PRZYCISKI REKLAMOWE. 20
3.3. POCZTA ELEKTRONICZNA. 28
3.4. TECHNIKI ZWIĘKSZAJĄCE ODBIÓR PRZEKAZU INTERNETOWEGO. 34

ROZDZIAŁ 3. KAMPANIA REKLAMOWA. 46
2.1. SPRECYZOWANIE CELÓW REKLAMY. 46
2.2. OKREŚLENIE GRUPY DOCELOWEJ KAMPANII 51
2.3. USTALENIE BUDŻETU KAMPANII REKLAMOWEJ. 55
2.4. NADZÓR NAD PRZEBIEGIEM KAMPANII. 56

ROZDZIAŁ 4. Kampania reklamowa w internecie na przykładzie kampanii DLA ZAMKU W MALBORKU 62
4.1. PRZYGOTOWANIE KAMPANII 62
4.2. PRZEPROWADZENIE KAMPANII 78
4.2.1. Rejestracja w katalogach i wyszukiwarkach 83
4.2.2. Kampania bannerowa 83
4.2.3. Poczta elektroniczna 87

4.2.4. Inne formy reklamy 88
4.3. OCENA REZULTATÓW KAMPANII 89

ZAKOŃCZENIE 94
BIBLIOGRAFIA 99

Wstęp

Internet to coraz dynamiczniej rozwijające się medium, które odgrywa coraz większe znaczenie w naszym życiu. Dzięki swojej nieograniczonej dostępności daje duże możliwości rozwoju firmom, bez względu na ich miejsce położenia geograficznego oraz wielkość samego przedsiębiorstwa. Czynnikami rozwojowymi, które temu sprzyjają to rozwój technologii informatycznych, globalizacja oraz powstanie społeczeństwa informacyjnego. Na rynku elektronicznym niezbędna jest jednak znajomość działań marketingowych, aby wykorzystać ogromne możliwości, jakie daje to medium i tym samym zainteresować swoją ofertą jak największa liczbę klientów.

Zastosowań marketingu elektronicznego w Internecie jest wiele. Niniejsza praca ma wykazać, że prawidłowa przygotowana i zrealizowana kampania internetowa, może przynieść firmie olbrzymie korzyści, która będzie później przekładała się na zyski. Dlatego też szczególny nacisk zostanie położony na przygotowanie unikatowej kampanii internetowej dla Zamku w Malborku.

Odbiorcą wyników pracy jest Zamek w Malborku.

Praca składa się z czterech rozdziałów. W rozdziale pierwszym opisano wykorzystanie internetu w procesie marketingowym. Przedstawiono wpływ Internetu na elementy marketingu-mix oraz zastosowanie Internetu w działaniach marketingowych. Wskazano normy prawne oraz omówiono etykę działalności marketingowej w Internecie.

W rozdziale drugim scharakteryzowano kampanię reklamową w Internecie. Opisano poszczególne etapy kampanii reklamowej,

wśród których wyróżniono: sprecyzowanie celów reklamy, określenie grupy docelowej kampanii, ustalenie budżetu kampanii reklamowej oraz nadzór nad przebiegiem kampanii.

W rozdziale trzecim opisano stosowane strategie promocji zamku w Malborku. Rozdział rozpoczyna przedstawienia historii zamku. Następnie przedstawiono podmiot promocji oraz scharakteryzowano promocję wewnętrzną i promocję zewnętrzną zamku w Malborku.

Ostatni rozdział pracy poświęcono propozycji kampanii reklamowej w Internecie dla Zamku w Malborku.

Niniejsza praca powstała w oparciu o fachową literaturę przedmiotu, artykuły publikowane w czasopismach poświęconych powyższej tematyce, materiały wewnętrzne zamku w Malborku oraz informacje zamieszczone na stronach internetowych.

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis