

2006-10-02 06:22:30

Nowy system reklamy kontekstowej

W ubiegłą sobotę (29 września) portal INTERIA.PL we współpracy z siecią reklamową ARBOmedia uruchomiły nowy system reklamy kontekstowej, umożliwiający szczegółowe ustawienia emisji. (DI) System Smart Context został oparty na rozwiązaniu stworzonym przez czeską firmę InternetBillboard. Wykorzystuje on ponadto mechanizmy serwisu Boksy INTERIA.PL, oferującego reklamę w wyszukiwarkach.

Kampanie reklamowe wyświetlane są zarówno w portalu, jak i na stronach internetowych należących do sieci reklamowej ARBOmedia. Dzięki temu przekaz reklamowy może dotrzeć do ok. 90 procent polskich użytkowników internetu - zapewniają przedstawiciele systemu.

Oprócz opcji określania formatów wyświetlania reklamy i ustalania emisji w wybranych rejonach Polski, reklamodawca może zdecydować o ilości wyświetleń reklamy pojedynczemu użytkownikowi w wybranym czasie (tzw. capping) lub skorzystać z nowej na polskim rynku opcji wyboru dni tygodnia i godzin wyświetlania się reklamy (targetowanie czasowe). Dodatkowo zyskuje też dostęp do szczegółowych statystyk.

Użytkownik systemu płaci wyłącznie za przekierowania na jego stronę. Ma możliwość emisji reklamy w formie boksów reklamowych lub jako link w tekście.

- Wspólnie stworzyliśmy produkt, który jest bardzo dobry jakościowo, precyzyjnie dobiera treść zaindeksowanych stron do słów kluczowych reklamodawców i uwzględnia specyfikę języka polskiego. Z powodzeniem będziemy mogli konkurować z pozostałymi systemami obecnymi w Polsce - uważa Grzegorz Sułkowski, kierownik projektu z ARBOmedia Polska.

Krzysztof Gontarek

Źródło:  Dziennik Internautów
www.di.com.pl[forum](#) | [zaloguj się](#)[skomentuj](#)