

Era banerów odchodzi w zapomnienie

Autor:
Andrzej Gajewski

Wrocław 2003

Spis treści

Budowa.....	3
Technologia.....	3
Profesjonalizm.....	4
Atrakcyjność kontra interaktywność.....	4

Wydawać by się mogło że to prawda. A jednak! Wystarczy wpisać w przeglądarkę dowolnie wybrany adres www serwisu gdzie znajdują się reklamy i co zobaczymy? Banery i butony. Dlaczego zatem są one coraz mniej popularne? Oto niektóre z powodów które, jak mi się wydaje, mogą wpływać na ich postrzeganie.

Budowa

Zarówno baner jak i jego mniejszy brat buton muszą mieć swoje ściśle przyporządkowane miejsce w serwisie. Ich charakterystyczna czworoboczna budowa oraz standardowy, ściśle określony jak przystało na porządną „kawalek” reklamy, rozmiar powoduje, iż przy tworzeniu serwisu www konieczne jest przewidzenie ich umieszczenia. Nagłówek strony i lewa kolumna serwisu, zaraz pod głównym menu, to najczęściej wykorzystywane do tego celu miejsca. Coraz częściej umieszcza się je także w głównej kolumnie witryny, w miejscu prezentowania treści, jednakże zachowanie takie jest o tyle ryzykowne, iż musi się wiązać z przemyślaną konstrukcją strony, tak by stanowiła nierozłączną całość i nie zakłócała naturalnego porządku na stronie.

Właśnie z góry przyporządkowane na sztywno miejsce na reklamę powoduje, iż jest ona mało zauważalna, często omijana przez odwiedzających lub też specjalnie ignorowana. Takie zachowanie wpływa zdecydowanie na niską skuteczność tego typu reklamy i wzrost niechęci do niej.

Technologia

Najpopularniejszymi formatami (rozszerzeniami) banerów jest nadal animowany gif. Dlaczego? Ponieważ o wiele bardziej rozpowszechnionymi są programy graficzne pozwalające na tworzenie obrazów statycznych, a następnie wprowadzanie ich w ruch poprzez wyświetlanie klatka po klatce. Programy te są z reguły wykorzystywane do tworzenia grafiki strony www co ułatwia „wyprodukowanie” przy okazji banera czy butona.

Oczywiście programy o zaawansowanych możliwościach animacji, w tym także wykorzystujących niezwykle atrakcyjnego flash'a, są coraz częściej używane, ale nadal pozwalają na wykonanie elementu reklamowego w postaci prostokąta. Produkcja niestandardowego Top Layera, czyli reklamy o dowolnym kształcie wyświetlanej na warstwie, jest bardzo kosztowna i praktycznie poza zasięgiem większości hobbystycznie działających serwisów www.

Profesjonalizm

Ważnym elementem każdej reklamy jest jej profesjonalne wykonanie. Hasło reklamowe, odpowiednio do niego dobrane wyświetlane elementy oraz, a właściwie przede wszystkim sprecyzowana grupa docelowa to podstawa każdej kampanii reklamowej.

Niestety wiele prezentowanych reklam banerowych, tworzonych w domowym zaciszu, własnym sumptem by ograniczyć koszty, nie była przemyślana pod tym kontem. I wcale nie jest to dziwne, bo w końcu skąd przeciętny zjadacz internetowego html'a miał by o tym wiedzieć.

Nie należy też się dziwić niektórym szkaradkom powstającym w ten sposób, błyskającym co 0,3 sekundy jaskrawymi kolorami by tylko przybić wzrok oglądającego. Aż strach coś takiego oglądać, a kliknąć jeszcze bardziej.

Atrakcyjność kontra interaktywność

Doskonałych przykładów na świetnie wykonane banery w różnych technologiach można by mnożyć. Najlepiej jednak przyglądać się największym wydawcom reklam czyli sieciom komórkowym. Regularnie przetaczają się przez łamy serwisów internetowych różnego typu reklamy to jednej sieci, to drugiej, zachęcające to do kupna XXL paczki, to do sekundowego naliczania. Zdaję sobie sprawę z tego, iż budżety reklamowe tego typu firm są nieomal nieograniczone i nie można ich porównywać z hobbystycznymi serwisami internetowymi, ale czy nie jest dobrze wzorować się na najlepszych. Czy nie warto zwrócić uwagę na sposób wykonywania przygotowywanych przez najlepsze agencje reklamowe materiałów graficznych? Myślę że warto.

Atrakcyjność wizualna i interaktywność to podstawowe cechy nowoczesnej reklamy. Atrakcyjność polegająca na estetyczności graficznej, optymalnym obciążeniu i szybkim „ładowaniu” czyli wgrywaniu do przeglądarki. Interaktywność czyli reagowanie na akcję wykonywaną ze strony internauty – ruch myszki, kliknięcie klawisza na klawiaturze.

Czy baner wyginie? Wydaje mi się że nie. Pokuszę się nawet o jeszcze dalej idące stwierdzenie: dopiero era banera nadchodzi. Coraz bardziej zaawansowane technologie graficzne i łatwiejsze ich wykorzystanie spowodują możliwość wykonywania coraz to ciekawszych reklam tego typu.

Dodatkowo wpływ na sposób wykonania reklamy internetowej i cywilizowania tego ruchu będą miały takie stowarzyszenia jak IAB Polska (Internet Advertising Bureau Polska –

www.iab.pl), które już dzisiaj wprowadzają i propagują utrzymywanie standardów reklamowych.