|  |  |
| --- | --- |
| **Advertiser** **(рекламодатель):** | Физическое, юридическое или виртуальное лицо, размещающее за плату свою рекламу (в нашем случае [баннер](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Banner)) на [web-сайте](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#website) [издателя](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Publisher). Рекламодатель имеет свой (или не совсем) web-сайт, на который ведет ссылка с размещаемого баннера. |
| **Banner (баннер, фантик):** | Графический файл ([GIF](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Gif), [JPG](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Jpg)), помещаемый на [web-страницу](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#webpage) и имеющий гиперссылку на другую (рекламируемую) страницу. Как правило, имеет прямоугольную форму. Для обеспечения быстрой загрузки баннера, системы показов баннеров обычно накладывают на него ограничения по размеру (например не более 15 Килобайт). Так что сделать красочный, анимированный баннер, да и еще уложиться в жесткие требования по размеру файла часто бывает непростой задачей.   Самый распространенный размер баннеров 468 на 60 пикселей, хотя помимо этого существует изрядное количество баннеров других размеров. |
| **Banner Advertising (баннерная реклама):** | Самый эффективный способ раскручивания (увеличения [посещаемости](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Traffic)) [web-сайта](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#website), а также мощный инструмент для создания/улучшения имиджа компании - продукции - услуг и т.д. |
| **Branding (имиджевая реклама):** | При имиджевой рекламе с помощью баннеров рекламодатель ставит целью не привлечение на свой сайт как можно большего количества посетителей, то есть создание/улучшение своего имиджа среди пользователей сети. Здесь важен не столько [отклик](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#CTR) баннера, сколько его способность запоминаться и улучшать имидж рекламодателя. |
| **Banner Exchange Services (системы обмена показами баннеров):** | Специальные системы, которые производят взаимообмен показами баннеров между своими участниками. За свои услуги обычно берут определенный процент от показов. Например, [Reklama.ru](http://www.reklama.ru/) покажет 85 Ваших баннеров на страницах других участников, если Вы покажете 100 чужих баннеров. |
| **Burn out of a banner** **(сгорание баннера):** | По мере показа баннера в определенной [баннерной системе](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Exchange) или на определенном веб-сайте увеличивается вероятность того, что он будет показан одному и тому же пользователю несколько раз. А это, в свою очередь, приводит к падению [отклика](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#CTR) баннера.   Время, за которое баннер "сгорит", зависит от интенсивности его показа и от того, насколько широкой аудитории он демонстрируется (при одинаковой интенсивности показов баннер, который крутится на большом кол-ве разных web-страниц, сгорит не так быстро). Сгорание баннера зависит от двух параметров - [Site Reach](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Reach) и [Site Frequency](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Frequency) (данные термины применимы не только к веб-сайтам, но и к баннерным системам). Тематика и дизайн баннера не оказывают влияния на скорость его "сгорания". |
| **Cached banner (кеширование баннеров):** | Часто пользователь видит баннер в несколько раз чаще, чем фиксируется в системе. Дело в том, что баннер может быть закеширован браузером пользователя, и следущая его загрузка произойдет не с сервера, а непосредственно с локального диска пользователя. И, соответственно, система не будет знать об очередном показе баннера.   Помимо кеширования браузером есть вариант, что баннер будет закеширован, например, на прокси-сервере провайдера. И в этом случае система не зафиксирует показ.   Кеширование, с одной стороны, значительно снимает загрузку каналов Интернет, позволяет не гонять снова и снова, например, здоровый графический файл из Америки, а просто скачать его с прокси-сервера своего провайдера или еще быстрее из кеша Вашего браузера, а с другой стороны, часто кеширование делает статистику посещения страниц, статистику показов баннера и т.д. не столь точной, как хотелось бы. |
| **Click-Through (нажатие, клик):** | Если на глаза пользователю попадется баннер и он его заинтересует, пользователь щелкает на него мышью. Пользователь так же может нажать на баннер от скуки или случайно. После щелчка, его браузер начинает загружать страницу, которую рекламирует сей баннер. Вся эта трансакция и называется клик. |
| **Cookies (куки, печенье):** | Небольшой кусочек данных, которыми веб-сервер помечает Ваш браузер при его посещении. При следующем визите сервер будет знать, что Вы уже здесь были и, например, не станет показывать Вам тот же баннер, что показывал в прошлый раз. В более изощренных системах при помощи cookies-технологии возможно изучить пристрастия посетителя и при каждом визите показывать ему соответствующую рекламу.  К сожалению, некоторые пользователи безосновательно боятся cookies и отключают данную опцию в своих браузерах. |
| **CPM:** | Стоимость за тысячу [показов](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Impressions) баннеров. В русской сети у серверов, продающих показы баннеров, CPM колеблется от 2 до 50 долларов. |
| **CPS (cost per sale):** | Стоимость одной продажи. Произведем нехитрые расчеты. Пусть [CPM](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#CPM) составляет для Вас 15 $. [CTR](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#CTR) используемого баннера 3%. Известно, что 1 из 50 посетителей вашего сервера совершает покупку. Прибыль от продажи составляет 20 $:  - за 150 долларов имеем 10 000 \* 3% = 300 посетителей. - купят Ваш товар 300 / 50 = 6 посетителей. - Вы заработаете 6 \* 20 = 120 $. Итак, Вы заработали 120 $, истратив 150 $. На самом деле все не так плохо! Часть пользователей, совершивших покупку, вернутся к Вам через некоторое время совершить новую, кто-то расскажет о Ваших услугах друзьям... В результате, вложенные деньги принесут прибыль. |
| **CPV:** | Стоимость за посетителя. Помимо продажи показов баннеров, существует практика, когда расчет ведется за количество посетителей, попавших на сайт рекламодателя через баннер. Посетителем считается человек, [кликнуший](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Click-Through) на баннер (хотя на самом деле пользователь может нажать на кнопку back своего браузера до того, как рекламируемая страница загрузится). Стоимоcть одного клика (CPV) в среднем составляет 10 - 12 центов. |
| **CTR (click/through ratio, отклик баннера):** | Самой важной характеристикой баннера является отношение числа кликов на баннер к числу его показов. Так, если Ваш баннер был показан на какой либо странице 1000 раз, а нажали на него и, соответственно, попали на ваш сайт 50 человек, то отклик такого баннера равен 5%.  По статистике средний отклик ("click/through ratio") у баннеров, используемых в WWW - 2,11%. |
| **Flat Fee Advertising** **:** | Размещение баннера без учета количества [показов](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Impressions) и [нажатий](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Click-Through). Многие [web-сайты](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#website) стремятся разместить баннер рекламодателя на одной или нескольких своих страницах, взимая за это фиксированную плату в месяц. Плата зависит от [посещаемости](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Traffic) страниц и(или) их направленности (при [узконаправленной рекламе](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#NarrowCast)). |
| **Gif** **:** | Самый распространенный графический формат в Интернете. Наиболее популярен для создания баннеров, так как позволяет делать анимацию, прозрачные области, черезстрочную загрузку.   Данный формат имеет хороший алгоритм сжатия и позволяет делать достаточно компактную графику, что очень важно, т.к. обычно на баннеры накладываются строгие ограничения по размеру файла (например, до 15 килобайт). Формат ограничен использованием 256 цветов.   Для баннеров, содержащих фотоизображения, плавные переходы цветов, иногда бывает целеособразно использовать другой графический формат - [Jpg](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Jpg). |
| **Hit** **(хит):** | Загрузка любого элемента (html-документа, графического файла, java-апплета и т.д.) пользователем. Например, если на вашей странице присутствует 15 графических элементов, то при ее загрузке лог-файл сервера зарегистрирует 16 хитов (15 картинок и 1 html документ).  Если в сети Вы встретите заявление типа "наш сервер имеет 100 000 хитов в месяц", на Вас просто пытаются произвести впечатление. Реальное число [посещений](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Visit) такого сервера будет в десятки раз меньше. |
| **Home Page** **(главная страница, начальная страница):** | Вопреки прямому переводу с английского это не домашняя (персональная) страница Пети Иванова, а начальная страница [web-сайта](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#website). Как правило, ссылки делаются именно на главную страницу web-сайта, поэтому кол-во [посещений](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Visit) на этой странице обычно намного больше, чем на любой другой. По главной странице (лицу web-сайта) посетитель получает представление о том, куда он попал, и что он может увидеть на других страницах сайта (хотя иногда бывает, что главная страница является первой и единственной). |
| **Impression** **(показ, exposures):** | Демонстрация [баннера](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Banner) пользователю. На самом деле система считает, что показ был осуществлен, если браузер пользователя загрузил баннер, а сам пользователь может его так и не увидеть. Такая ситуация вероятна, если баннер загружается в конце страницы, а пользователь уйдет с нее, не прокрутив ее до конца. Поэтому, если это возможно, договаривайтесь, чтобы Ваш баннер демонстрировался в начале страницы, а не в конце. Возможна и обратная ситуация, когда пользователь увидел баннер большее количество раз, чем показала система (браузер может [закешировать](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Caching) баннер после его первой загрузки и показать еще раз уже на другой странице без обращения к серверу). |
| **Jpg** **:** | Второй по популярности (после [Gif](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Gif)) формат графических файлов в Интернете. Хоть Jpg не позволяет использовать анимацию и прозрачность, но является хорошим выбором для фотографических изображений. Jpg хорошо сжимается и в отличие от Gif не ограничен 256 цветами, а позволяет использовать до 16 миллионов цветов. |
| **Publisher** **(издатель):** | Web-страница, показывающая за определенную плату (или другие блага) рекламу [рекламодателя](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Advertiser) (в нашем случае баннеры со ссылкой на сайт рекламодателя). |
| **Site Frequency (частота посещения страницы):** | Усредненная величина, указывающая, как часто посетители возвращаются на веб-сайт, что вполне характерно для сайтов с регулярно обновляющимся содержанием.  Чем выше частота посещения, тем быстрее будут [сгорать](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Burnout) баннеры, т.к. в этом случае высока вероятность показа баннера одним и тем же посетителям несколько раз. |
| **Site Reach (размер аудитории сайта):** | Количество уникальных посетителей, побывавших на сайте за определенное количество времени. Если веб-сайт регулярно обновляется, то у него есть хороший шанс обрести постоянных посетителей (постоянную аудиторию), посещающих веб-сайт с определенной частотой ([Site Frequency](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html" \l "Frequency)). Чем больше размер аудитории, тем медленнее будут [сгорать](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Burnout) баннеры, демонстрирующиеся на данном сайте. |
| **Targeting** **(узконаправленная реклама):** | Показ рекламного баннера только определенному кругу пользователей (целевой аудитории), наиболее интересному для [рекламодателя](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Advertiser). Например, крупные поисковые системы, продающие показы баннеров по запросам пользователя, определяют область его поиска и показывают ему баннеры, сходные по тематике. Рекламодатели стремятся покупать показы баннеров именно на узко- тематических сайтах (или разделах сайтов), где подавляющая часть посетителей интересуется заданным типом продукции/услуг.  Такой вид рекламы наиболее эффективен, хотя и более дорогой. |
| **Traffic (посещаемость):** | Количество [посетителей](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Visit) [web-сайта](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#website) (или его определенной страницы) за единицу времени (день, месяц и т.д.). Некоторые вкладывают в понятие траффика не кол-во посетителей, а кол-во [хитов](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#Hit) за единицу времени. |
| **Visit and Visitor** **(посещение и посетитель):** | Возможно, Вы заметили, что на многих страницах висят счетчики, показывающие количество посещений. Обычно, если один и тот же пользователь заходит на одну и ту же страницу несколько раз в течение короткого периода времени (например, в течение менее чем 30 минут), то это будет считаться как одно посещение. Каждый тип счетчика по-своему трактует кол-во посетителей. Есть счетчики более "строгие", есть менее. Например, на моей главной странице стоят два счетчика: один моего провайдера ["Зенона"](http://www.aha.ru/), второй [RamblerTop100](http://counter.rambler.ru/top100/). Рамблеровский счетчик показывает процентов на 25 посетителей больше. |
| **Web-page** **(вебстраница, страница):** | Составная часть [web-сайта](http://www.perfekt.ru/dict/advert.html#website). Физически предсталяет собой HTML-файл. Может содержать текст, изображения, JAVA апплеты и другие веб-элементы. Страница может быть статическая или динамически сгенерированная. В случае использования фреймов каждый фрейм считается как отдельная страница. |
| **Web-Site** **(веб-сайт, сайт, сервер):** | Совокупность web-страниц, объединенных по смыслу, навигационно и физически находящихся на одном сервере. |