Display advertising, different types of ad tools

Minor from Vocational

Dr. Santosh Kumar Lal



Meaning of Display Advertising

Display advertising is a form of digital advertising in which businesses promote their products, services, or brands through visual advertisements on websites, mobile applications, and other digital platforms. These advertisements may contain images, text, graphics, animations, audio, or video.

Display advertising aims to attract the attention of potential customers, create brand awareness, generate website traffic, and encourage purchases or other desired actions.

Example: An advertisement for a new smartphone appearing on a news website or a banner promoting an online shopping sale on a mobile application.

Objectives of Display Advertising

- Brand Awareness: To make people familiar with a brand, product, or service.
- Customer Attraction: To attract the attention of potential customers through appealing visuals.
- Website Traffic: To encourage users to visit a company's website or landing page.
- Lead Generation: To collect information from interested customers.
- Sales Promotion: To increase sales, enquiries, and online purchases.
- Remarketing: To reconnect with people who have previously visited a website or interacted with a brand.
- Customer Engagement: To encourage users to click, watch, interact, or learn more about a product.

Features of Display Advertising

- It uses visual elements such as images, banners, graphics, and videos.
- It can reach a large and geographically dispersed audience.
- It supports targeting based on interests, demographics, location, and online behaviour.
- Its performance can be measured using clicks, impressions, conversions, and other metrics.
- It supports different pricing models, including CPC and CPM.
- It can be used on websites, mobile applications, and selected digital advertising networks.

Different Types of Display Advertising

1. Banner Advertising

Banner advertisements are rectangular visual advertisements displayed at the top, bottom, or sides of a webpage. They commonly contain an image, a short message, and a clickable link.

Example: A banner announcing a festive discount on an e-commerce website.

2. Sidebar and Skyscraper Advertising

These advertisements appear vertically along the sides of a webpage. They are useful for maintaining brand visibility while users read online content.

3. Responsive Display Advertising

Advertisers provide assets such as images, headlines, descriptions, and logos. The advertising platform automatically adjusts their combination and size to fit eligible placements.

4. Animated Display Advertising

These advertisements use movement, transitions, or animation to attract attention and communicate a message. They may be created using HTML5 or other supported formats.

5. Remarketing or Retargeting Ads

These advertisements reconnect with previous website visitors or users who have interacted with a business, where tracking and consent requirements permit.

Example: A user views a pair of shoes online and later sees an advertisement for similar shoes.

6. Rich Media Advertising

Rich media ads use interactive elements, animation, audio, video, or expandable features to encourage audience participation.

7. Mobile Display Advertising

These advertisements appear inside mobile applications and on mobile websites. They are designed for smaller screens and touch-based interaction.

8. Video Display Advertising

These advertisements use video to explain product features, demonstrate services, tell brand stories, or promote offers. Video display placements may appear within webpages or apps.

Different Types of Advertising Tools

Advertising tools are digital platforms and software applications that help marketers create, publish, manage, target, monitor, and evaluate online advertisements

1. Google Ads

Used to create and manage display campaigns, select audiences, set budgets, choose bidding strategies, and measure campaign performance.

2. Google Ad Manager

Helps publishers manage advertising inventory, organize ad placements, deliver ads, and report advertising results.

3. Display & Video 360

A demand-side platform used by advertisers and agencies to plan, buy, and optimize digital display and video advertising across supported inventory.

4. AdRoll

Supports digital advertising and retargeting campaigns to reconnect with potential customers and improve marketing outcomes.

5. Canva

Helps marketers design banner ads, promotional graphics, social media creatives, and other visual advertising materials.

6. Google Analytics 4 (GA4)

Measures website and app activity, user engagement, conversions, and other outcomes that help marketers evaluate advertising effectiveness.

7. Google Tag Manager

Helps manage website tracking tags and event measurement used for campaign analytics and conversion tracking.

Main Components of the Display Advertising Ecosystem

- Advertiser: The business or organization that pays to promote a product or service.
- Publisher: The website or app that provides space for advertisements.
- Ad Network: Connects advertisers with publishers and helps distribute advertisements.
- Ad Exchange: A digital marketplace where advertising inventory can be bought and sold, often through automated auctions.
- DSP (Demand-Side Platform): Helps advertisers buy advertising inventory and manage campaign targeting and bidding.
- SSP (Supply-Side Platform): Helps publishers manage and sell their advertising inventory.
- Ad Server: Stores, delivers, and tracks advertisements and their performance.
- Analytics Tools: Measure impressions, clicks, conversions, and other campaign outcomes.

Important Metrics Used in Display Advertising

Metric	Meaning
Impressions	Number of times an advertisement is displayed.
Clicks	Number of times users click an advertisement.
CTR (Click-Through Rate)	Percentage of impressions that result in clicks.
CPC (Cost Per Click)	Advertising cost per click.
CPM (Cost Per Mille)	Cost per 1,000 impressions.
Conversion Rate	Percentage of relevant users who complete a desired action.
CPA (Cost Per Acquisition/Action)	Cost incurred for a specified acquisition or action.
ROAS (Return on Ad Spend)	Revenue attributed to advertising relative to advertising expenditure.

Advantages of Display Advertising

- Reaches a broad audience across websites and apps.
- Improves brand awareness through visual communication.
- Supports audience targeting and remarketing.
- Allows flexible campaign budgets and bidding options.
- Provides measurable results and performance reports.
- Supports testing and optimization of different ad designs.
- Can direct potential customers to websites, product pages, and landing pages.

Limitations of Display Advertising

- Users may ignore advertisements due to banner blindness.
- Ad blockers can prevent some advertisements from appearing.
- Poorly targeted ads may waste advertising expenditure.
- Excessive advertising can irritate users.
- Clicks do not necessarily lead to sales.
- Privacy, consent, and tracking regulations must be considered.
- Fraudulent impressions and invalid clicks can affect campaign performance.

Conclusion

Display advertising is an important component of digital marketing because it combines visual communication, audience targeting, and performance measurement. The effective use of advertising platforms, creative tools, ad-delivery systems, and analytics tools helps businesses improve brand visibility, generate leads, and achieve marketing objective

डिस्प्ले विज्ञापन का अर्थ

डिस्प्ले विज्ञापन (Display Advertising) डिजिटल मार्केटिंग का एक महत्वपूर्ण रूप है, जिसमें वेबसाइटों, मोबाइल एप्लिकेशन और अन्य डिजिटल प्लेटफॉर्म पर चित्रों, बैनर, ग्राफिक्स, टेक्स्ट, एनिमेशन तथा वीडियो के माध्यम से उत्पादों और सेवाओं का प्रचार किया जाता है।

इसका मुख्य उद्देश्य संभावित ग्राहकों का ध्यान आकर्षित करना, ब्रांड की पहचान बढ़ाना, वेबसाइट पर ट्रैफिक लाना तथा बिक्री और ग्राहक सहभागिता में वृद्धि करना है।

उदाहरण: किसी समाचार वेबसाइट पर स्मार्टफोन का विज्ञापन दिखाई देना या मोबाइल ऐप पर ऑनलाइन शॉपिंग की छूट का बैनर प्रदर्शित होना।

डिस्प्ले विज्ञापन के उद्देश्य

- ब्रांड जागरूकता (Brand Awareness): ग्राहकों को ब्रांड, उत्पाद या सेवा से परिचित कराना।
- ग्राहकों को आकर्षित करना (Customer Attraction): आकर्षक चित्रों और संदेशों द्वारा संभावित ग्राहकों का ध्यान खींचना।
- वेबसाइट ट्रैफिक बढ़ाना (Website Traffic): उपयोगकर्ताओं को वेबसाइट या लैंडिंग पेज पर आने के लिए प्रेरित करना।
- लीड जनरेशन (Lead Generation): संभावित ग्राहकों की जानकारी प्राप्त करना।
- बिक्री में वृद्धि (Sales Promotion): उत्पादों और सेवाओं की बिक्री बढ़ाना।
- रीमार्केटिंग (Remarketing): पहले वेबसाइट पर आ चुके या ब्रांड के साथ संपर्क कर चुके उपयोगकर्ताओं तक दोबारा पहुँचना।
- ग्राहक सहभागिता (Customer Engagement): ग्राहकों को विज्ञापन पर क्लिक करने, वीडियो देखने या उत्पाद के बारे में जानकारी प्राप्त करने के लिए प्रेरित करना।

डिस्प्ले विज्ञापन की प्रमुख विशेषताएँ

- इसमें चित्रों, टेक्स्ट, बैनर, ग्राफिक्स और वीडियो का प्रयोग किया जाता है।
- यह बड़े और भौगोलिक रूप से विस्तृत दर्शक वर्ग तक पहुँच सकता है।
- इसमें आयु, रुचि, स्थान और ऑनलाइन व्यवहार के आधार पर लक्षित विज्ञापन दिखाए जा सकते हैं।
- विज्ञापन के परिणामों को क्लिक, इम्प्रेशन और कन्वर्जन के माध्यम से मापा जा सकता है।
- इसमें CPC और CPM जैसे भुगतान मॉडल का उपयोग किया जा सकता है।ह वेबसाइटों, मोबाइल ऐप और डिजिटल विज्ञापन नेटवर्क पर उपयोग किया जाता है।

डिस्प्ले विज्ञापन के विभिन्न प्रकार (Different Types of Display Advertising)

1. बैनर विज्ञापन (Banner Advertising)

इसमें वेबसाइट के ऊपर, नीचे या बीच में आयताकार विज्ञापन दिखाए जाते हैं। इनमें चित्र, छोटा संदेश और क्लिक करने योग्य लिंक हो सकता है।



उदाहरण: किसी ई-कॉमर्स वेबसाइट पर त्योहारों की छूट का बैनर।

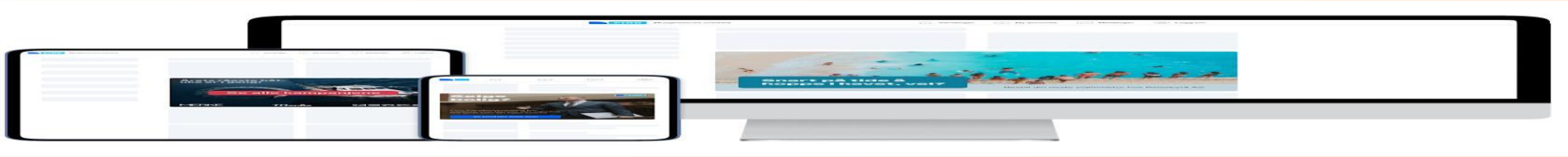
2. साइडबार एवं स्काईस्क्रेपर विज्ञापन (Sidebar and Skyscraper Ads)

ये विज्ञापन वेबसाइट के दाएँ या बाएँ किनारे पर लंबवत रूप में प्रदर्शित होते हैं। इनका उद्देश्य वेबसाइट पर सामग्री पढ़ने वाले उपयोगकर्ताओं के सामने ब्रांड को दृश्यमान बनाए रखना है।



3. रिस्पॉन्सिव डिस्प्ले विज्ञापन (Responsive Display Ads)

इसमें विज्ञापनदाता चित्र, शीर्षक, विवरण और लोगो जैसी सामग्री उपलब्ध कराता है। विज्ञापन प्लेटफॉर्म उपलब्ध स्थान और डिवाइस के अनुसार विज्ञापन का आकार तथा संयोजन समायोजित करता है।



4. एनिमेटेड डिस्प्ले विज्ञापन (Animated Display Ads)

इनमें गति, दृश्य परिवर्तन और एनिमेशन का उपयोग करके दर्शकों का ध्यान आकर्षित किया जाता है।



5. रीमार्केटिंग या रीटार्गेटिंग विज्ञापन (Remarketing/Retargeting Ads)

इन विज्ञापनों के माध्यम से पहले वेबसाइट पर आ चुके उपयोगकर्ताओं तक दोबारा पहुँचा जाता है, जहाँ आवश्यक ट्रैकिंग और सहमति संबंधी शर्तें पूरी होती हैं। उदाहरण: जूते देखने के बाद उपयोगकर्ता को अन्य वेबसाइट पर उन्हीं या मिलते-जुलते जूतों का विज्ञापन दिखाई देना।



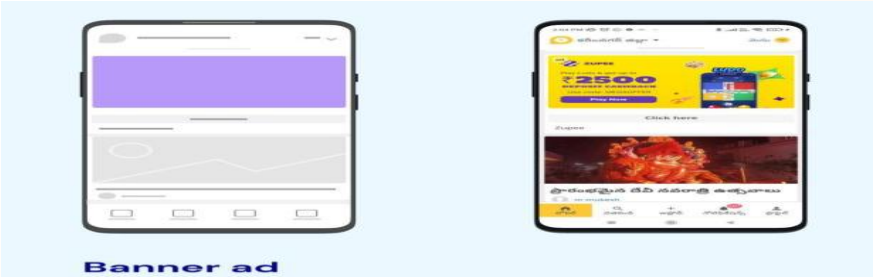
6. रिच माडया ावज्ञापन (Rich Media Advertising)

इसमें इंटरैक्टिव फीचर, वीडियो, ध्वनि, एनिमेशन या विस्तारित होने वाले विज्ञापन का उपयोग किया जाता है। इसका उद्देश्य दर्शकों की सहभागिता बढ़ाना है।



7. मोबाइल डिस्प्ले विज्ञापन (Mobile Display Advertising)

ये विज्ञापन मोबाइल वेबसाइटों और मोबाइल ऐप के भीतर प्रदर्शित होते हैं। इन्हें छोटे पर्दे और टच स्क्रीन के अनुसार तैयार किया जाता है।



8. वीडियो डिस्प्ले विज्ञापन (Video Display Advertising)

इसमें वीडियो के माध्यम से उत्पाद की विशेषताओं, सेवाओं, ब्रांड की कहानी या विशेष ऑफर का प्रचार किया जाता है। ये विज्ञापन वेबसाइटों और ऐप में दिखाई दे सकते हैं।



डिजिटल विज्ञापन के विभिन्न टूल

विज्ञापन टूल ऐसे डिजिटल प्लेटफॉर्म और सॉफ्टवेयर हैं जिनकी सहायता से विज्ञापन तैयार किए जाते हैं, प्रकाशित किए जाते हैं, लक्षित दर्शकों तक पहुँचाए जाते हैं और उनके परिणामों का विश्लेषण किया जाता है।

1. Google Ads

इसका उपयोग डिस्प्ले विज्ञापन अभियान बनाने, दर्शकों का चयन करने, बजट निर्धारित करने, बोली लगाने और विज्ञापन के परिणाम मापने के लिए किया जाता है।

2. Google Ad Manager

यह प्रकाशकों को विज्ञापन स्थान का प्रबंधन करने, विज्ञापन प्रदर्शित करने और विज्ञापन प्रदर्शन की रिपोर्ट तैयार करने में सहायता करता है।

3. Display & Video 360

यह एक डिमांड-साइड प्लेटफॉर्म है, जिसका उपयोग विज्ञापनदाता और एजेंसियाँ डिजिटल डिस्प्ले तथा वीडियो विज्ञापनों की योजना बनाने, विज्ञापन स्थान खरीदने और अभियानों को बेहतर बनाने के लिए करती हैं।

4. AdRoll

यह डिजिटल विज्ञापन और रीटार्गेटिंग अभियानों में सहायता करता है, जिससे संभावित ग्राहकों तक दोबारा पहुँचा जा सके।

5. Canva

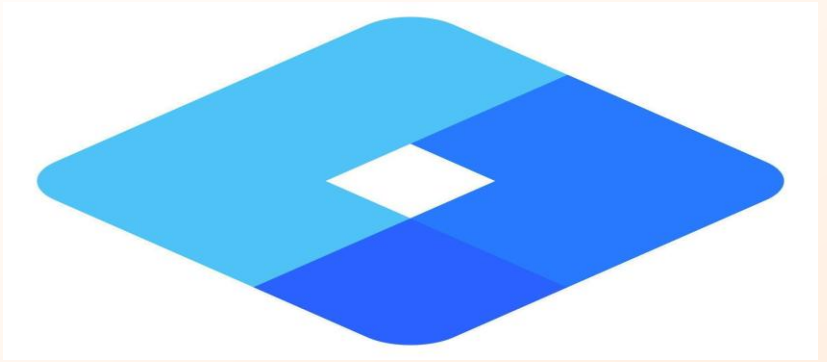
इसका उपयोग बैनर, पोस्टर, प्रचार सामग्री, सोशल मीडिया क्रिएटिव और अन्य आकर्षक विज्ञापन डिजाइन करने के लिए किया जाता है।

6. Google Analytics 4 (GA4)

यह वेबसाइट और ऐप पर उपयोगकर्ताओं की गतिविधियों, सहभागिता, कन्वर्जन तथा विज्ञापन से संबंधित परिणामों को मापने में सहायता करता है।

7. Google Tag Manager

इसका उपयोग वेबसाइट पर ट्रैकिंग टैग और इवेंट मापन को प्रबंधित करने के लिए किया जाता है, जिससे विज्ञापन प्रदर्शन और कन्वर्जन का विश्लेषण किया जा सकता है।



8. Adobe Express

यह विज्ञापन बैनर, प्रचार ग्राफिक्स, ब्रांड सामग्री और छोटे मार्केटिंग वीडियो तैयार करने में सहायता करता है।



डिस्प्ले विज्ञापन प्रणाली के प्रमुख घटक

- विज्ञापनदाता (Advertiser): वह व्यक्ति या संस्था जो अपने उत्पाद या सेवा का प्रचार करने के लिए भुगतान करती है।
- प्रकाशक (Publisher): वह वेबसाइट या ऐप जो विज्ञापन दिखाने के लिए स्थान उपलब्ध कराता है।
- विज्ञापन नेटवर्क (Ad Network): विज्ञापनदाताओं और प्रकाशकों को जोड़ने वाला माध्यम।
- विज्ञापन एक्सचेंज (Ad Exchange): डिजिटल विज्ञापन स्थान की खरीद-बिक्री का ऑनलाइन बाज़ार।
- DSP (Demand-Side Platform): विज्ञापनदाताओं को विज्ञापन स्थान खरीदने, बोली लगाने और लक्षित दर्शकों का चयन करने में सहायता करता है।
- SSP (Supply-Side Platform): प्रकाशकों को अपने विज्ञापन स्थान का प्रबंधन और बिक्री करने में सहायता करता है।
- विज्ञापन सर्वर (Ad Server): विज्ञापनों को प्रदर्शित करने तथा उनके प्रदर्शन का रिकॉर्ड रखने में सहायता करता है।एनालिटिक्स टूल (Analytics Tools): विज्ञापन के इम्प्रेशन, क्लिक, कन्वर्जन और अन्य परिणामों को मापते हैं।

डिस्प्ले विज्ञापन के प्रमुख मापदंड

मापदंड	अर्थ
Impressions	विज्ञापन कितनी बार प्रदर्शित हुआ।
Clicks	विज्ञापन पर कितनी बार क्लिक किया गया।
CTR	कुल इम्प्रेशन में क्लिक का प्रतिशत।
CPC	प्रत्येक क्लिक पर होने वाली विज्ञापन लागत।
CPM	प्रति 1,000 इम्प्रेशन की लागत।
Conversion Rate	निर्धारित कार्रवाई करने वाले उपयोगकर्ताओं का प्रतिशत।
CPA	किसी निर्धारित कार्रवाई या ग्राहक प्राप्ति की लागत।
ROAS	विज्ञापन खर्च की तुलना में विज्ञापन से प्राप्त राजस्व।

डिस्प्ले विज्ञापन के लाभ

- बड़ी संख्या में संभावित ग्राहकों तक पहुँचने में सहायता।
- ब्रांड की पहचान और जागरूकता में वृद्धि।
- लक्षित विज्ञापन और रीमार्केटिंग की सुविधा।
- बजट और बोली निर्धारित करने में लचीलापन।
- विज्ञापन के परिणामों का मापन और विश्लेषण।
- अलग-अलग डिजाइन और संदेशों का परीक्षण करने की सुविधा।
- वेबसाइट ट्रैफिक, लीड और बिक्री बढ़ाने की संभावना।

डिस्प्ले विज्ञापन की सीमाएँ

- उपयोगकर्ता कई बार विज्ञापनों को अनदेखा कर देते हैं।
- एड ब्लॉकर के कारण विज्ञापन प्रदर्शित नहीं हो पाते।
- गलत दर्शक वर्ग को लक्षित करने से बजट व्यर्थ हो सकता है।
- अत्यधिक विज्ञापन उपयोगकर्ताओं को परेशान कर सकते हैं।
- विज्ञापन पर क्लिक होने का अर्थ यह नहीं है कि बिक्री भी होगी।
- डेटा गोपनीयता, सहमति और ट्रैकिंग संबंधी नियमों का पालन आवश्यक है।
- नकली इम्प्रेशन और अमान्य क्लिक से विज्ञापन के परिणाम प्रभावित हो सकते हैं।

निष्कर्ष

डिस्प्ले विज्ञापन डिजिटल मार्केटिंग का एक महत्वपूर्ण साधन है। इसके माध्यम से व्यवसाय आकर्षक दृश्य सामग्री, लक्षित विज्ञापन और आधुनिक तकनीक का उपयोग करके अपने उत्पादों एवं सेवाओं का प्रचार कर सकते हैं। Google Ads, Google Ad Manager, Canva और Google Analytics 4 जैसे टूल विज्ञापन तैयार करने, प्रबंधित करने और उनके परिणामों का मूल्यांकन करने में उपयोगी हैं। इनका प्रभावी उपयोग ब्रांड जागरूकता, ग्राहक सहभागिता, लीड जनरेशन और बिक्री बढ़ाने में सहायता करता है।