

Выручка сервиса микроблогов Twitter от размещаемой рекламы, составившая в 2010 году 45 миллионов долларов, в нынешнем году увеличится до 151 миллиона долларов, прогнозирует аналитическая компания eMarketer.

Весь доход от рекламы, которую Twitter впервые начал размещать в 2010 году, до сих пор обеспечивали американские рекламодатели. По прогнозам экспертов, в нынешнем году Twitter получит от рекламодателей из США 140 миллионов долларов, а из других стран - 11 миллионов долларов. В 2012 году выручка от онлайн-рекламы в рамках сервиса вырастет до 250 миллионов долларов, из которых на рынок за пределами США придется уже 10%.

"Если Twitter сможет нарастить аудиторию и убедить маркетологов в преимуществах своей рекламной площадки, то он добьется успеха. В 2011 году компания должна работать очень активно, чтобы опыт сотрудничества с ней у рекламодателей остался позитивным", - считает аналитик eMarketer Дебра Ахо Уильямсон.

Монетизация Twitter называлась сайтом Mashable одним из трендов на мировом рынке онлайн-рекламы. Twitter предлагает рекламодателям услуги Promoted Tweets, Promoted Trends и Promoted Accounts, которые позволяют продвигать отдельные записи, темы или целые микроблоги. По данным Wall Street Journal, услуга Promoted Tweets оказалась востребованной. Крупные компании, среди которых Coca-Cola и Virgin, тратят на нее десятки тысяч долларов, при этом до 80% рекламодателей, однажды прибегнув к этой услуге, пользуются ей вновь.

Кроме того, ранее Twitter заявлял о разработке системы таргетированной рекламы, похожей на ту, что применяется в социальной сети Facebook. Суть системы заключается в анализе текущих обсуждений, поиске в них упоминания каких-либо товаров или брендов, и последующей демонстрации пользователям релевантных рекламных объявлений.

Выручка Twitter от интернет-рекламы пока не сопоставима с аналогичными доходами соцсети Facebook и развлекательного сайта MySpace. По данным eMarketer, в 2010 году Facebook получила от онлайн-рекламы 1,86 миллиарда долларов, а MySpace - 288 миллионов долларов. Эксперты считают, что по итогам 2011 года Facebook получит от интернет-рекламы 4,05 миллиарда долларов, из которых на американский рынок придется чуть более половины, а в 2012-м - уже более 5,7 миллиарда. В то же время выручка MySpace снизится до 184 миллионов долларов в 2011 году, а еще через год - до 156 миллионов.

В целом по миру в 2010 году затраты на рекламу в социальных сетях составили примерно 8,7% от суммарных расходов на онлайн-рекламу. Как заявил РИА Новости креативный директор рекламного агентства Grape Владимир Гарев, тенденция к увеличению доли рекламы в социальных сетях обусловлена как естественным ростом их аудитории, так и появлением новых возможностей позиционирования.

Между тем, число пользователей Twitter недавно достигло 200 миллионов.

Источник: Minfin.com.ua