

YOUTUBE ĐƯA QUẢNG CÁO VÀO VIDEO CLIP

Kể từ

Kể từ hôm qua (22/8) YouTube sẽ chính thức triển khai hình thức quảng cáo trực tiếp trong các video clip được người dùng tải lên trang.

Tuy nhiên, quảng cáo trên YouTube sẽ khác với hình thức quảng cáo video thường thấy trên một số website. Quảng cáo sẽ chỉ là một khung nhỏ gần như trong suốt nằm đè "overlay" trên hình ảnh video ở một góc.

"Mẫu" quảng cáo sẽ tự động biến mất sau 10 giây nếu người xem video không có bất kỳ phản ứng tương tác nào với nó. Còn nếu người xem nhấp chuột vào nó đoạn video sẽ lập tức bị ngừng lại và quảng cáo sẽ thay thế hiển thị trên toàn màn hình video. Bước đầu hình thức quảng cáo này sẽ chỉ được đưa vào một số video clips được lựa chọn riêng.

YouTube tuyên bố hãng này không muốn "đi theo lối mòn" hình thức quảng cáo "pre-roll" đã từng được Microsoft và The Associated Press cho triển khai trên trang web video tin tức.

Shiva Rajaraman – Giám đốc quản lý sản phẩm của YouTube – cho biết thử nghiệm nội bộ cho thấy hơn 70% người dùng bỏ qua không xem quảng cáo "pre-roll". Trong khi đó, chỉ có 10% người dùng ra quyết định đóng cửa sổ quảng cáo "overlay".

Hình thức quảng cáo "overlay" còn mang lại sự linh hoạt tối đa cho nhà quảng cáo, ông Rajaraman khẳng định, bởi đơn giản nhà quảng cáo sẽ không còn phải bó buộc phải duy trì quảng cáo trong suốt 15-30 giây đồng hồ nhằm tránh tình trạng người dùng bỏ qua luôn không xem. Thay vào đó với hình thức quảng cáo "pre-roll" người dùng có quyền lựa chọn xem hay không xem, video quảng cáo cũng có thể được hiển thị lâu hơn.

Giới phân tích nhận định lần này Google quyết định đưa quảng cáo vào trong video clip trên YouTube là nhằm thu về khoản đầu tư 1,76 tỉ USD đã phải bỏ ra để mua lại website này. Theo báo cáo tài chính của Google, mặc dù có rất nhiều người xem nhưng nguồn doanh thu mà YouTube mang về trong năm ngoái mới chỉ dừng lại ở con số 15 triệu USD.

Những video được chọn lựa cho hiển thị quảng cáo trong đợt này là những video được cung cấp bởi Warner Music Group Corp, 20th Century Fox và New Line Cinema cùng với video từ một số đối tác khác.

Cách tính phí hình thức quảng cáo mới của YouTube cũng hoàn toàn khác với hình thức quảng cáo từ khoá vốn là “con gà đẻ trứng vàng” của Google. Theo đó, phí quảng cáo sẽ tính theo số lượng người xem quảng cáo. Cứ mỗi 1.000 người xem nhà quảng cáo sẽ phải trả cho YouTube 20 USD. Đối tượng sở hữu nội dung cũng được chia phần doanh thu quảng cáo.

Hoàng Dũng