

ĐIỆN THOẠI SẼ LÀ PHƯƠNG TIỆN QUẢNG CÁO CHỦ LỰC?

Đa số

Đa số người sử dụng điện thoại đều cảm thấy bị làm phiền vì những quảng cáo trên màn hình điện thoại. Ngành công nghiệp quảng cáo muốn thay đổi những ác cảm này của khách hàng thông qua việc sử dụng ngôn ngữ một cách thuyết phục hơn và chính xác chia quảng cáo thành các mục nhỏ dựa trên mối quan tâm của khách hàng.

Song song với nhu cầu về điện thoại ngày càng tăng thì ngành quảng cáo cuối cùng đã tìm được một thị trường mới đầy tiềm năng: Màn hình di động. Sau màn ảnh rộng, TV và máy tính, thì chỉ có hình thức quảng cáo mới với tên gọi "màn hình thứ 4" này mới là thách thức duy nhất với các nhà quảng cáo. Hiện nay, trên toàn thế giới có khoảng 2 tỷ khách hàng sử dụng mạng điện thoại di động, 1 tỷ người sử dụng máy tính và 1,4 tỷ người xem TV.

Tuy nhiên cho tới nay, người sử dụng vẫn còn biết rất ít về hình thức quảng cáo trên điện thoại này. Bên cạnh đó, ngành quảng cáo cũng gặp nhiều trở ngại từ phía các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông. Ngược lại với mong muốn của các hãng quảng cáo, chẳng có ai thích thú với hình thức quảng cáo trên màn hình di động này cả.

Hiện nay, các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông luôn là khách hàng được các hãng quảng cáo săn đón nhiều nhất. Bởi vì, các hãng truyền hình luôn phải phụ thuộc vào việc nhận được các hợp đồng quảng cáo. Nhưng trên Internet, các nhà cung cấp dịch vụ mạng lại không hề có ảnh hưởng nào đối với việc người sử dụng xem gì.

Miếng bánh lớn

Quảng cáo thông qua trên mạng di động đang tăng trưởng không ngừng. Theo nghiên cứu mới nhất của ABI Research, doanh thu mà hình thức quảng cáo mới mang lại trong năm 2007 sẽ đạt gần 3 tỷ USD. Còn theo dự đoán của các chuyên gia nghiên cứu thị trường thì năm tới thị phần của ngành sẽ còn tăng cao hơn nữa. Tới năm 2011, nó có thể đạt doanh thu lên tới 11 tỷ USD. Chắc chắn đó sẽ là một "chiếc bánh" mà ai cũng muốn được một phần trong đó.

Ngoài ra, các nhà cung cấp mạng cũng nhận thấy: không lâu nữa, ngành quảng cáo sẽ dành được thế thượng phong trên màn hình điện thoại của mình, nhưng họ sẽ không bị phụ thuộc vào các khoản thu được từ quảng cáo như các hãng truyền hình. Chính vì vậy mà các nhà cung cấp dịch vụ mạng có thể đảm bảo được một phần không nhỏ trong chiếc bánh đó. Trang CNTT

News.com cho rằng, khoảng 50% “chiếc bánh quảng cáo” sẽ rơi vào tay các nhà cung cấp mạng di động.

Những khách hàng cứng đầu

Tuy nhiên không phải ai cũng ủng hộ hình thức quảng cáo trên “màn hình thứ 4” này. Một giải pháp khá hợp lý được đưa ra dựa trên một nghiên cứu thông qua việc lấy ý kiến các chuyên gia về mạng viễn thông, Internet và truyền hình.

Trước tiên, các khách hàng sử dụng sẽ được hoan nghênh sử dụng SMS và MMS có kèm quảng cáo. Người sử dụng sẽ dần được làm quen với hình thức quảng cáo mới, tuy nhiên nếu không muốn thì họ cũng không hề bị làm phiền bởi những tin quảng cáo mà họ hoàn toàn không quan tâm.

Thanh Huyền