

2006: QUẢNG CÁO TRỰC TUYẾN VẪN "MÁU LỬA"

Ngân s

Ngân sách chi cho quảng cáo trực tuyến tại Mỹ đã tăng trưởng tới 34% trong năm 2006, khi mà các doanh nghiệp tiếp tục khuyến khích, quảng bá tên tuổi và sản phẩm của mình qua kênh Internet.

Với 16,8 tỷ USD được rót vào cho quảng cáo trực tuyến trong năm qua, Mỹ quả là một "môi trường đầy sức sống" của quảng cáo trực tuyến, Cục Quảng cáo tương tác Mỹ cho biết.

Tin tưởng rằng hiệu quả của quảng cáo trực tuyến ngày càng đi lên, các công ty Mỹ không ngần ngại nói rộng hầu bao, gia tăng ngân sách. Quý IV vừa qua đã chứng kiến tỷ lệ tăng trưởng lên tới 32%, đạt 4,8 tỷ USD - mức ngân sách kỷ lục trong lịch sử.

Nguồn: BusinessWeek

Lại thêm một năm tăng trưởng bền vững nữa, thị trường quảng cáo trực tuyến Mỹ càng ngày càng rời xa thời kỳ khủng hoảng hậu cơn sốt dot-com. Hồi đó, sau khi đạt đến đỉnh cao 8,2 tỷ USD vào năm 2000, ngân sách chi cho quảng cáo Internet đã tuột dốc không phanh trong 2 năm 2001 và 2002.

Mãi đến năm 2003, khi ngành công nghiệp Internet có những dấu hiệu phục hồi đầu tiên và bắt đầu bước vào kỷ nguyên Web 2.0, quảng cáo trực tuyến mới tức tắc ngóc đầu lên được.

Năm 2004, với sự nổi lên của Google marketing trực tuyến bắt đầu tăng tốc. 2004 cũng chứng kiến cảnh kỷ lục hồi năm 2000 bị phá vỡ, khi ngân sách dành cho quảng cáo trực tuyến lên tới 9,6 tỷ USD.

Kể từ đó cho tới nay, đà tăng trưởng của ngân sách quảng cáo trực tuyến chưa hề chững lại. Nó chính là tác nhân quan trọng thúc đẩy một làn sóng phát minh công nghệ mới, cùng với đầu tư mạo hiểm vào thị trường Internet.

Trọng Cẩm