

GOOGLE HƯỚNG TỚI QUẢNG CÁO TRONG GAME?

Theo n

Theo nguồn tin của báo điện tử công nghệ Red Herring đăng tải vào cuối tuần qua cho biết, Google đã đồng ý mua lại công ty quảng cáo qua phương tiện game Adscape Media với giá chuyển nhượng 23 triệu USD. Tuy nhiên, một phát ngôn viên của Google đã khước từ bình luận về thương vụ này và nói rằng chính sách của công ty là không chịu trách nhiệm về bất cứ "lời đồn hoặc sự suy đoán" nào.

Các nhà phân tích công nghiệp game đánh giá rằng nếu sự thỏa thuận đi tới thành công, nó có thể đem lại một sức sống mới cho thị trường quảng cáo trong game.

Game online đang trở thành một lĩnh vực được các đại gia ngành quảng cáo quan tâm

Adscape là đối thủ cạnh tranh của những công ty quảng cáo mới khởi động như Double Fusion và IGA Worldwide, và đã đặt bút ký hợp đồng làm ăn với nhiều nhà xuất bản có uy tín. Công ty đó cũng có một đối thủ thuộc tập đoàn Microsoft là Công ty dịch vụ quảng cáo game Massive. Đơn vị này trong năm 2006 đã chi tới 200 triệu USD để đặt những nội dung quảng cáo vào trò chơi trực tuyến Xbox 360. Sự hợp tác này được xem là có ý nghĩa rất quan trọng, tạo ra sự tín nhiệm cho hoạt động tiếp thị trong không gian ảo của những trò chơi video.

Trước đó, người phát ngôn của Adscape đã cho biết công ty có chiến lược tấn công vào ký kết hợp đồng quảng cáo với những hãng phát hành game. Để thu lợi nhuận từ kỹ thuật đặt các bảng quảng cáo động của công ty vào các trò chơi video.

Adscape đã được cấp vốn từ Quỹ đầu tư HIG Ventures ở Atlanta (Mỹ) đang tìm cách giữ vững

chiến thắng của mình với hợp đồng với Google, do Google đã xây dựng được một thị trường quảng cáo trị giá nhiều tỷ USD qua dịch vụ web tìm kiếm và một đội ngũ nhân viên bán quảng cáo giàu kinh nghiệm.

Là một ông hoàng về quảng cáo qua phương thức cung cấp kết quả tìm kiếm web, tuy nhiên điều đó chưa đảm bảo cho Google thành công trên thị trường quảng cáo trong game. Giám đốc của trung tâm trò chơi băng rộng Parks Associates, Michael Cai cho biết "bất cứ điều gì họ có được từ điều kiện kinh nghiệm tìm kiếm web đều không áp dụng được đối với loại hình quảng cáo game, đó là một sự năng động có tính chất khác biệt". Kinh nghiệm quảng cáo của Google có thể là một sự thích hợp hơn cho các nhà sản xuất game thể loại tập trung tư duy nhanh, kỹ năng cơ bản ngẫu nhiên như "Solitaire," "Bejeweled" hay "Diner Dash" hơn là những trò chơi hành động online có giá trị 30 tỷ USD/năm của ngành công nghiệp game.

Một số nhà sản xuất game quy mô lớn khác, trong đó có Electronic Arts, Activision cũng đang để mắt quan tâm tới dịch vụ quảng cáo trong game.

Thống kê của Parks Associates về lợi nhuận của hoạt động quảng cáo trong trò chơi video năm 2005 đã là 80 triệu USD và dự báo con số đó sẽ có tốc độ tăng trưởng tới 605 triệu USD. Hiện nay, có thêm nhiều không gian hữu dụng cho quảng cáo để các nhà làm quảng cáo đầu tư mạo hiểm trên những thể loại game mới. Tuy nhiên vẫn còn một chút dè dặt trong số họ để thử làm tăng thêm chức năng của game như là một phương tiện quảng cáo. Giới phân tích có nhận định rằng, sự có mặt của Microsoft và Google trong thị trường này sẽ giúp thuyết phục cho những nhà nghiên cứu thị trường vượt qua sự do dự để nhận thấy rằng dịch vụ quảng cáo trong trò chơi video là một môi trường có triển vọng.

Vũ Anh Tú