

LÃNG PHÍ 800 TRIỆU USD/NĂM CHO NHỮNG CÁI "CLICK" GIẢ

Theo một báo cáo công bố hôm 5/7, chỉ trong năm ngoái, những nhà quảng cáo đã tiêu phí 800 triệu USD cho những cú nhấp chuột giả và lỗi này được đổ cho Google và Yahoo. Cuộc điều tra do Outsell, một công ty chuyên về nghiên cứu thị trường

Theo một báo cáo công bố hôm 5/7, chỉ trong năm ngoái, những nhà quảng cáo đã tiêu phí 800 triệu USD cho những cú nhấp chuột giả và lỗi này được đổ cho Google và Yahoo. Cuộc điều tra do Outsell, một công ty chuyên về nghiên cứu thị trường của Mỹ, tiến hành, đã phân tích những cái nhấp chuột giả đang "tung hoành" trên Google và Yahoo trong suốt mấy năm qua. Cả Google và Yahoo gần đây đều đã phải dàn xếp các vụ kiện liên quan đến việc nhấp chuột giả, dấu rằng những vấn đề của họ với hiện tượng này vẫn còn dai dẳng. Theo báo cáo, các nhà quảng cáo cho biết, họ tin rằng có đến 14.6% những cái nhấp chuột là giả và 75% số những nhà quảng cáo cho biết họ đã là nạn nhân của hiện tượng này ít nhất 1 lần. Sự mất tiền cho những cái nhấp chuột giả đã buộc 27% số nhà quảng cáo phải giảm hoặc ngừng việc duy trì những quảng cáo dựa trên những cái nhấp chuột. 10% số những nhà quảng cáo khác thì cho biết họ dự định cắt bớt những khoản chi cho quảng cáo, điều này đồng nghĩa với 37% số nhà quảng cáo đang cắt giảm việc chi cho những quảng cáo mà họ phải trả tiền dựa trên những cái nhấp chuột. "Nếu chúng ta có 37% số nhà quảng cáo cắt giảm chi phí hoặc dự định cắt giảm chi phí cho những quảng cáo trả tiền theo số lần nhấp chuột, chúng ta sẽ thấy tổng chi phí cho quảng cáo dựa trên những cái nhấp chuột sẽ giảm đi 12%", Chuck Richard, Phó chủ tịch của Outsell phát biểu. Việc cắt giảm 12% chi phí trên sẽ tương ứng với việc Yahoo và Google sẽ mất đi 500 triệu USD doanh thu. Thị trường quảng cáo trên mạng được mong chờ sẽ đạt doanh thu 15.6 tỷ USD trong năm 2006, tăng khoảng 10 tỷ USD so với năm 2005, trong đó Google chiếm khoảng 25% và Yahoo chiếm khoảng 20% thị trường.