

Åsikter

"Din marknadsföring på nätet kan vara bortkastad"

Publicerad 30 mars 2012 13:52

11 kommentarer

Uppmot 45 procent av annonserna som köps på internet syns aldrig. Wordons Stefan Mahlstein hoppas att tiden för bristande transparens snart är över.

Enligt en utvärdering som ComScore nyligen gjort av 2 miljarder annonsvisningar från 12 av de största sajterna i USA framgår att upp till 45 procent av de annonserna som köps på internet aldrig syns. I genomsnitt är det 31 procent av annonserna som aldrig ses av besökarna på sajten.

Med andra ord kan du som köper annonsering på internet riskera att kasta bort så mycket som 45 procent av din marknadsföringsbudget utan att få något alls för den. Och, det är inte den vanliga bannerblindheten ComScore redovisar utan det är annonsvisningar som du betalar för, men som du aldrig får.

Skälet att annonserna inte visas är att de i många fall aldrig är In-View (syns på skärmen) för många besökare. De riktigt stora sajterna har så mycket innehåll att majoriteten av detta aldrig visas för de flesta besökare. Långt ifrån alla besökare scroller de ibland oändligt långa sidorna och då syns vissa annonser aldrig.

Att sajterna redovisar att du fått det antal visningar du betalat för trots att annonsen aldrig visas för besökarna beror på att sajterna redovisar visningarna för den sida som annonsen finns på. Sajterna redovisar alltså inte de faktiska annonsvisningar du fått vilket man skulle kunna tro. Och, det kan vara mycket stor skillnad!

Särskilt stor risk för ett lågt antal faktiska visningar av din annons är det om du köper osålt utrymme. Dessa annonser får oftast sämre och i vissa fall till och med helt ospecificerade placeringar. Du har med andra ord ingen chans att i förväg avgöra om du får det du vill ha, dvs. faktiska annonsvisningar.

Är det då svårt att mäta och redovisa annonsvisningar istället för att bara redovisa sidvisningar? Nej, det är det inte. ComScore har gjort det och sannolikt kommer de annonsörer som blir medvetna om problemet att ställa krav på det framöver. Med rätt system för rapportering och uppföljning är det lätt att göra.

Skälet till att sajterna inte redovisar de faktiska annonsvisningarna är att det inte ligger i deras intresse. Samma sak gäller de som "hjälp" annonsörer att köpa annonsutrymme eftersom de i 9 fall av 10 är rena säljbolag åt sajterna. Att redovisa sidvisningar gynnar de egna intäkterna till nackdel för din avkastning på din marknadsföringsbudget.

Enligt min mening handlar det helt enkelt om att marknaden för marknadsföring på internet fortfarande är en o mogen marknad och därmed är den långt ifrån perfekt. Det innebär att säljarna av annonser på Internet har ett enormt informationsövertag över köparna.

Frågan är om inte tiden för bristande transparens snart är över. Det finns nämligen stora vinster att göra på att vara helt öppen med exempelvis faktiska annonsvisningar. De sajter som kan styrka att annonserna faktiskt visas och inte bara sidan som annonsen finns på borde kunna få betydligt bättre betalt i framtiden.

Stefan Mahlstein

grundare [Wordon](#) och [Pineberry](#)



VERKTYG



Tipsa oss om nyheter

Maila eller ring
08-545 222 00
Du omfattas
av källskydd.