

اضافه شدن تبلیغات به IGTV؛ راه‌حل جدید اینستاگرام برای درآمدزایی - دیجیاتو

کوروش چایچی | یکشنبه، ۲۵ اسفند ۱۳۹۸

یکی از انتقاداتی که همواره به بخش IGTV اینستاگرام وارد می‌شود، درآمدزا نبودن آن است. این مسئله باعث شده تا بسیاری از تولیدکنندگان محتوا اصلاً سراغ ساختن ویدیو برای این پلتفرم نروند و تمام تلاش خود را روی یوتیوب و پلتفرم‌های دیگر بگذارند. اکنون اما فیسبوک قصد دارد این رویه را تغییر دهد و با معرفی تبلیغات به این بخش، بسیاری از تولیدکنندگان محتوا را به ساخت ویدیو ترغیب کند.

بر اساس صحبت‌های مدیرعامل اینستاگرام، ۵۵ درصد از درآمدهای حاصل از تبلیغات در این بخش، به تولیدکنندگان محتوا اختصاص داده خواهد شد. این رقم دقیقاً با مقداری که گوگل از طریق یوتیوب به تولیدکنندگان پرداخت می‌کند، برابر است. در نتیجه می‌توان انتظار داشت پس از فعال شدن تبلیغات در IGTV، کاربران بیشتری نسبت به تولید محتوا در این پلتفرم اقدام کنند.



یکی دیگر از دلایل استفاده نشدن IGTV، به گنگ و غریبه بودن آن در اینستاگرام مربوط می‌شود. این پلتفرم ابتدا اصرار زیادی روی ویدیوهای عمودی داشت، ولی با توجه به این که هیچ کس علاقه‌ای ندارد ویدیوهای یک ساعته را در این حالت ببیند، مجبور شد پخش افقی را نیز به آن اضافه کند. با این وجود باز هم توجهی به این بخش نشده بود.

جاستین اسوفسکی (Justin Osofsky) مدیرعامل اینستاگرام می‌گوید:

این کار یک قدم درست دیگر در راستای درآمدزایی از طریق IGTV است. برای این که از درست بودن استراتژی‌های خود مطمئن شویم، با چند تولید کننده محتوای مطرح همکاری آزمایشی خواهیم داشت و قصد داریم این نقشه را به آرامی جلو ببریم.

البته اینستاگرام چندان هم با تبلیغات بیگانه نیست. این کمپانی پیش از این نیز درآمدزایی را به استوری‌های خود آورده بود. بر اساس گفته‌های این شبکه اجتماعی معروف، درآمدهای حاصل از تبلیغات استوری در سال گذشته به ۲۰ میلیارد دلار می‌رسد که رقم بسیار قابل توجهی است. با این حال در دو سالی که از معرفی IGTV می‌گذرد، کاربران زیاد به آن علاقه‌ای نشان نداده‌اند، ولی شاید با توجه به تغییرات جدید در نحوه درآمدزایی، افراد بیشتری به استفاده از آن روی بیاورند. در غیر این صورت اما ما به عنوان کاربر معمولی، تبلیغات آزاردهنده بیشتری را خواهیم دید.

[دیجیاتو](#)