

تبلیغ‌کننده‌ها توئیتر را نقره داغ کردند

بیش از ۵۰۰ تبلیغ‌کننده تصمیم گرفته‌اند در توئیتر هزینه نکنند که این امر باعث کاهش ۴۰ درصد درآمد شبکه اجتماعی شده است.

به گزارش سایت خبری پرسون، بیش از ۵۰۰ تبلیغ‌کننده توئیتر از زمان تصاحب این شرکت توسط ایلان ماسک در سال میلادی گذشته، پرداخت هزینه برای تبلیغات در این شبکه اجتماعی را متوقف کرده‌اند. با توجه به این شرایط، گفته شده که درآمد روزانه این شرکت در ۱۷ ژانویه ۴۰ درصد کمتر از همین زمان مشابه در سال گذشته بوده است.

اولین بار این خبر توسط، «زوئه شیفر»، گزارشگر نشریه پلتفرم منتشر شد که در توئیتر از کاهش ۴۰ درصدی درآمد توئیتر نسبت به سال گذشته خبر داده است. در حالی که این گزارش توسط نشریه رویترز نیز منتشر شده، اما توئیتر هنوز به طور رسمی نسبت به آن واکنشی نشان نداده و گزارش مالی این شرکت هنوز منتشر نشده است.

کاهش درآمد تبلیغاتی توئیتر

در همین حال، سایت خبری اینفورمیشن اطلاع‌رسانی کرد که به کارکنان توئیتر گفته شده که بیش از ۵۰۰ تبلیغ‌کننده برتر این پلتفرم، از زمانی که ایلان ماسک آن را در ماه اکتبر خریداری کرد، هزینه‌های خود را متوقف کرده‌اند.

تبلیغات منبع اصلی درآمد توئیتر محسوب می‌شود که بیش از ۹۰ درصد از درآمد ۵.۱ میلیارد دلاری آن در سال ۲۰۲۱ را به خود اختصاص داده است. با این حال، مشتریان مهمی از جمله آئودی و فایزر پس از خرید ۴۴ میلیارد دلاری مدیرعامل تسلا، تبلیغات در آن را متوقف کرده‌اند.

از زمانی که ماسک در اکتبر سال گذشته مدیریت توئیتر را به دست گرفت، تبلیغ‌کنندگان شرکت در واکنش به اخراج هزاران نفر از کارمندان آن و عجله این میلیارد در کسب درآمد با معرفی یک سرویس پولی که منجر به جعل هویت شرکت‌ها توسط کلاهبرداران شد، از توئیتر فاصله گرفتند.

این موضوع در حالی اعلام شده که توئیتر در چند وقت گذشته راه‌هایی را برای افزایش درآمد خود امتحان کرده است. از جمله این روش‌ها می‌توان به فروش حق اشتراک یک‌ساله توئیتر بلو با تخفیف ۱۲ درصدی و فروش نام‌های کاربری از طریق یک مزایده آنلاین اشاره کرد.

منبع: دیجیاتو