

# Internetová reklama dynamicky roste

Author: SF / pb | Published: 01.03.2012

V loňském roce český internet, který je pravděpodobně nejvýznamnějším reklamním médiem tuzemského developementu, utržil od zadavatelů reklamy 8,9 mld. Kč. V porovnání s předchozím rokem to představovalo nárůst o zhruba 15 %. „Odhadujeme, že v tomto roce internetová reklama vykáže stejný růst a překoná tak psychologickou hranici deset miliard příjmů,“ konstatovala Kateřina Hrubešová, výkonná ředitelka Sdružení pro internetovou reklamu (SPIR), který je zadavatelem a garantem výzkumného projektu NetMonitor.

Internet zároveň posiluje své pozice v rámci celého reklamního mixu - v jeho čele už tradičně stojí TV (47% podíl na všech reklamních výdajích), následovaná tiskem (31 %) a pak právě internetem, jehož podíl na tuzemské reklamě činí takřka 15 %. Venkovní reklama, často využívaná zejména rezidenčními developery, loni vykazala příjmy ve výši 3,7 mld. Kč, když její podíl na celku činí 6 %.

Na internetu se z větší části (49 %) objevuje standardní displejová reklama, přičemž oblíbená je také tzv. výkonnostní reklama (PPC - Pay per Click), která tvoří třetinu internetové reklamy.

Novým fenoménem reklamy je její mobilní forma, tedy reklama směřovaná různými způsoby na mobilní telefony potenciálních zákazníků. „Tento segment roste velmi dynamicky. Jestliže v loňském roce například na reklamní SMS a MMS zadavatelé vynaložili 114 milionů korun, pro letošek počítáme s částkou 185 milionů, tedy s nárůstem ve výši 63 %,“ prognózuje Kateřina Hrubešová. Zkušenosti s tímto typem reklamy má například rezidenční divize Skansky, která přes mobilní telefony poměrně efektivně směřovala příjemce mobilních reklamních zpráv na své prodejní webové stránky.

Česká internetová populace podle posledních údajů čítá 6,4 mil. osob ve věku nad 10 let a s nejméně jedním přístupem na internet za měsíc. Většina velkých serverů, resp. portálů vykazuje ale také značně vysokou zahraniční návštěvnost (standardně 10 - 20 %).

---

01.03.2012 14:09, SF / pb