



# הצתה מאוחרת

בעל הטור מצביע על פער בין המגמה העולמית של פרסום ברשת ליישומה בענף הפרסום בארץ

הצפייה בווידיאו האינטרנטי הינה זו של גילאי 25-34. במקום השני, קבוצת הגיל שלפניה. המשמעות היא שהצעירים יחסית חזקים בנטייה זו, שאף מתחזקת אצלם עם השנים. זה מביח שהממצאים בשנים הבאות יהיו חדים אף יותר.

בסקר נמצא גם, שצופי הווידאו באינטרנט הישראלי מתעניינים בראש ובראשונה בסרטוני בידור. בהשוואה אליהם, הצפייה בחדשות הייתה רק כ-70%, בספורט - כ-35% - ובתוכן גולשים צופים 20% בלבד. אלא שבאותה עת כמעט התפרסמו נתוני יפעת בקרת פרסום לשנת 2012 בישראל, ומהם עולה תמונה שמחייבת התייחסות. בעוד שבעולם מתחזקת ההיצמדות לאינטרנט, הרי שחמשת משרדי הפרסום הגדולים בארץ הפחיתו בשנה החולפת את ההשקעה עבור לקוחותיהם בפרסום המקוון. לעומת זאת, הם חיזקו את ההשקעות דווקא בטלוויזיה. יצוין שגם כאן הנתונים חלקיים וכוללים רק השקעות בבאנרים ולא השקעות בפרסום ברשתות החברתיות. אף על פי כן, בולטת כאן המגמה של הליכה נגד הזרם. יש המייחסים את התופעה לאינטרסים מסוימים של משרדי הפרסום הגדולים בארץ. לראיה הם מצביעים על כך, שבקרב משרדי הפרסום הקטנים ניתן לראות בפירוש נהייה דווקא אחרי הפרסום ברשת. תהא הסיבה אשר תהיה, צריך להיות עיוור כדי לא לראות לאן פני הדברים. מנהלים טובים מבינים מגמות ומפרשים כיווני זרימה הרבה לפני שהם הופכים לעובדה שלטת. טוב יעשו מנהלי משרדי הפרסום הגדולים, ועוד יותר מנהלי החברות הלקוחות שלהם, אם ייערכו בהקדם להשתלבות בעולם החדש. המציאות מוכיחה, כי אלה שמאחרים בהבנת המצב משלמים על כך ביוקר.

- טוב יעשו מנהלי
- משרדי הפרסום
- הגדולים, ועוד יותר
- מנהלי החברות
- הלקוחות שלהם,
- אם ייערכו בהקדם
- להשתלבות בעולם
- החדש. המציאות
- מוכיחה, כי אלה
- שמאחרים בהבנת
- המצב משלמים על כך
- ביוקר

בר לפני שנתיים הכתרתני בטור זה את הווידאו כמלך האינטרנט. כעת אפשר לבשר על עליית מדרגה נוספת ולקבוע שהווידאו כבש את צמרת ליגת המדיה בכלל. בפעם הראשונה פורסם בארץ דו"ח תוצאות של מדידת הצפייה בתוכני וידאו.

ממצאי הדו"ח חלקיים ביותר, הואיל והם מתייחסים אך ורק לתשעה אתרי אינטרנט החברים מרצון בוועדת המדרוג. אשר על כן, הנתונים לא כוללים אתרים שטרם הצטרפו לוועדה, כמו ynet הפופולרי, ואתרים בינלאומיים מרכזיים ובעלי תנועה מרשימה, ובראשם יו-טיוב. המשמעות היא שהתוצאות המלאות עוד יותר מרשימות.

הממצא המעניין ביותר הינו זה שקובע, כי מדי יום יותר ממיליון ורבע ישראלים צופים בתוכני וידאו במסגרת תשעת האתרים האמורים באינטרנט, אל מול רק קצת יותר מחצי מיליון הצופים בערוצים 2 ו-10 בטלוויזיה. יותר ויותר אנשים מעדיפים לשבת מול מסך המחשב ולראות שם תוכני וידאו, בין היתר על חשבון הזמן שפעם הוקדש לצפייה במסך הקטן. מעניין לדעת שמחצית מצרכני תוכני הווידאו במחשב גולשים



באמצעים ניידים - טאבלטים וטלפונים חכמים. עם זאת, לא ברור מהנתונים עד כמה הם מנצלים את אמצעי המיחשוב הללו דווקא לצורך הצפייה האמורה. יש להניח שהתגברות הישימות של צפייה תוך ניידות בווידיאו אינטרנטי תעצים את השימוש בו. ממצא מעניין אחד מראה שקבוצת הגיל שמאמצת יותר מכולם את

בחר פורום נבחר  
וקבל תיק שיתבחר!  
הצטרפו לאחד מפורומי הידע וקבלו  
תיק מקצועי מדליק  
מתנה איכותית מבית Crumpler  
להצטרפות לפורומים לרישום  
ופרטים 03-7330773

## פורומי הידע של המקצוענים

## מפגשים, הרצאות, דיונים

# Networking-1