

2013 İnternet Reklam Yatırımları %17 Büyümeyle 42.8 Milyar \$'a Ulaştı, Çıtayı Yükselterek İlk Defa TV'de Karasal Yayın Reklam Yatırımlarını Geride Bıraktı

2013 Son Çeyrek Yatırım Rakamları 12,1 Milyar \$'a Tırmanarak, 2012'in Aynı Dönemine Oranla 17% Büyüdü

Mobil Reklam Yatırımları da Üst Üste 3. Sene Üç Haneli Rakamlarda Büyümeyi Sürdü

NEW YORK, NY (10 Nisan, 2014) — ABD 2013 interaktif reklamcılık yatırımları şimdiye kadarki en yüksek seviyesine ulaşarak 42,8 milyar \$'ı buldu. Böylece IAB ABD Dijital Reklam Yatırımları 2013 Raporuna göre, ilk kez TV'de karasal yayın* reklam yatırımlarını (40,1 milyar \$) geride bırakmış oldu. Bu rakamlar ile birlikte 2012'de 36,6 milyar \$ olan reklam yatırımlarının artış oranı %17 oldu. PwC ABD tarafından hazırlanıp IAB tarafından açıklanan rapor 2013'ün son çeyreğindeki büyümenin de %17'yi bularak bir önceki senenin aynı dönemine göre 10,3 milyar \$'dan 12,1 milyar \$'a ulaştığını ortaya koydu. Ayrıca 2013 son çeyrek rakamına, 3.çeyreğe (10,6 milyar \$) kıyasla bakıldığında %14 oranında artış gösterdi.

Raporda öne çıkan diğer başlıklar:

- Mobil Üst üste üçüncü sene, üç basamaklı rakamlarda büyüme gösterdi. Mobil reklam yatırımları %110 büyümeyle 3,4 milyar \$'dan 7,1 milyar \$'a ulaştı. Böylece 2012'de dijital reklam yatırımlarının %9'unu oluşturan mobil reklamlar, 2013'te toplamın %17'sine ulaştı.
- Display reklam yatırımlarının bir bileşeni olan dijital video reklamları 2013 yılında 2,8 milyar \$ ciro elde etti. 2012'yi 2,3 milyar \$ ile tamamlayan video reklam yatırımları %19 büyüdü ve toplam yatırımlar içindeki payı da artırarak mobilin ardından en büyük 4.büyük format oldu.
- Arama motoru reklam yatırımları 2012'de 16,9 milyar \$'dan 2013'de 18,4 milyar \$'a çıkarak seneyi %9 artışla tamamladı.
- Display reklam yatırımları toplamı 2012'ye göre %7 büyüyerek 12 milyar \$'dan 12,8 milyar \$'a yükseldi. Display reklamlar yatırımları, dijital reklam yatırımları toplamının %30'unu oluşturdu.
- 2013 İnternet reklam yatırımlarına sektörel bazda bakıldığında Perakende markaları %21'lik payla en büyük kategori olma özelliğini korudu. Perakendeyi, finans (%13) ve otomotiv sektörü(%12) takip etti.

Konu ile ilgili açıklamalarda bulunan **IAB ABD Başkanı ve CEO'su Randall Rothenberg**: "İnteraktif reklam yatırımlarının TV'de karasal reklam yatırımlarını geride bırakması bizim için sürpriz olmadı." dedi. Rothenberg sözlerini "Bu sonuçlar, kitlelere ulaşma ve etkileşim kurmada dijital ekranların ne kadar güçlü olduğunu gösteriyor. Aynı şekilde mobilin muazzam büyümesi, küçük dijital ekranların tüketicilerin günlük yaşamlarında tamamlayıcı rol oynadığını ve yaratılan çapraz ekran deneyimlerinin kritik önemini açıkça ortaya koyuyor." diyerek tamamladı.

"PwC ABD Ortağı David Silverman: "Çalışmamız desktop-sonrası çağa tamamen geçtiğimizi doğruluyor. Mobil cihazlardan gelen 3 basamaklı büyüme karşılık geleneksel bilgisayarlara yapılan reklam yatırımlarının %8 büyüdüğünü görüyoruz. Bu da basit bir şekilde tüketicilerin bilgiyi görüntüleme şekillerinin ve yerlerinin değiştiğini ortaya koyuyor." dedi.



IAB ABD, Araştırma, Analytics ve Ölçümlemeden Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı Sherrill Mane dijital reklam yatırımlarındaki bu artışı “Dijital pazarlama; değerli pazarlama yatırımları arayışında olduklarından dolayı reklamverenler için büyük önem taşıyor. Bunun en önemli nedenlerinden biri de dijitalin yüksek erişim ve tüketicilerin satın alma süreçlerine etki edecek birçok olanak sağlaması”. sözleri ile değerlendirdi.

Geçen sene ile karşılaştırılmalı olarak rakamlara bakıldığında:

	2012		2013	
	%	\$	%	\$
Yatırımlar (Reklam Formatları)				
Arama Motoru	46%	\$16,916	43%	\$18,365
İlan Sayfaları	7%	\$2,430	6%	\$2,597
Doğrudan Pazarlama (Lead Generation)	5%	\$1,689	4%	\$1,749
E-posta	0%	\$156	0%	\$165
Mobil	9%	\$3,370	17%	\$7,084
Display Reklam Yatırımları				
- Video Reklam Yatırımları	6%	\$2,330	7%	\$2,784
- Gösterim ya da tıklama bazlı reklam yatırımları	21%	\$7,721	19%	\$7,943
- Sponsorluklar	2%	\$845	2%	\$766
- Rich media	3%	\$1,113	3%	\$1,328
Toplam Display reklam yatırımları	33%	\$12,009	30%	\$12,821
Yatırımlar (Fiyat Modelleri)				
Etkileşim bazlı	32%	\$11,709	33%	\$14,297
Performans-bazlı	66%	\$24,093	65%	\$27,788
Hibrit	2%	\$768	2%	\$696

IAB İnternet Reklam Yatırımları Raporu, IAB sponsorluğunda PwC Yeni Medya Grubu tarafından bağımsız olarak yürütülmektedir. Sonuçlar İnternet üzerinde reklam satışı yapan şirketlerden sağlanan verinin derlenmesiyle elde edildiği için, interaktif reklamcılık yatırımlarının en kesin ölçümü olarak kabul edilmektedir.

Çalışma; Web sitelerinden, online ticari hizmetlerden, ücretsiz e-mail sağlayıcılardan ve online reklam satan bütün diğer şirketlerden gelen online reklamcılık yatırımları verilerini içermektedir. Rapor yarı-yıl ve yıl toplamı olmak üzere senede 2 kere yayınlanmaktadır. Ek olarak ilk çeyrek ve üçüncü çeyrek tahminleri de ilgili dönemlerde yayınlanmaktadır. PwC yayınladığı bilginin denetimini yapmamakla beraber, bilgi ile ilgili olarak herhangi bir görüş ya da teminat bildirmemektedir.

Raporun tamamına bu linkten ulaşabilirsiniz: iab.net/AdRevenueReport.

* TV karasal yayın reklam yatırımları kablolu TV ve dijital TV platformlarını içermemektedir..