

على طريقة «تيك توك».. «يوتيوب» يتوسع في خاصية التسوق لمواجهة تباطؤ الإعلانات



(رويترز)

قال يوتيوب إنه سيضيف خصائص للتسوق في خدمته للمقاطع المصورة القصيرة المماثلة لمقاطع تيك توك، إذ يسعى الموقع المملوك لشركة ألفابت إلى تعزيز إيراداته في مواجهة انخفاض إنفاق المعلنين القلقين من الركود. والخاصية، التي تخضع للتجريب حالياً مع صناع محتوى مؤهلين في الولايات المتحدة، تتيح لهم وضع علامات على المنتجات من متاجرهم الخاصة.

وقال متحدث باسم ألفابت «يمكن للمشاهدين في الولايات المتحدة والهند والبرازيل وكندا وأستراليا رؤية العلامة والتفاعل مع المعلنين وسنواصل إضافة خاصية وضع علامة على المنتجات لمزيد من صانعي المحتوى وفي مزيد من المناطق الجغرافية».

كما تجري تجربة برامج جديدة بخدمة البث المباشر للأشخاص المؤثرين الذين يبيعون منتجات عبر روابط في مقاطعهم.

ويأتي ذلك بعد شهر من إعلان يوتيوب عن طريقة جديدة تمكن صناع المحتوى من جني الأموال عبر مقاطع قصيرة، مستخدمة الإعلان على المقاطع القصيرة ومناحة المبدعين 45 في المئة من الإيرادات. ويواجه موقع المقاطع المصورة المهيمن على الإنترنت صعوبة في منافسة تيك توك الذي يبلغ عدد مستخدميه ملياراً شهرياً.

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024