

Reklamę w wyszukiwarkach można dziś śmiało określić mianem koła zamachowego całej internetowej branży reklamowej w Polsce. W pierwszym półroczu 2010 na tę formę promocji rodzime firmy wydały przeszło 217 milionów złotych.

Co prawda, jeśli popatrzeć na wartości nominalne, to display nadal jest formą wykorzystywaną przez internetowych reklamodawców najchętniej. Niemal co druga złotówka wydana w sieci przeznaczona jest na wszelkiej maści banery. W tej kategorii SEM przegrywa – udział w rynku reklamy ma mniejszy o 19 punktów procentowych.

Jednak dystans szybko topnieje. W pierwszym półroczu tego roku, porównując je do analogicznego okresu roku 2009, wydatki na SEM urosły aż o 30 procent. Najwięcej ze wszystkich kategorii reklamy w sieci. W tym samym czasie display zyskał piętnastokrotnie mniej. Dość powiedzieć, że tylko w pierwszych sześciu miesiącach tego roku marketing w wyszukiwarkach był nad Wisłą wart trzy czwarte tego, co w całym roku 2008 i można śmiało zakładać, że w tym roku wydatki przekroczą kwotę 400 milionów złotych.

Pobierz najnowszy raport Interaktywnie.com - Marketing w wyszukiwarkach [PDF]

http://interaktywnie.com/index/index/?file=raport_marketing_w_wyszukiwarkach.pdf

Partnerzy raportu: Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska oraz portal finansowy nr 1 w Polsce - Money.pl

interaktywnie.com