

18.05.2012



*Автомобильный концерн General Motors (GM) отказался от сотрудничества с Facebook. Компания, тратившая на рекламу в социальной сети около десяти миллионов долларов в год, решила убрать все объявления из Facebook. Причиной такого решения стала их низкая эффективность, [пишет](#) The New York Times.*

GM является третьей компанией в США по величине рекламного бюджета. Автопроизводитель, который ежегодно тратит на рекламу около трех миллиардов долларов по всему миру, сотрудничал с Facebook с 2008 года. GM продолжит продвигать свою продукцию в соцсети, но будет делать это при помощи бесплатных инструментов, например, поддерживая страницы брендов.

Facebook, которая заработала в 2011 году 3,7 миллиарда долларов, потеря 10 миллионов рекламных долларов не нанесет большого ущерба. Однако об отказе GM от публикации платных объявлений стало известно всего за несколько дней до выхода соцсети на биржу. Некоторые аналитики полагают, что вслед за General Motors пересмотреть свои рекламные бюджеты могут маркетологи из других компаний.

Ожидания инвесторов в основном связаны со способностью Facebook привлечь больше рекламодателей в будущем. Так, осложнить IPO может и статистика, опубликованная телеканалом CNBC. Согласно опросу, 57% пользователей соцсети никогда не кликают на объявления и другие продвигаемые посты, а 26% заявили, что делают это очень редко. В том, что они часто нажимают на рекламу, признались лишь 4% респондентов.

<http://www.vesti.ru/doc.html?id=795244&795244>