

سوق الإعلانات الرقمية يطوي صفحة مظلمة مستعيداً المسار



إعداد: هشام مدخنة

بعد عامين قاسيين، عانت خلالهما العلامات التجارية هدرًا في الإنفاق، وتسريحاً للقوى العاملة وخفضاً في التكاليف للتعاطي مع شبح التضخم، عادت كبرى شركات الإعلان الرقمي إلى النمو والربحية من جديد وبوتيرة لا بأس بها في 2024.

وبالفعل، أعلنت كل من «ميتا»، و«سناب»، و«غوغل» نتائجها للربع الأول مؤخراً، حيث تجاوز نمو الإيرادات تقديرات المحللين وبمعدلات لم تشهدها منذ عامين على الأقل. وكل ذلك كان مدفوعاً في المقام الأول بالتحسينات عبر أعمالهم الإعلانية.

توسع طال انتظاره

وأظهرت ميتا قفزة بنسبة 27% في إيرادات الأشهر الثلاثة الأخيرة إلى 36.5 مليار دولار. وبالنسبة للشركة الأم

لـفيسبوك، كان هذا أقوى معدل توسع منذ عام 2021

وكتب محللون في «بيرنشتاين»: «عندما كانت ميتا في محنة قبل عامين، عرفت الشركة ما يتعين عليها القيام به للعودة إلى المسار الصحيح».

وحددت تلك الحقبة المظلمة من خلال مزيج من تحديات الاقتصاد الكلي وتغيير خصوصية نظام التشغيل «آي أو إس» من «أبل»، ما جعل من الصعب على شركات وسائل التواصل الاجتماعي استهداف المستخدمين بالإعلانات. وفقدت ميتا ثلثي قيمتها في 2022 واضطرت إلى خفض عدد الموظفين بشكل كبير

لكن الشركة استجابت للصدمة بإعادة بناء نظامها الإعلاني، بمساعدة استثمارات ضخمة في الذكاء الاصطناعي، وتمكنت من صنع قيمة للعلامات التجارية على الرغم من الحاجز الذي فرضته أبل، لينمو سهمها ثلاث مرات تقريباً في عام 2023

وأضاف المحللون، الذين أوصوا بشراء الأسهم، بأن إيرادات إعلانات ميتا كانت مدفوعة بقوة التجارة عبر الإنترنت والألعاب والترفيه والإعلام، وأن الطلب على الإعلانات في الصين «ظل قوياً». حيث استفادت ميتا من زيادة الإنفاق «من تجار التجزئة الصينيين الذين يقدمون خصومات أمثال «تيمو» و«شي إن

بيئة إعلانية معززة

بدورها أفصحت «ألفابت» الخميس، عن إيرادات الإعلانات للربع الأول بقيمة 61.66 مليار دولار، بزيادة 13% عن العام السابق، مع قفزة إيرادات إعلانات موقع «يوتيوب» بنسبة 21% إلى 8.09 مليار دولار. ونمت الشركة ككل بنسبة 15%، وهو معدل شوهد آخر مرة في عام 2022، كما ارتفع سهمها بنسبة 10% الجمعة، وهو الأكبر منذ 2015

وخلال مكالمة الأرباح مع المستثمرين، قالت روث بورات، المديرية المالية للشركة «إننا مسرورون جداً بزخم أعمالنا الإعلانية». وأوصى محللون في «سيتي غروب» بشراء السهم وكتبوا، بأن البيئة الإعلانية الأوسع في ألفابت تعززت بشكل واضح، مشيرين إلى تسارع النمو داخل محرك البحث غوغل، ويوتيوب

أما أسهم «سناب» فحلقت 28% في تداولات اليوم الأخير من الأسبوع، بعد أن أعلنت الشركة عن زيادة في إيراداتها بنسبة 21% إلى 1.19 مليار دولار، وهو أقوى نمو منذ عامين. يأتي ذلك بعد أن مرت الشركة بظروف صعبة في الأرباع الستة الماضية، تخللها إما نمو في المبيعات بأرقام فردية أو تراجع

وقالت «سناب» إنها تشهد طلباً متسارعاً على منصتها الإعلانية وتستفيد من بيئة تشغيل متطورة. وهو ما أيده محللون في «دويتشه بنك»، والذين يرون أن الشركة حققت فوزاً كانت بأمس الحاجة إليه، وأن استثمارات منصتها الإعلانية عادت إلى المسار الصحيح. ومع ذلك، وعلى الرغم من الارتفاع، لا تزال أسهم سناب منخفضة بنسبة 14% خلال العام

في غضون ذلك، سيحصل المستثمرون على صورة أوضح لسوق الإعلانات الرقمية الأسبوع المقبل، مع أرقام «بينترست» الثلاثاء، جنباً إلى جنب مع «أمازون»، التي برزت في الآونة الأخيرة عملاقاً لا يشقّ له غبار في الإعلان عبر الإنترنت. هذا بالإضافة إلى موقع «ريديت» لاحقاً، والذي سيعلن عن أرباحه للمرة الأولى منذ طرح العام الأولي لشركة التواصل الاجتماعي في مارس/آذار الماضي

