

# فيس بوك تغير سياستها لمساعدة الناشرين



الأحد 10 أبريل 2016 11:04 م

وافقت شركة فيس بوك على تغيير سياستها الخاصة بالمنشورات الترويجية، بحيث تتيح للناشرين التكسب من هذه المنشورات، بعد أن كان ذلك غير متاح سابقاً، وفق ما نقلت صحيفة وول ستريت جورنال الجمعة.

ويحقق الناشرون عادةً جزءاً كبيراً من عائداتهم من خلال ما يُسمى "المحتوى الموسوم" Branded Content، وهي المقالات والفيديوهات التي تبدو مثل المنتجات التحريرية القياسية، ولكنها مدفوعة الثمن من قبل المعلنين. وفي ذات الوقت، زادت هجرة جماهير الناشرين من مواقعهم الإلكترونية إلى منصات أخرى، أبرزها فيس بوك.

وحتى الآن، فلقد كان مخالفاً لقوانين فيس بوك أن يقوم الناشرون بنشر مقالات مدفوعة على صفحاتهم الخاصة، والتي تظهر أيضاً للمستخدمين في الصفحة الرئيسية. ولكن بعد الضغط من الناشرين، وافقت فيس بوك على السماح بالمنشورات الترويجية على الصفحات.

ويجب أن يكون للناشرين الذين يرغبون في نشر محتوى ترويجي صفحات موثقة من قبل فيس بوك، كما يجب أن يتم الإشارة إلى العلامة التجارية التي دفعت من أجل ظهور المنشور.

ونقلت صحيفة وول ستريت جورنال عن دان روز، نائب رئيس فيس بوك للشراكات قوله: "لفترة طويلة، كانت فيس بوك تهتم في المقام الأول، بالنسبة لشركات وسائل الإعلام، بالتوزيع. ولكننا نحاول على نحو متزايد مساعدة الشركاء على كسب المال. وهذا شيء كثرت المطالبات التي قُدمت لنا بشأنه".

يُشار إلى أن القراء عادةً يستجيبون على نحو أفضل لهذا النوع من الإعلانات أكثر من الإعلانات التقليدية مثل اللافتات - أو ما يُعرف بـ "البانرات" - وهي بالتالي أغلى ثمنًا.

ومن جانبها، أوضحت فيس بوك في منشور أن السياسة الجديدة تنطبق على المنشورات النصية، والصور، والفيديوهات، والمقالات الفورية، والروابط، والفيديوهات الثلاثية الأبعاد، فضلاً عن الفيديو المباشر. وتُصنف هذه المنشورات على أنها ترويجية إذا كانت "تذكر أو تُبرز على وجه التحديد منتج لطرف ثالث، أو علامة تجارية، أو راعٍ".