



部落格放廣告 點擊賺大錢？

2008-10-26 記者 鄭秀芳 報導



各種部落格廣告圖示。圖製／鄭秀芳

部落格的出現，改變了人們獲得資訊、使用媒體的習慣，甚至還不經意地轉化成許多人在網路上的分身。但在全民參與熱潮之時，企業界免不了開始思索，人氣是否可以等同於吸鈔機？上網路賺錢的方式甚多，而部落格廣告卻是目前最簡易的賺錢工具。但是部落格廣告不只為網站、網民和廣告主帶來經濟效益，也因這類網站很容易吸引流量，所以會牽涉到信譽的問題。

自從Google AdSense推出後，不但每個人的部落格都先後掛上幾欄醜陋的廣告，一堆部落格賺錢方案也如雨後春筍般出現。到底什麼原因使部落格成為外部市場的行銷利器？根據交通大學傳播與科技系的教授林崇偉表示，「網路的本身具有媒體的效果與功能，所以很自然地部落格會發展出類似媒體的商業行為模式。」至於廣告置入主要原因，林崇偉分析道：「廣告是部落格的收入來源，沒有這些收入，它就沒有辦法提供我們免費的使用。」

點廣告賺錢 實非易事

因此部落格廣告的出現，造就了默默筆耕許久的部落客，就在這一刻他們終於可以將之前苦心經營的成果，轉換成實質的報酬了。但在以訛傳訛下，讓不知情的人也紛紛地想建立自己的部落格，為自己賺取一些零用錢。只要寫部落格就可以賺錢了嗎？根據以部落格寫小說的嘉嘉（暱稱）表示，「不是只要寫部落格就可賺錢的，寫部落格要有規畫的寫，且要具備創新，這樣才會吸引讀者點閱與支持的。」嘉嘉接著說，「網路上會有各式各樣的部落格出現，如小說、心情日記、食記、旅遊、繪畫等，都是為了吸引大眾去點閱。」彎彎就是個依靠部落格的人氣，成功的將手工繪圖轉換成吸鈔機的最佳案例。

在部落格上都看到相關的廣告標題，例如：「我寫部落格就可賺錢」、「經營部落賺大錢，小錢累積大財富」、「用Blogger Ads替自己加薪」、「Blog AD廣告部落格聯盟」等等。部落格廣告真的這麼好賺嗎？以部落格寫改編小說的維妮（暱稱）表示，「讀者不見得會主動幫部落客點閱週邊的廣告，因此有時部落客必須低聲下氣地請曾閱讀部落格文章的讀者順便點閱廣告，以支持他們繼續寫下去的動力。」由此可知，不是只要掛上幾欄廣告就可賺錢的，「有時廣告點閱率幾乎為個位數，唯有自己留言拜託各位大大看完文章後，順手幫我點點廣告，以贊助我買新筆電」，維妮很無奈的說道。

但是「不是每個人都願意低聲下氣的，所以有些部落格會掛上Donate的符號，表明他不想當大家的義工」，嘉嘉不平地說道。根據嘉嘉的陳述，Donate是個線上捐助模式，贊助部落客，以回饋一些實質利益報答他們的無私付出，因此不用高喊使用者付費之類的徒勞口號逼大家付錢。儘管Donate的出現，國內公開使用Donate的部落格並不多，不曉得大部分的內容提供者不缺錢用，還是擔心自己的內容品質尚未達到有價水平，但嘉嘉堅信地認為，「相信日後隨著『免費資

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余廣色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思享 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉蕊娟 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

源，付費支援』的觀念，會有更多的讀者響應捐助的」。

部落格雖然是能人輩出，但是光依賴一個網站的廣告，每個月就有上萬元的收入的人少之又少。甚至又有誰曾領過一張部落格廣告寄來的支票？部落客娜娜氣憤的說，「但我向有關單位申請匯款之後，就收到一封停權通知書，真讓人懷疑是否不想付款」。接著娜娜不悅的表示，「有時還協助Google AdSense勸人守法，結果現在停權的人卻是自己」。此外有些部落客同樣面臨這樣的命運，「Google AdSense把我停權了」、「部落格掛廣告，一毛錢都拿不到」等問題，有關當局卻以一句：「你的帳號對廣告客戶帶來相當大的風險，未來會使客戶財物損失」來回應停權者，也難怪娜娜會說，「寫申訴單又沒有人理會，所以大家都認虧了事，才會導致他們越來越可惡。」部落格廣告的信譽很顯然受到質疑。

用心經營 創造收益可能

之外，部落客為了吸引讀者點閱，花俏的版型、空洞的內容，比比皆是。交大傳播與科技系的洪婉婷卻有不同看法：「部分的格主都很重視他們的部落格，還親自挑選適合的廣告，而且廣告置入不多。」由此可見，現在寫部落格的人是有計畫、有目的的。「因有規畫的寫，才會讓人看得舒服」林崇偉說道，加上現在的讀者非常重視作品的有效性。

交大資訊與財金系的黃偉祺認為，隨著Web2.0的到來，成本低回報率高的部落格，將成為中小型企業青睞的媒體工具。因現在除了一般人開始建立屬於自己的部落格外，連舉凡政治人物、影視娛樂明星、學術研究人員等各式各類的人，也都紛紛的架起屬於個人專業的部落格網站。從與民眾交流、與Fans互動，到做為專業的社群論壇等，部落格幾乎已是無所不包，無所不能了。

總的來看，部落格發展到至今，演變成一種置入性行銷。雖然成立部落格的初始用意並非利益，但是若能善用這個媲美媒體的強大工具，再發揮一點想像力與創意，「部落格賺點錢來實現自己的夢想，何樂而不為」，林崇偉說。如果部落格針對某個領域，妥善地經營自己的特色，或塑造出一定的品牌、公信力，即使每天只有千人的瀏覽人次，還是足以吸引某些特定的廣告商，甚至願意每個月付出固定的金額買部落客的邊欄廣告，或邀請部落客為某項產品代言。這可能變成部落客另一個不錯的兼差收入。但是如果在部落格上張貼各式各樣的廣告，讀者難免會質疑格主是否想賺錢想瘋了，變成弄巧成拙，格主的公信力也會因此受重挫。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0