

Jaké novinky a trendy nás čekají na sociálních sítích v roce 2016?

Během roku 2015 nabyly na důležitosti sociální sítě jako Instagram nebo Twitter, které sekundují Facebooku, a i díky nové možnosti reklam se velmi rozšířily nejen mezi uživatele, ale i mezi společnosti, které tyto platformy využívají pro svoji propagaci. Instagram velmi mile překvapil svým dosahem a hlavně interakcí publika, která dosahuje trojnásobku toho, s čím jsme zvyklí se setkávat na Facebooku.

Velmi očekávaným reklamním formátem na Facebooku bylo „místní povědomí“, tedy geolokační formát reklamy. Pro restaurace a místní podniky se jedná o velmi vhodnou propagaci, kterou jsme nejednou otestovali a s výsledky jsme byli velmi spokojeni. A co nás čeká v tomto roce?

1. Kvalita obsahu a reklam (+video)

Kvalita obsahu a reklam bude nadále dělit firmy na ty úspěšné a neúspěšné na poli sociálních sítí. Statistiky ukazují, že stále více lidí využívá ad-block systémy pro běžné bannery. Důvod je zřejmý – reklamy, které na nás cílí ze všech stran, se stávají pro některé jedince neúnosné a ti se brání všemi možnými způsoby. To samé se děje na sociálních sítích – lidé reagují čím dál negativněji na posty a reklamy, které je nezajímají, nebo je dokonce obtěžují. Od toho se odvíjí nejen dosah postů, ale i cena reklamy. Firmy, které budou na sítích sdílet reklamní obsah, nemají šanci obstát v celkové konkurenci. Naopak kvalitní obsah bude firmy posouvat dopředu, a to za zlomkové reklamní náklady. Velmi pozitivně vychází ze statistik video obsah – co se dosahu a interakce týče. Facebook hlásí jeho meziroční nárůst o 75 procent. Role video obsahu bude stále významnější, neboť jeho dosah je větší než u jiných typů postů.

2. Nákupy přímo na sítích

V minulém roce začaly sociální sítě testovat nákupy přímo na profilu stránek. Již nyní známe možnosti prodeje skrze feed, očekávaná novinka však má udělat revoluci jak v celkové jednoduchosti, tak i zážitku. Jak vidíme například u Lead Ads či platformě na prodej vstupenek, Facebook jde jasnou cestou – provést danou transakci nebo aktivitu přímo na dané platformě.

3. Sociální sítě jako vyhledávače budoucnosti

Slyšeli jste už o „Business Professional Services“? Facebook koncem minulého roku spustil do světa k testování tuto novou „aplikaci“. Jedná se o hledání služeb a podniků v dané lokalitě nebo okolí. Firmy jako Yelp či TripAdvisor se mohou velmi obávat, neboť Facebook tímto spojil svoji hlavní dominantu, aktuální informace o daných firmách, s hodnocením a lokalitou. Co víc, Facebook začal testovat u vybraných stránek možnost vyhledávání v historii feedů na základě klíčových slov. Kam toto všechno směřuje, je zřejmé – do uzavřeného ekosystému podobného tomu od Google a jeho produktů.

Facebook má ale jednu velkou výhodu – má velmi silnou sociální platformu (a to nejednu).

4. Snapchat, Periscope, Meerkat = Livestreaming

Jak bylo již zmíněno, v tomto roce došlo k velkému posunu co se video obsahu týká. Velký vliv na to mělo spuštění nativního videa od Facebook v průběhu roku 2014. Lidé chtějí stále více autentický obsah, který jim právě video poskytuje. Možnost sledovat celebrity nebo oblíbené jedince skrze video je velmi populární a díky tomu rostou i výše zmíněné platformy. YouTube je stále velká dominanta, ale tyto nové platformy umožňují poměrně jednoduchou možnost sdílení videí nejen se svými přáteli, čehož si začíná všimát stále více značek. Právě livestreaming ve spojení s osobnostmi a možnostmi nabídnout jedinečný obsah svým fanouškům bude v tomto roce hrát velkou roli.

Vojtěch Lambert, ředitel LCG New Media

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG 360° CONSULTING:

LCG 360°Consulting je poradenská společnost specializující se na restrukturalizace a rozvoj firem v oblastech řízení, finančního řízení, obchodu a marketingu. Společnost LCG sdružuje od roku 1998 zkušené manažery z nejrůznějších oborů, které spojuje jednotná vize poskytování poradenských služeb. Na rozdíl od řady jiných poradenských společností garantujeme našim klientům dosažení stanovených cílů. Vyvinuli jsme proto unikátní metodu 360° CONSULTING, kterou tvoří pět základních pilířů: ANALÝZA, STRATEGIE, IMPLEMENTACE, DELEGACE, PODPORA. Hlavními aspekty unikátní metody 360° CONSULTING jsou řízení změn v souvislostech a orientace na výsledek. Standardní analytické a strategické poradenství rozšiřujeme o naši aktivní účast při řízení změn a součinnost při následném zajištění udržitelnosti dalšího rozvoje podnikání. V každé fázi projektu tak klient má k dispozici tým odborníků s odpovídající specializací.

Konzultanti LCG mají dlouholeté zkušenosti s revitalizací společností, finančním poradenstvím, restrukturalizačními programy, zvyšováním podnikatelské výkonnosti, s optimalizací vnitřních procesů či tvorbou a implementací dlouhodobých a krátkodobých strategií. Vždy se snažíme zajistit pro naše klienty udržitelný a dlouhodobý hospodářský růst.
