

**Komentář Vojtěch Lambert**

Praha, 26. února 2020

---

## **Trendy: sociální sítě v roce 2018 a jaký bude rok 2019**

**Agentura LCG New Media připravuje každoročně shrnutí nejdůležitějších událostí ze sociálních sítí uplynulého roku a zároveň sestavuje přehled toho, co lze očekávat v roce nadcházejícím. Na kolik se jejich loňské prognózy naplnily a co bude trendem letos?**

### **Hlavní témata pro rok 2018 byla tato:**

- 1) změna vnímání reality skrze Instagram Stories
- 2) konec nezábavných profilů firem
- 3) boti
- 4) VR v obsahu
- 5) influencer marketing

Instagram a jeho Instagram Stories zaznamenaly obrovský boom. Jestliže jsme na začátku roku 2018 byli na 1,5 milionech uživatelů, nyní jsme v České republice na úrovni 2,3 milionů uživatelů. Instagram je novým prostředím showbusinessu s atraktivním obsahem a to nejen pro bulváry, které ani nestíhají zpracovávat všechny sdílené informace. Právě „storíčka“ přebírají funkci bulvárních médií a nabízejí 24h pohled do života internetových celebrit. Této lifestylové platformě, která představuje super levný brandový formát, během roku podleho i nemálo firem. Přesto jsou ceny za reklamu stále nízké a drží se na úrovni okolo 10 Kč za CPT. Často skloňovaným tématem bylo také jak čelit globálnímu snižování organického dosahu. O hodnotě obsahu začalo přemýšlet čím dál více firem a do kvality se už nebojí investovat. Co se týče influencer marketingu, mluvíme o poměrně velkém mainstreamu. Svého opinion leadera adoptovaly snad skoro všechny značky.

### **Co nás čeká v roce 2019?**

#### **1) Stories**

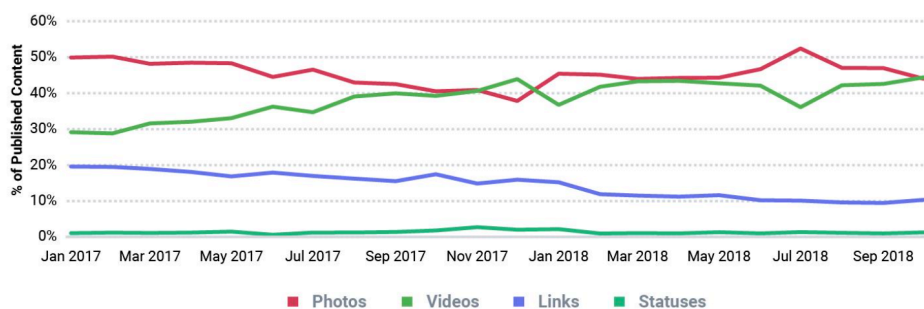
Sociální sítě se stále vyvíjí a stejně tak i chování na nich. Na začátku roku 2018 tvořil na Instagramu značkový obsah ve feedu 75 %. V říjnu to bylo už jen 47 %, jak uvedla firma Socialbakers. Zbytek se přesunul do Stories. Dominance Stories na této platformě tak zásadně roste. Facebook také postupně přidal Stories a od podzimu ho začal zpřístupňovat i pro firemní profily. Z prvních testů se zdá, že tento formát bude při poklesu organického dosahu na Facebooku postupně čím dál důležitější. Více informací k tomuto testu ukážeme na letošní konferenci IAC.

#### **2) Video**

Na podzim 2018 video obsah v reklamě na Facebooku definitivně překonal celkový objem vypublikovaných fotografií a stal se nejrozšířenějším typem obsahu.

## Distribution of Promoted Posts on Facebook

Top 1000 Largest Brands on Facebook

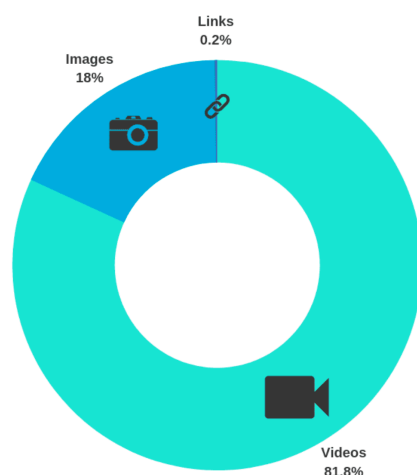


Source: Socialbakers data  
Date Range: January 2017 – October 2018  
Sample: Top 1000 Largest Brands on Facebook



Pokud jste doteď video nezahrnovali do komunikace a kampaní, začněte. Má velký přínos pro celkový zásah profilů, aktivaci algoritmu či vydaných nákladů na reklamu. Navíc dle [dle analýzy](#) firmy Buffer, 81 % ze všech 500 nejlepších příspěvků na Facebooku byla videa. LinkedIn v reakci na dominanci videí minulý rok také zavedl možnost přidávání videí nativně do příspěvků.

## Facebook Top 500 Posts of 2018 (Type)



Video obsah a reklama tak budou postupně zastávat dominantní roli v obsahu na sociálních sítích a dá se očekávat, že poměr na Facebooku ve vztahu k dalším sítím se ještě zvýší.

### 3) Messaging

Boti a messangery čím dál častěji prostupují jak do kampaní značek, tak i komunikace. Hlavní výhodou této komunikace je úžasný open rate, který u tradiční komunikace (např. newsletter), hodně klesá. Larry Kim na letošním [Websummitu uvedl](#), že open rate FB messengeru je až 10x vyšší než u newsletterů (5-10 % vs. 80 %). Vzhledem k tomu, že i [počet uživatelů FB Messengeru je v ČR více](#) než uživatelů samotného Facebooku, dá se očekávat, že se komunikace firem bude více ubírat i tímto směrem. Samotný Larry Kim prodal v minulém roce svoji firmu Wordstream a založil firmu MobileMonkey která se věnuje kampaním a komunikaci firem přes FB Messenger. Rozhodně doporučuji jeho aplikaci vyzkoušet.

#### 4) Influencer Marketing

Ani rok 2019 se neobejde bez influencerů. Investice do atraktivních ambasadů značky se stále zvyšují, na druhou stranu trend těchto spoluprací nemusí vždy přinést kýženou efektivitu. Jak ukazuje studie firmy [Buffer](#), většina inzerentů nedokáže pořádně vyhodnotit přínos a dopad influencera na prodej produktu. Přesto podle prognóz budou firmy i letos do influencer marketingu investovat nemalé částky. Influencer marketing jako mainstream představuje pro spoustu značek nepostradatelnou součást marketingového mixu. Doby, kdy jeden dobře zvolený influencer měl sílu vyprodat celou kolekci produktů, jsou ale ty tam. Stále více tento typ marketingu podporuje positioning značky, vytváření jejího charakteru a nahrazuje tradiční typy recenzí. A pozor! Trendem už není pouze micro-influencer, ale i tzv. nano-influencer. Jejich nástup koncem minulého roku popsal The Guardian v [tomto článku](#).

#### 5) Augmented Reality (AR)

Namísto VR (virtual reality) se v minulém roce podstatně rozšířili možnosti využití AR v sociálních sítích. Nejčastěji se rozšířená realita používala v Instagram Stories (např. v podobě kočičích a psích uší či brýlí), ale i dalších aplikacích. Nebude dlouho trvat a rozšířená realita dosáhne i na komunikaci firem – například v kampaních.

#### 6) IGTV

Jelikož se stále více obsahu na Instagramu konzumuje skrze videa a samotné Stories, jak bylo výše popsáno, Instagram na to zareagoval zavedením IGTV. Tento formát umožňuje na Instagramu uchovávat delší videa, rozšířit tak [možnosti využití](#) a zvýšit dobu strávenou v aplikaci. I proto se dá očekávat, že rok 2019 bude na Instagramu patřit právě IGTV. A když už jsme u těch videoformátů, je jasné, že budeme svědky zajímavé a napínavé bitvy mezi vertikálním videm (IGTV, Instagram a Facebook Stories) a horizontálním videem (YouTube).

#### **Kontakt pro média:**

##### **Martin Eckstein**

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: [martin@eckstein.cz](mailto:martin@eckstein.cz)

---

#### **O LCG NEW MEDIA:**

*LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v digitálním prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní, brandové nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google. Pro naše klienty řídíme kampaně na území Evropy, Ruska a US. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Více informací na [www.lcgnewmedia.cz/](http://www.lcgnewmedia.cz/).*

---