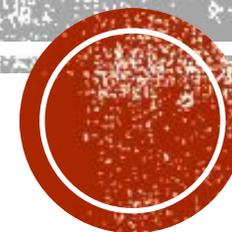


SMM ТРЕНДЫ 2020

Что нового и как это использовать?



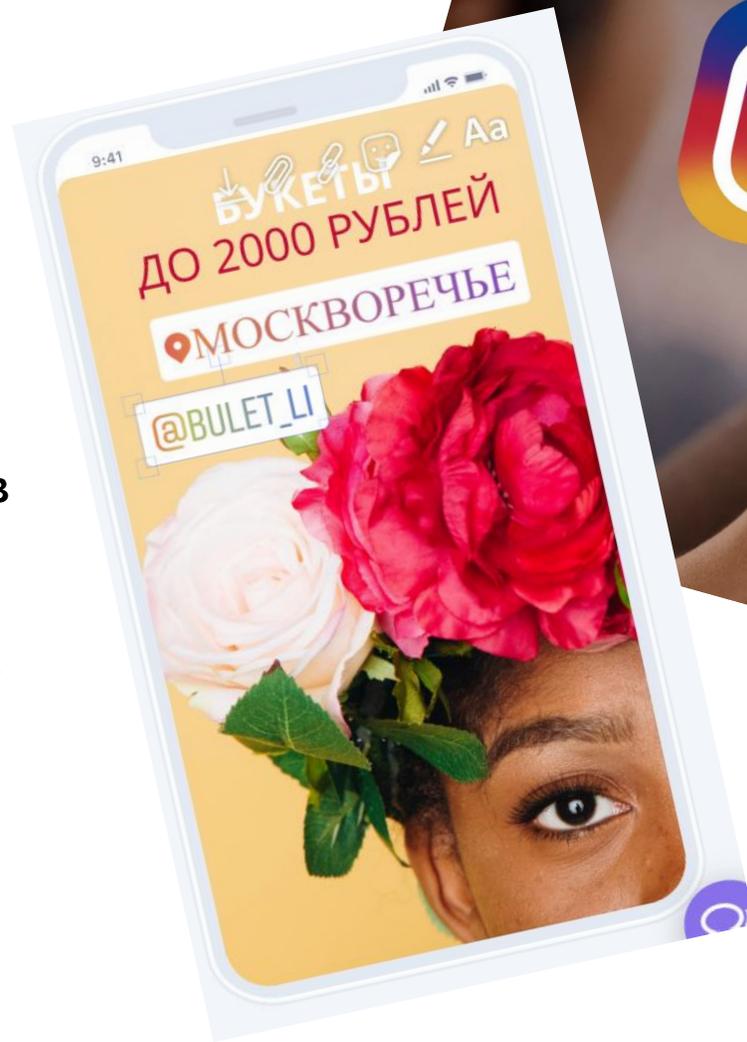
ВИДЕО

- Все любят смотреть видео, ведь они помогают расслабиться после тяжелого рабочего дня. Маркетологам нравится этот формат за его высокую конверсию. Несомненно, лучший способ познакомить потребителя с продуктом - показать ему видео. Многие социальные сети позволяют загружать видео.



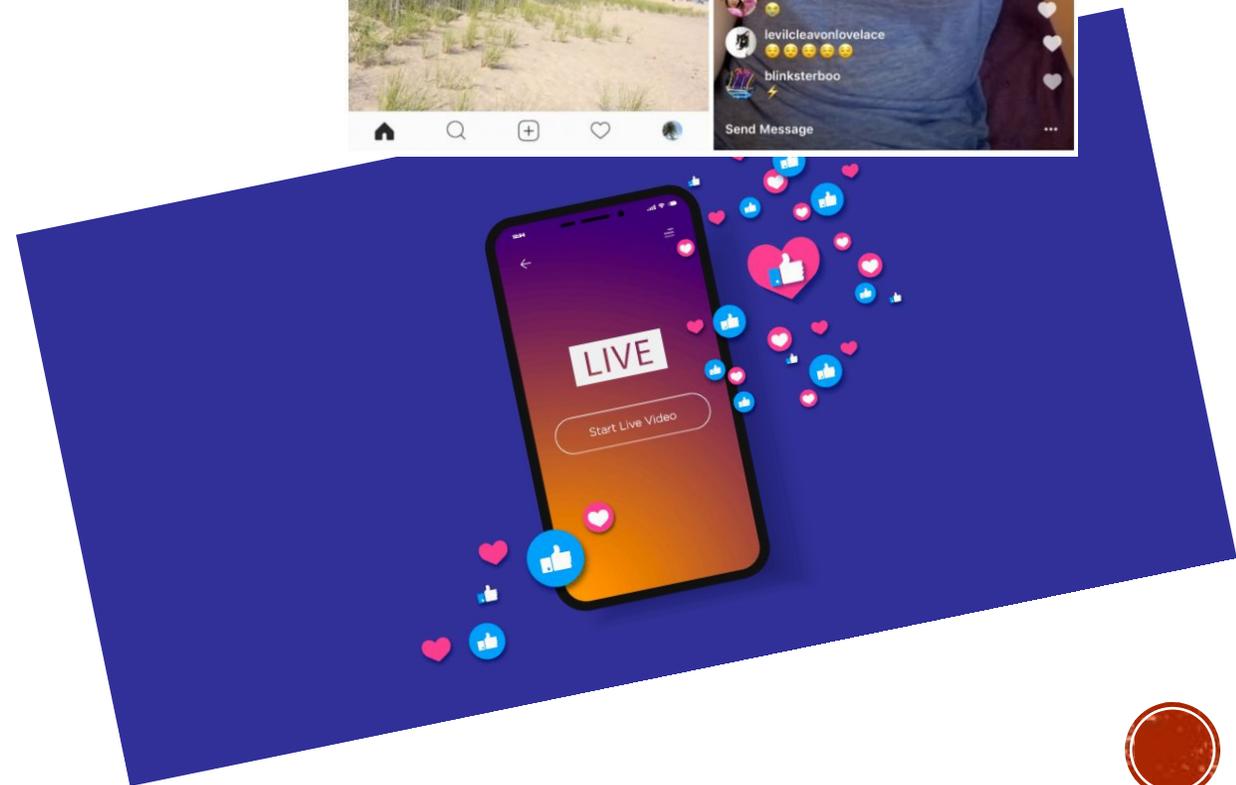
СТОРИЗ

- Популярность «быстрого» контента, который можно опубликовать в Stories, продолжает расти. Так, в мире ежедневно публикуется более 150 млн историй в Instagram и 3 млн — в Facebook



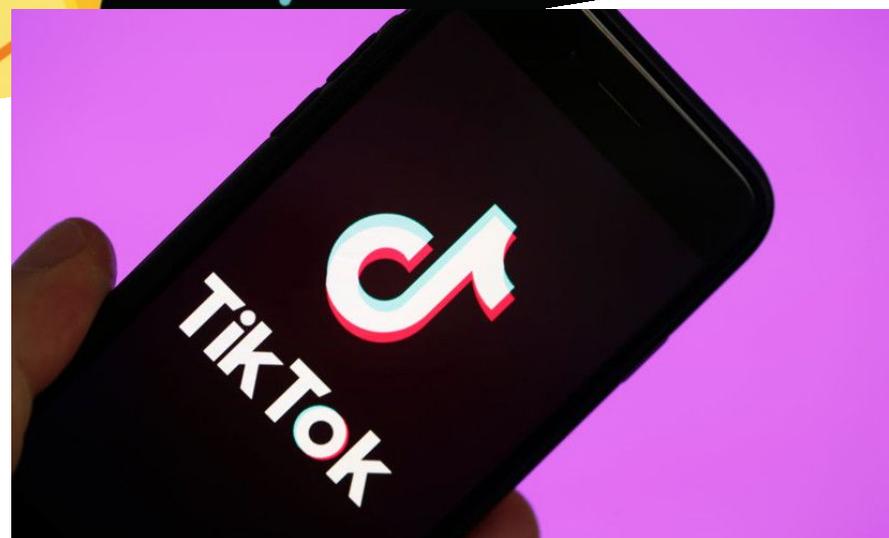
ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ

- Прямые эфира – это отличная возможность пообщаться со своей аудиторией. Прямые эфиры есть во всех соцсетях. Аудитория прямых эфиров, постоянно растет.



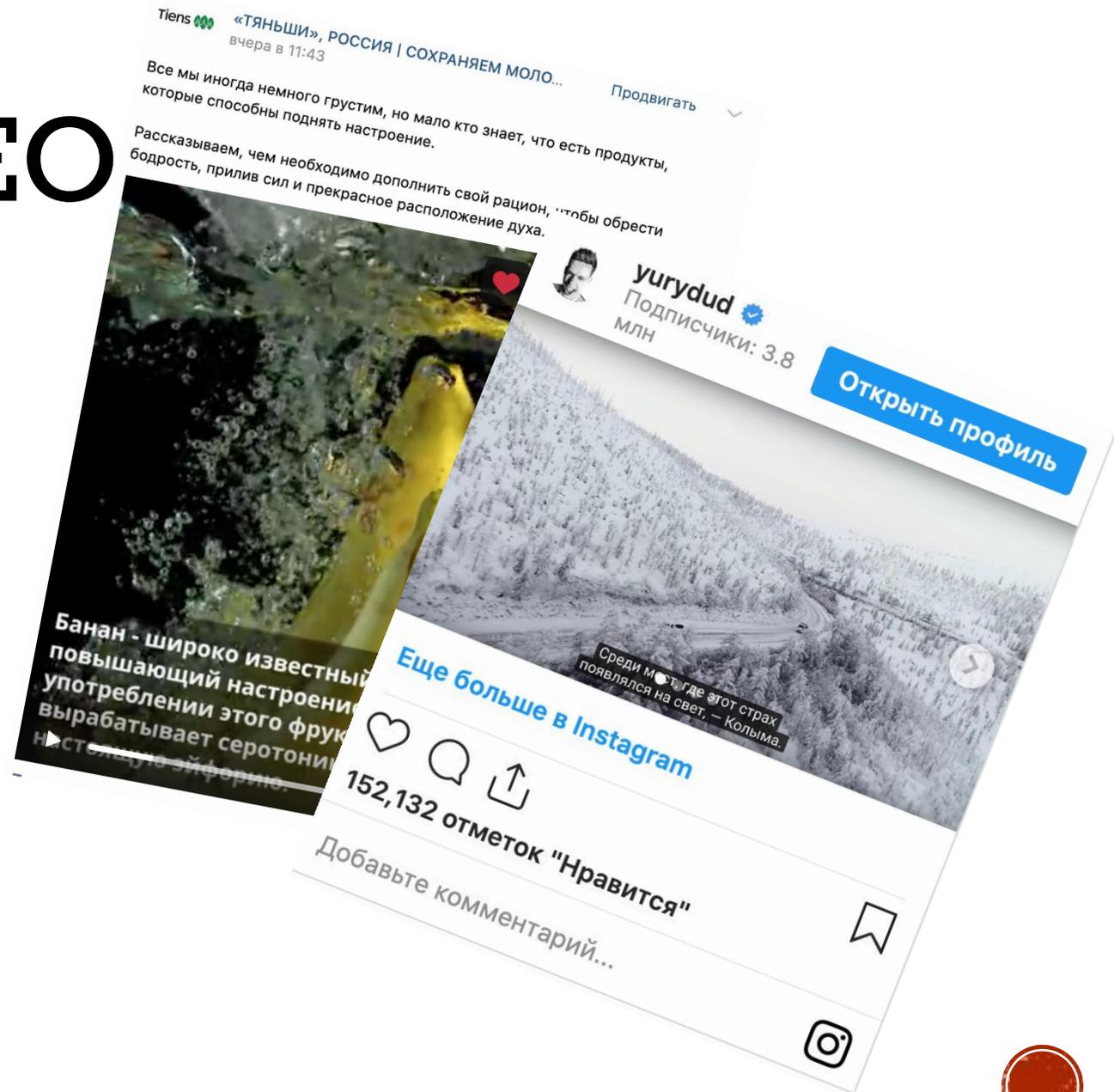
ТИК-ТОК

- По данным представителя TikTok, озвученным на конференции «Маркетинг #реальноговремени», месячная аудитория TikTok в России в январе 2020 года составила 18 млн активных пользователей, хотя ещё в мае 2019 года их число не превышало 8 млн.
- Из них 60% — женщины, 40% — мужчины. Дети и подростки составляют 43% аудитории.
- Вторая, наиболее массово представленная возрастная группа людей россиян, — от 18 до 34 лет — составляет 33% от общей аудитории TikTok. Из них основное количество приходится на платежеспособную молодежь в возрасте от 25 до 34 лет — 21%.



ТИТРЫ В ВИДЕО

- Формат видео хорош всем, кроме одного — некоторым людям неудобно смотреть контент со звуком. Чтобы решить эту проблему, блогеры совместили два популярных формата: видео и текст. Уже сейчас многие дублируют основную суть видео на экране в текстовом варианте. Вывод: если снимаешь видео, прописывай коротко его главную мысль.



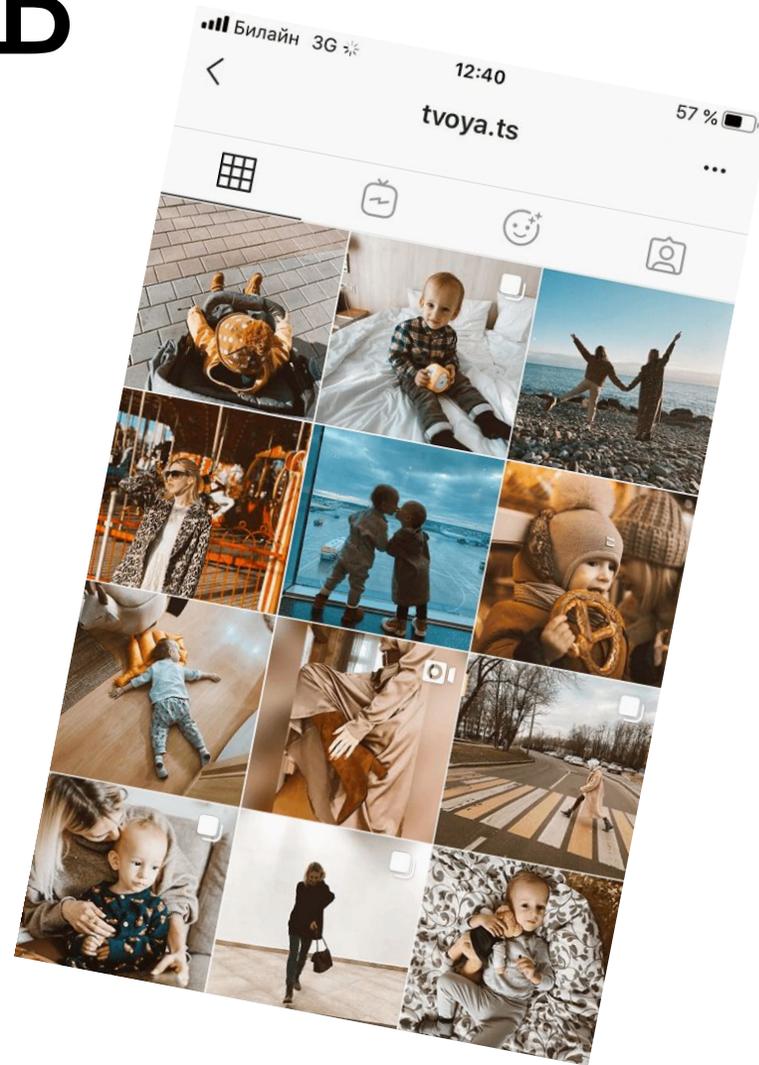
ПОДКАСТЫ

- В 2019 году бренды стали активно создавать и развивать свои каналы с подкастами. Такое внимание к формату появилось из-за растущей потребности в полезном и при этом качественном аудиоконтенте, который можно слушать по пути на работу или домой, во время занятий спортом и т. д. В 2020 году этот тренд только усилится. Появится больше новых возможностей и, как следствие, больше игроков.
- Какие самые популярные площадки для прослушивания подкастов? По данным Brand Analytics, 26 % русскоязычных пользователей слушают подкасты на YouTube. Следом идут SoundCloud и Apple Подкасты



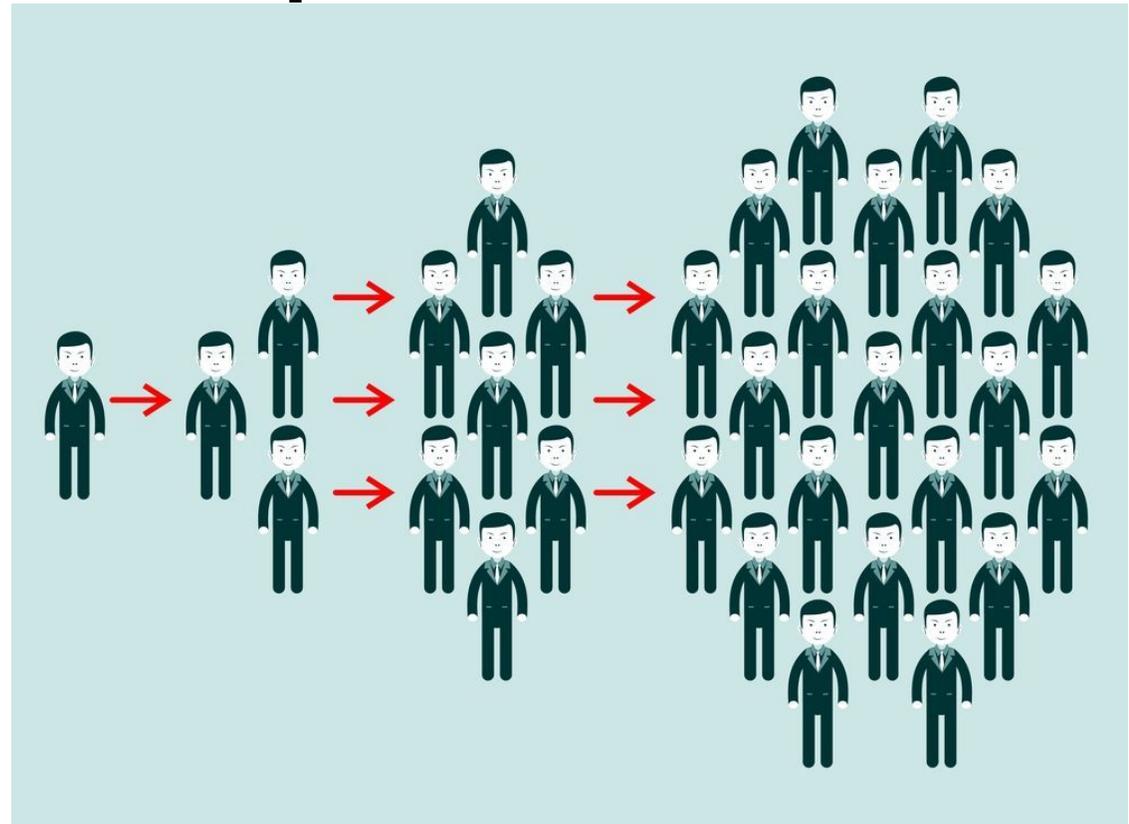
ЕСТЕСТВЕННОСТЬ

- Один из главных трендов 2020 года — естественность как в текстовом, так и в визуальном контенте, живые позы, эмоции. Обработка всех фотографий в профиле единым пресетом постепенно отходит на второй план. Сейчас общий внешний вид профиля строится на основе элементов, присутствующих на изображениях, цветовых оттенков, определённой ретуши и т. д.



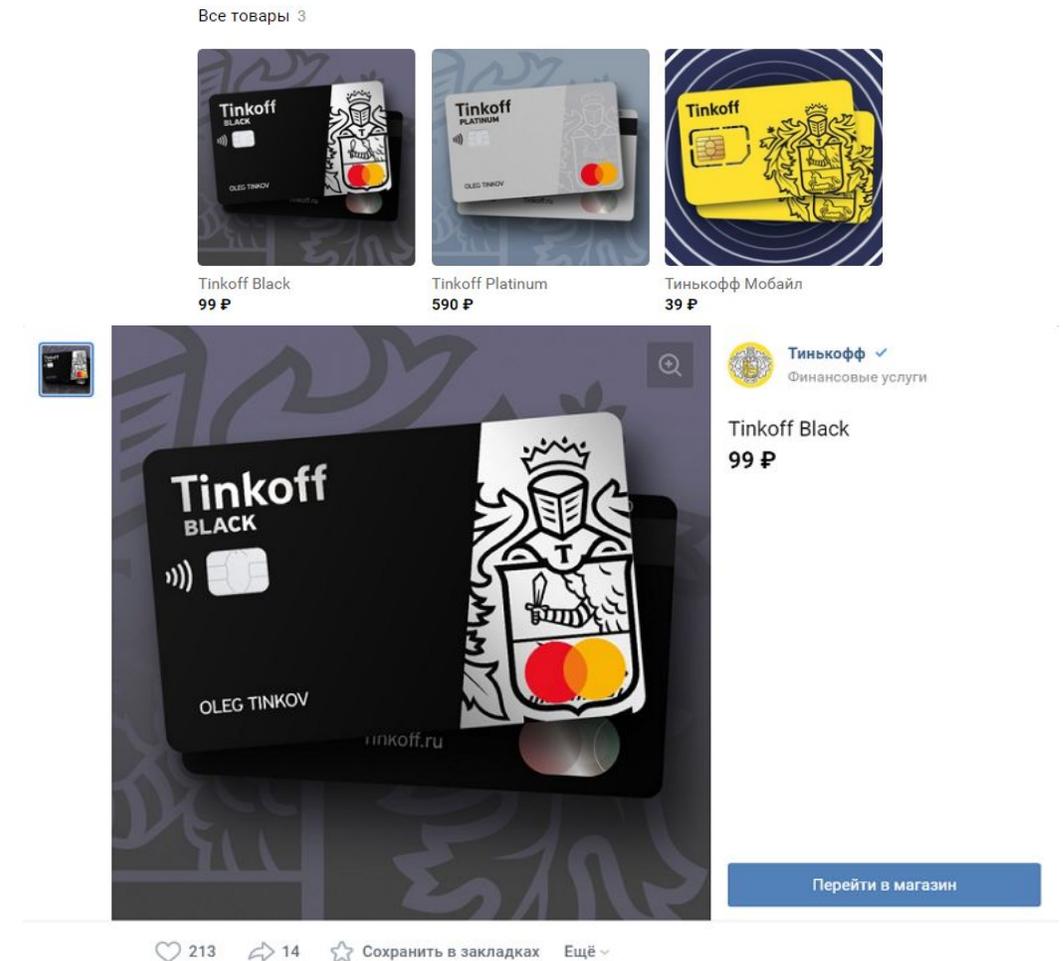
КОНТЕНТ ДОЛЖЕН ВЫЗЫВАТЬ РЕАКЦИЮ

- Во всех соцсетях функционирует, так называемая умная лента. Пользователи видят, только тот контент, который получает максимальное количество реакций.



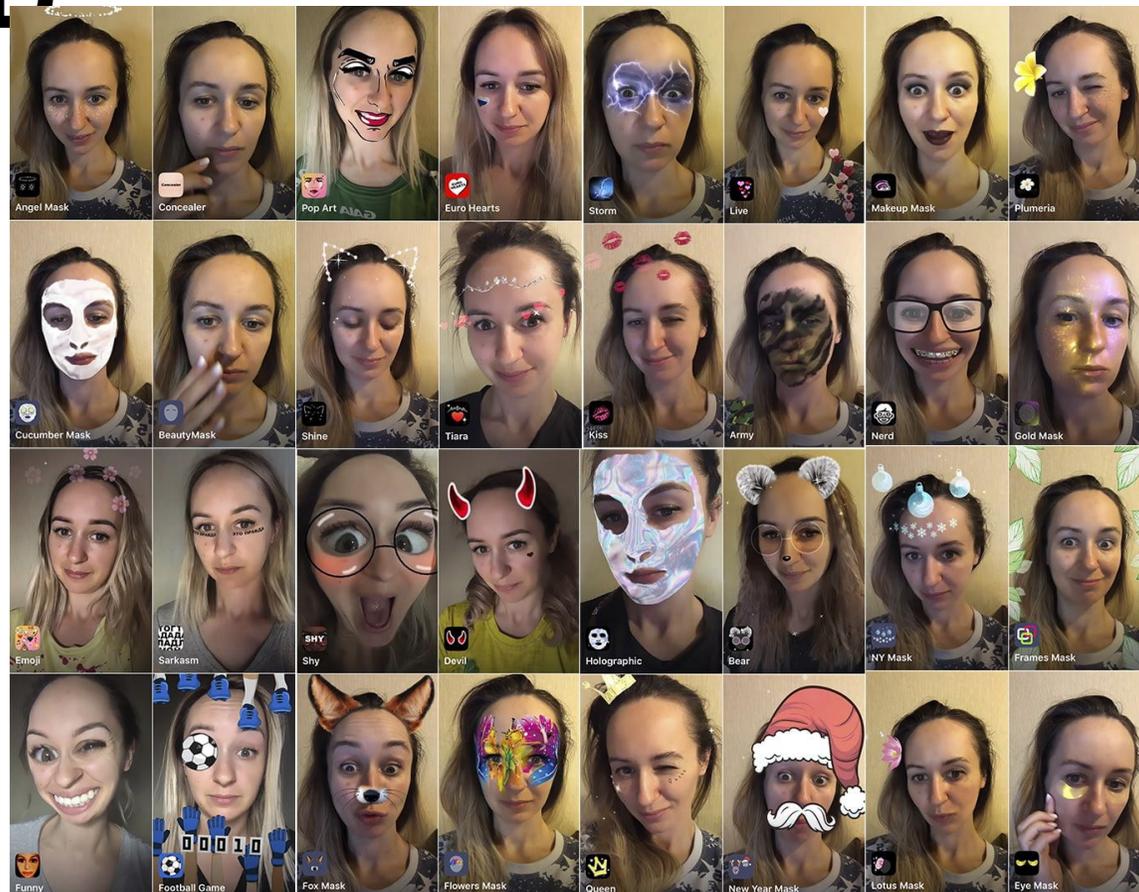
РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ

- Все социальные сети сейчас стремятся продавать, настраивают под это свой функционал. Так, например, появились карточки товаров. Кроме того, в ВКонтакте уже давно есть возможность оплачивать покупки разными способами: с электронного кошелька, карты, баланса мобильного телефона, VK Pay и пр. В ноябре 2019 года Facebook также анонсировал запуск платёжной системы — Facebook Pay.
- Во многих странах в Instagram действуют торговые теги — Shopping Tags, на которых можно посмотреть краткое описание и стоимость продукта, а также перейти на сайт производителя, чтобы купить товар. В России такой возможности на данный момент нет. Впрочем, в соцсетях регулярно появляются новые функции для продаж, что говорит об их заинтересованности в развитии e-commerce. В 2020 году тенденция сохранится



ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

- Создавать маски и фильтры в Instagram может абсолютно каждый. Это делает AR доступным инструментом продвижения.



СЕРЫЕ МЕТОДЫ УМИРАЮТ

- Массфоловинг, масслукинг, спам в ЛС и другие серые методы теряют свою актуальность.

