



MI VÁRHATÓ A SOCIAL MÉDIÁBAN?

TikTok korszak és más trendek

MI AZ A SHORT VIDEO?

A Short video form tartalmak átveszik a **hatalmat** a **teljes közösségi médiában**. Minden felület úgy alakul, hogy az ebbe az irányba változó fogyasztói szokásokat kiszolgálja.

TikTok, Instagram Reels, Youtube shorts és a **Facebook video**, mind a fogyasztói figyelemért és a nézettségért versenyez.

2022-ben a cégek **51%-a** növelte a kiadásait a rövid videós tartalmak gyártása céljából.





Social Media Trends Report



85%

of marketers say short-form
videos are the most effective
format on social media.

Blog's 2021 Social Media Trends Report.

ÁTALAKULÓ PIAC

Az üzleti felhasználású közösségi média már most is **hatalmas változásokon** ment át (köszönhetően a **fogyasztói trendek alakulásának**).

Ezek a trendek a következő években tovább **erősödnek majd** és **teljesen átszabják** az elmúlt időszakban megszokott **marketing mixet**.



A man with short dark hair and a beard, wearing a blue button-down shirt, is shown from the side. He is holding a smartphone in his right hand, looking at the screen. The phone's display shows a video of a person. He is also wearing a black earbud in his left ear. The background is a blurred indoor space with large windows and some furniture.

TIKTOK 2022-2023

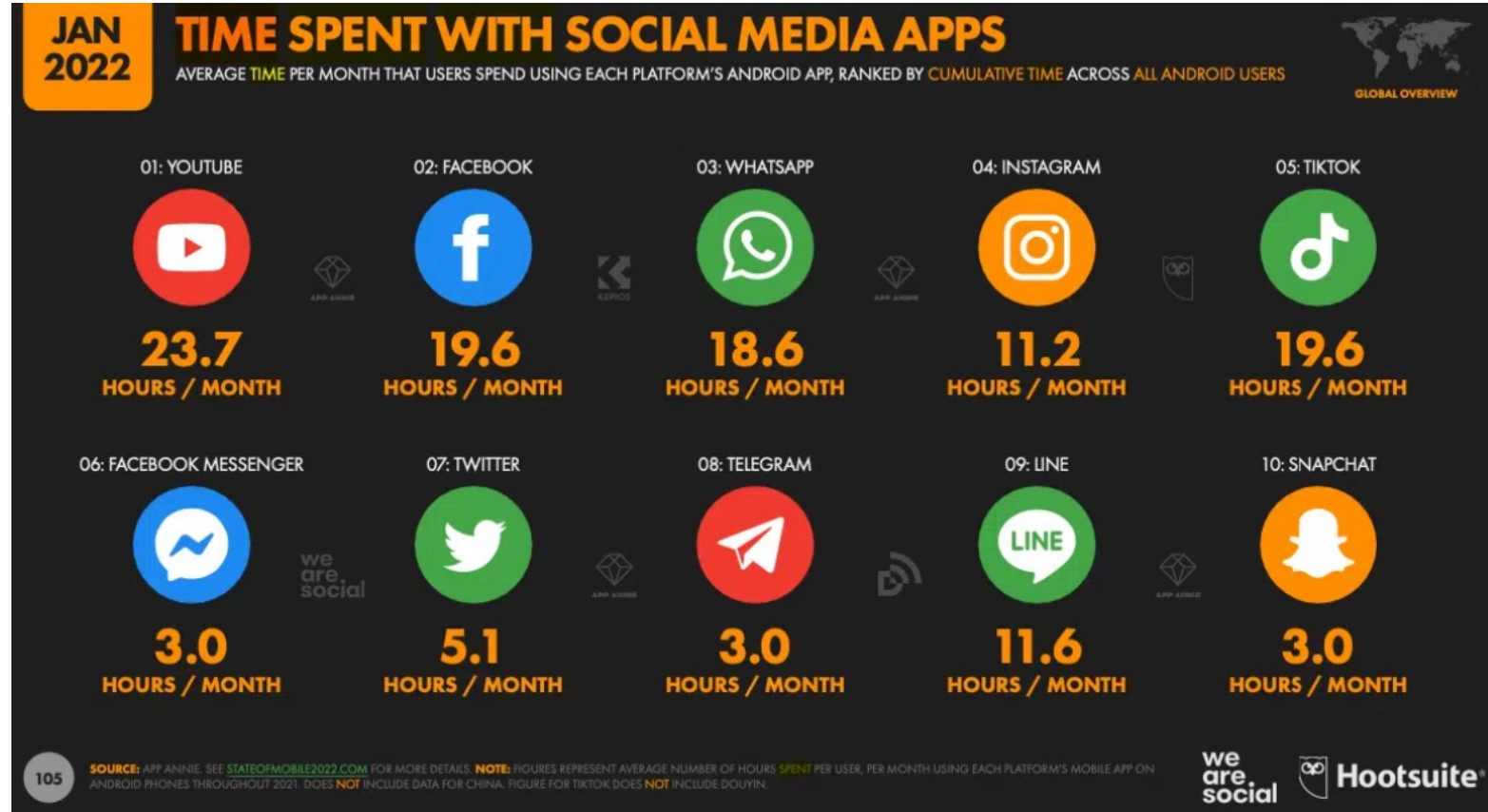
MIÉRT MOST?

Minden **trend** abba az irányba mutat, hogy az emberek egyre **rövidebb** tartalmakat fogyasztanak. A TikTok óriási előnye a **Youtube-val** és az **Instagrammal** szemben, hogy korán felismerte ezt a trendet és már az alapjaitól kezdve úgy építkezik, hogy **maximálisan ki is használja**.

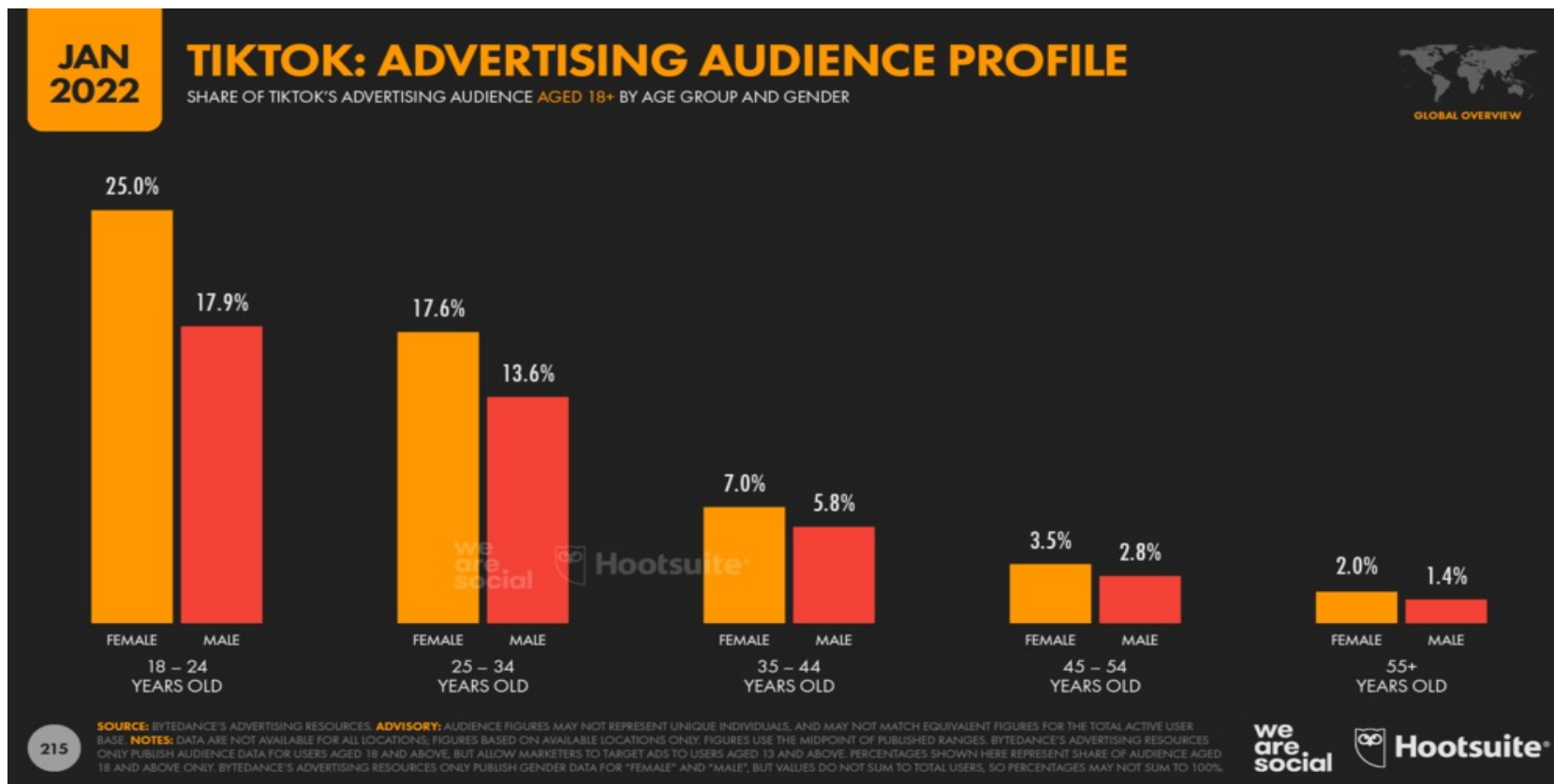
A **TikTok** az elmúlt egy évben a **legtöbbet letöltött applikáció** volt, azonban az üzleti felhasználása még mindig az **early adapter fázisban** tart, így most van az **alkalmas pillanat** a **belépésre**.



MIÉRT MOST?

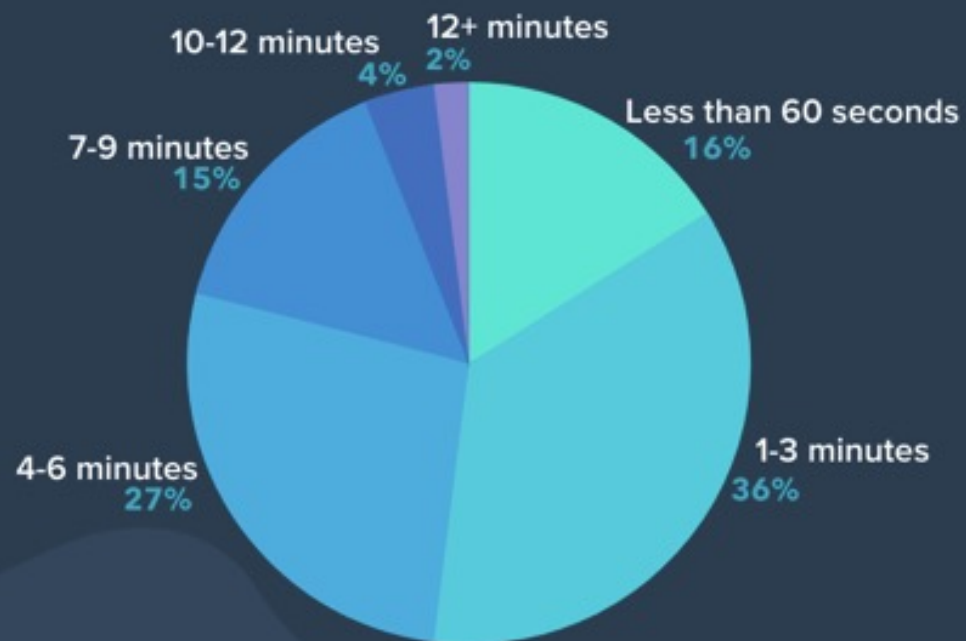


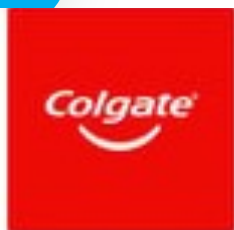
KIK VANNAK A FELÜLETEN?



MIT PREFERÁLNÁK?

What is the optimal length of a marketing video?





#MakeMomSmile

5.4B views

...

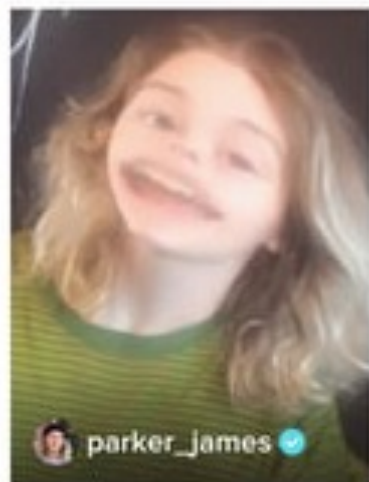
Colgate challenges all TikTokers to #MakeMomSmile this Mother's Day! Whether it be breakfast in bed 🍳, a surprise delivery 📦, or a dance-off challenge 💃, let your creativity guide you and share how you #MakeMomSmile 😊



look how beautiful my ...



HAPPY MOTHERS DAY!...



I hope you all had a bo...

LEGGYAKORIBB TARTALMAK

1. Brand kihívások
2. Influencer hirdetések
3. Termékbemutatók
4. UGC-k
5. Behind the brand videók
6. Edukatív tartalmak

BESZÉDES TRENDEK

A Z generáció tagjai már **40%-ban NEM** a **google-t** használják keresésre, hanem a TikTok vagy az Instagram keresőjét.

Ez azt jelenti, hogy a **SEO** is alapjaiban fog **megváltozni** és a cégek hirdetési költségei áthelyeződnek az említett felületekre.

Az októberben kijött közösségi **média költség report** azt mutatta, hogy MINDEN platformon **csökkent/elmaradt** a várt hirdetési költség az **előrejelzethez** képest, kivéve a **TikTok-ot**.



A KIHÍVÓK



INSTAGRAM REELS

Az Instagram **2020 nyara** óta igyekszik utólélni a TikTok-ot.

Jelenleg **havi 1 milliárd** aktív használója van a **Reels** funkciónak.

Részletesebb demográfiát ad, de nagyságrendekkel **kevesebb** az itt megjelenő **UGC**.

Viszont a cégekhez közelebb áll a felület





YOUTUBE SHORTS

2020 őszén indult és már globálisan is elérhető

Saját magát **kannibalizálja**, de **hatalmas** fix **közönséghez** szól, akik a **prémium** miatt **elhivatottabbak**, **időzítő funkció**,

Gyengébb statisztikák, **lassabb növekedés** és **kevés UGC**

SHORT VIDEO FORRADALOM

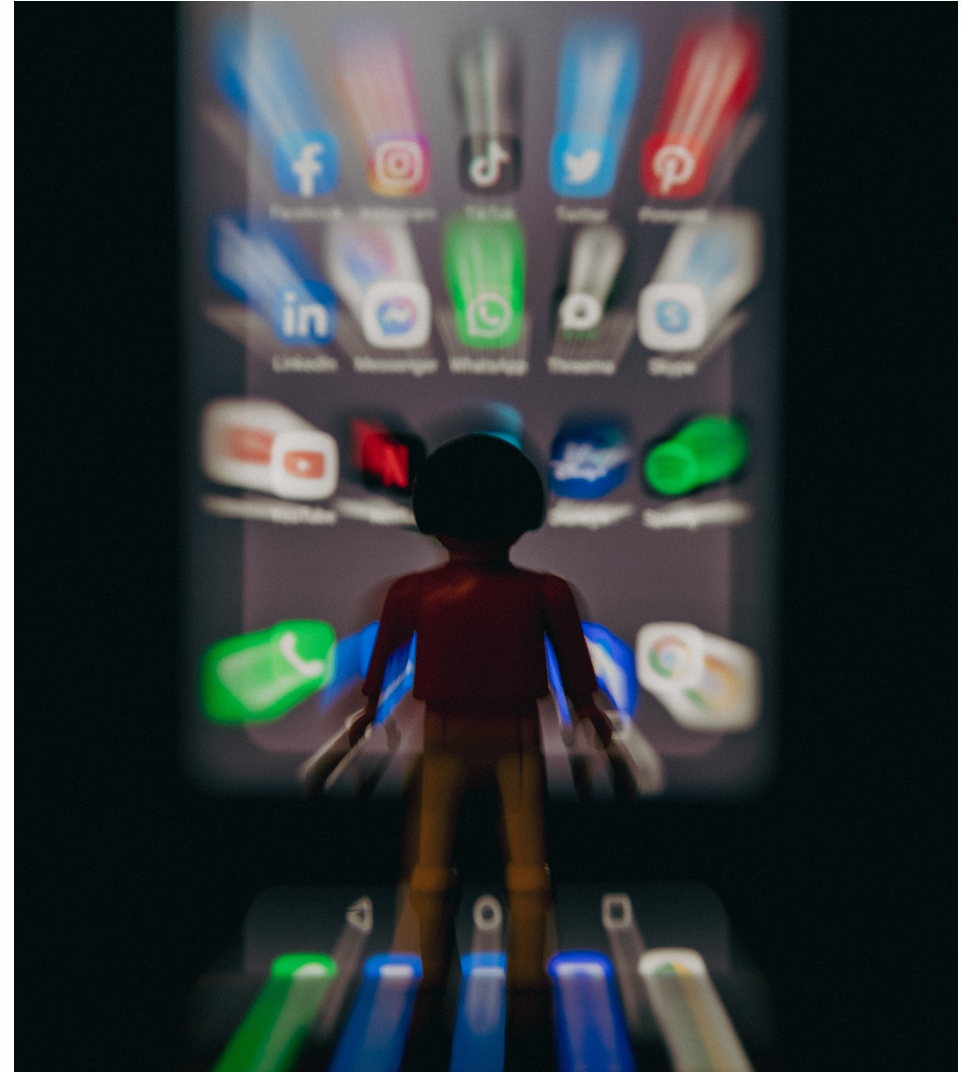


SHORT VIDEÓK HATÁSA

A videók gyártása sokkal komplexebb feladat, mint az „egyszerű” statikus képek készítése.

- Videó tervezés
- Scriptírás
- Forgatás (több fős csapattal)
- Casting
- Útómunka
- Community management

Ez magasabb idő, energia és pénzügyi ráfordítást kíván a cégektől





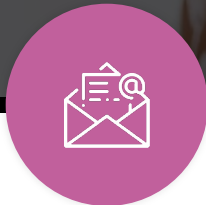
ÁTALAKULÓ KÖZÖSSÉGI MÉDIA

A **márkák** és az **átlag felhasználók** szempontjából is **óriási változás** várható a **közösségi médiában**.

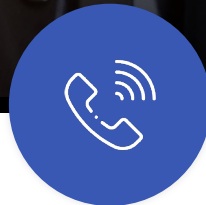
Olyan **volumenű változásról** beszélhetünk, mint amikor a **Facebook** megejelent a színen.

A **korai adaptálók** látványos **sikereket** érnek majd el, míg a követők körében kétséges az eredmény.

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET



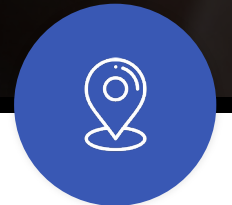
akos@hypin.hu



+36 70 361 2205



<https://hypin.hu>



Budapest