

SMM-ПРОГНОЗ: ЧТО ОЖИДАТЬ ОТ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В 2017 ГОДУ



ЕЛЕНА СТЕПАНЕНКО

PR-менеджер и специалист по продвижению компании ЮДЖЕС ГРУПП в социальных медиа

«Предупрежден — значит вооружен», особенно этот принцип актуален в случае с продвижением посредством быстроменяющегося SMM-маркетинга. Чем будут удивлять SMM-щиков социальные сети и к чему нужно готовиться в 2017 году — читайте далее!



Детище Цукреберга не отдаст пальму первенства в 2017. Фейсбук будет дальше развиваться, чтобы завлекать в свои сети все большее число пользователей (хотя с первыми миллиардом активных пользователей соцсеть уже справилась в 2016 году). Сам Марк отмечает, что грядущий год будет посвящен большему вовлечению юзе-

ров в видеоконтент, онлайн-трансляции и чат-боты.

Социальная сеть отмечает тягу пользователей к созданию и просмотрам именно видеоконтента, поэтому делает на него основную ставку. Возможно, в 2017 ей удастся подвинуть лидера по обмену креативными видеопосланиями мессенджер SnapChat, так как разработчики FB уже анонсировали новую камеру, которая позволит создавать креативные видеоролики и делиться ими со всеми друзьями в FB.

Также повышенной популярностью у юзеров FB пользуются прямые видеотрансляции, они же стримы. Здесь у соцсети

есть свой конкурент — Persicope, который уже сейчас начинает проигрывать социальному гиганту. В 2017 году ожидается увеличение использования функции стрима не только пользователями, но и бренд-страницами для повышения числа охватов и вовлечения в рекламный контент.

Кроме этого FB планирует работать над повышением активности пользователей в категории поисковых запросов внутри сети, так как в 2016 поисковая активность пользователей возросла на 33%. Развитие сети в этом направлении позволит не только удовлетворить пользователей, расширить возможности маркетплейса, но и отхватить кусок трафика у главного FB-конкурента — Google.

Активность увеличения аудитории мессенджеров подталкивает FB к необходимости развивать чат-ботов в Messenger, с помощью которых бренды смогут минимизировать человеческие ресурсы при smm-коммуникации. На данный момент пользователи сети не используют возможности ботов на всю мощность, так как используют мессенджеры в основном для дружеского общения, а в 2017 одной из ведущих задач для разработчиков уже станет популяризация ботов и их максимальная интеграция с бизнес-аккаунтами.



Коммерциализация сети была запущена в 2016 году, и в 2017 она продолжит развиваться необходимые механизмы и функционал. Так анонсированные шопинг-теги смогут превратить Instagram с простого

фотохостинга в коммерческую площадку. Внедрение таких тегов будет не моментальным, поэтому подобный функционал будет доступен широкому кругу пользователей не раньше второго полугодия 2017.

Также вероятнее всего разработчики порадуют инстаграмеров новыми фильтрами (опять-таки, переманивая себе аудиторию SnapChat) и займутся активным внедрением формата стриминга в Instagram.

В стратегических планах развития Instagram давно значатся механизмы визуального поиска, которые значительно увеличат вовлечение пользователей и расширят рекламный функционал сети.



Русскоязычная сеть весь 2016 занималась редизайном и механизмами монетизации соцсети. Под конец года был даже введен beta-режим маркетплейса для всех пользователей сети и возможность оплаты через социальную сеть. В будущем году его планируют дополнить кнопкой «купить» и бороться с мошенниками.

Ежегодной болью ВК является легализация аудио- и видеоконтента, так как недовольство заграничных правообладателей имеет свои пределы. Именно поэтому в 2016 вопрос с легализацией сдвинулся с мертвой точки, но не решился с механизмами оплаты контента. Чтобы не вызывать волны негодования у миллионной аудитории, владельцы продумывают вариант с аудиорекламой перед прослушиванием трека.



В 2016 платформа совершила существенный рывок в завоевании остывшей аудитории и к привлечению новых рекламодателей. В уходящем году разработчики внедрили функционал распознавания изображений, что вероятнее всего подтолкнет к созданию возможности совершать покупки в Pinterest с помощью дополненной реальности. То есть, пользователь сможет в режиме реального времени подбирать предметы интерьера под свою комнату, добавляя их на фотографию.

Нельзя забывать и про видеоконтент, который сейчас лидирует у пользователей. Поэтому Pinterest планирует внедрить видеорекламу и мотивировать smm-щиков создавать динамический контент.



Терпящий поражение за внимание пользователей микроблог не сдаётся, а активно борется и совершенствует себя в угоду продвинутым юзерам. 2017 год должен стать решающим — либо Твиттер настигнет крах, либо он внедрит новый функционал и расширит свою аудиторию.

В декабре 2016 платформу интегрировали с Persicore, что дало возможность создавать лив-трансляции и делиться ими с фолловерами. Также закрытие сервиса коротких закольцованных видео Vine было отложено в виду высокой популярности у пользователей, но его функционал сейчас доступен только для пользователей Twitter.

В наступающем году планируется внедрение в Твиттер VR-контента, однако механизм еще неизвестен. Также ключевым приоритетом будет борьба с ботами и троллями, которые серьезно отравляют жизнь микроблога и наполняют ее недостоверной информацией и негативом.

Мир активно развивается, и чтобы не отстать от прогресса, социальные сети ежедневно двигаются в сторону технологичности, развития и совершенствования своих функций. Желаю и Вам не отставать!

