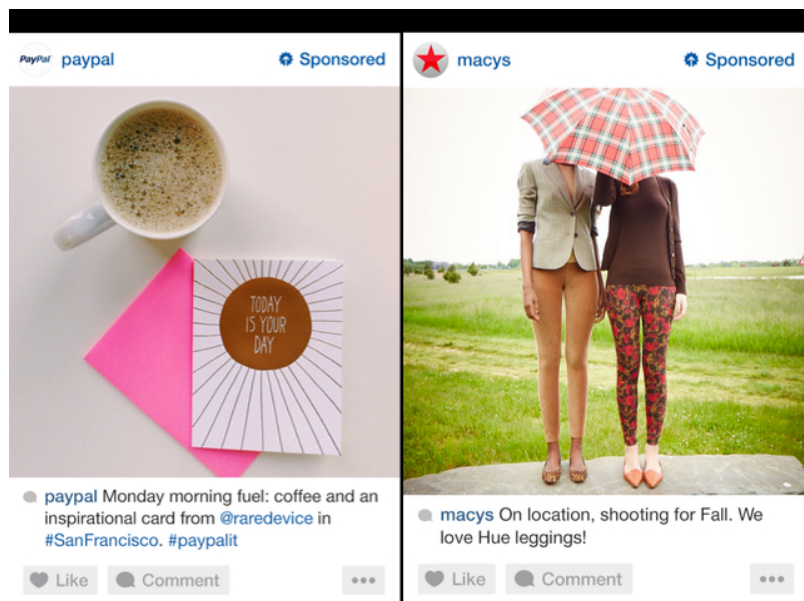


Рекламные посты в соцсетях становятся менее популярными

Автор: Administrator

07.04.2013 00:00 - Обновлено 12.02.2014 09:36



Одно из исследований компании «Vuman Media» показывает, что вливание денежных средств в промоакции путем привлечения рекламными постами уходит далеко в прошлое. Ведь в настоящее время актуальный и интересный контент – ключ к успешной работе в социальных сетях.

Сейчас мы видим, что блоггерам доверяют всего 26,5% опрошенных пользователей сети Интернет, но тенденция идет к увеличению доверия.

И сейчас ведется борьба между СМИ и медийным рынком, борясь за каждого слушателя. Показатели продаж через СМИ и Интернет различны, так как воздействие телевидения и радиовещания на данный момент превосходит современное информирование посредством мировой паутины. Но с пользователями однозначно в этом направлении работать нужно при этом основные силы должны направляются именно на интересный контент. Было опрошено 1000 пользователей в возрастной категории от 18 лет до 65 лет, причем самыми активными в анкетировании были люди в диапазоне от 18 до 25 лет и составили (48% пользователей). Женская половина при этом была активнее и составила 57% из всех опрошенных. Самой популярной социальной сетью стала «ВКонтакте» процент от общего числа пользователей составил 73%, на втором месте оказался «Facebook» - 30% немного отстала соцсеть «Одноклассники» - 29%. Следует отметить, что лишь 6% опрошенных пользователей не имеют аккаунта «ВКонтакте» или попросту туда не заходят. Это является несомненным плюсом, и говорит о том, что эта социальная сеть очень распространена у пользователей Интернета. Что нельзя сказать о «Facebook» и «Одноклассники» 30% всех опрошенных не зарегистрированы в этих сетях. Для социальных сетей основная задача понять, что нужно пользователю в тот или иной час. Так, например, основным

Рекламные посты в соцсетях становятся менее популярными

Автор: Administrator

07.04.2013 00:00 - Обновлено 12.02.2014 09:36

мотивом, толкающим людей на общение в соцсетях, является поддержание дружеских отношений с другими пользователями. Этим занимаются 81% опрошенных пользователей в социальных сетях, немалую часть составляет так называемый «серфинг» по группам или новостям – 47%. Но тут еще ключевым моментом является и фактор доверия, чем новости более правдоподобны, тем больше тема найдет своих почитателей, а как следствие и увеличение массы пользователей. Из 100% опрошенных чуть более 80% доверяют в сфере новостей всё-таки семье или друзьям, в свою очередь СМИ доверяют всего 26%. Таким образом, получается, что контент является «движущей силой» в социальных сетях. Ведь пользователь чаще поделится интересной ему информацией с другим пользователем, нежели занудным и грубым контентом, который является неинтересным и безразличным.