smi2go.ru

Epicstars спрогнозировала ключевые тренды блогосферы на 2023 год

Тематика: **Рынок медиа и рекламы**
Корпоративные новости

Дата публикации: 30.01.2023

Дата мероприятия / события: 30.01.2023

г. Москва

Москва, 30 января 2023 года

Компания Epicstars – разработчик и поставщик первого специализированного B2B-решения для автоматизированной работы с блогосферой, – перечислила основные тенденции российской блогосферы в 2023 году.

Список возглавляет новый тренд. Уже в конце прошлого года блогеры, работающие по смежным тематикам, стали объединяться в неформализованные сообщества с целью взаимной поддержки и помощи. Так, теперь они особенно внимательно отслеживают контент, который формируют их коллеги, фиксируют успехи и неудачи друг друга и, не теряя свой авторский голос, все чаще делятся подписчиками и предлагают друг другу объединять форматы (текст, видео, стримы и пр.). От такого подхода в выигрыше оказываются, прежде всего, сами авторы. В определенной степени, выгодно это и маркетологам, поскольку «пакетно» теперь можно будет реализовать самые смелые рекламные задачи. С другой стороны, поскольку в таких неформальных группах нет явных лидеров, на специалиста по продвижению, работающего внутри компании, ложится дополнительная нагрузка, ведь усилия по подбору конкретных блогеров сохранятся, но обычная аналитика может оказаться недостаточно эффективной. Соответственно, в рамках данного тренда понадобится профессиональный инструментарий, прежде всего – многофункциональные платформы с расширенными возможностями, поиска, аналитики и дополнительными сервисами, а также услуги специализированных команд, способных обеспечить сквозную координацию работы всех участников РК.

Вторым изменением на рынке российского блогинга стал все более ощутимый переход и авторов, и рекламодателей от красивого к полезному контенту. Интересно, что наиболее ярко это прослеживается в Youtube. Более того, несмотря на отсутствие прежних механизмов монетизации, эта площадка сохраняет несомненное лидерство в нашей стране, а ее возможности становятся для блогеров не столько спосбом заработка, сколько эффективным каналом самопродвижения.

В-третьих, в новом году будут ощутимо меняться форматы коллабораций. С одной стороны, в ряде случаев у российских блогеров и рекламодателей появится больше возможностей для краткосрочного маневра (например, разрешение «гивов» в ВК), а с другой – возникнет соблазн решать только краткосрочные задачи. Поэтому специалисты Epicstars прогнозируют, что крупные бренды будут встраивать такие тактические инструменты продвижения в состав стратегических маркетинговых программ. Таким образом, в долгосрочном плане мы увидим возвращение к системному планированию в построении бренда и его продвижения.

В сфере использования ИИ для подготовки контента эксперты Epicstars также ожидают серьезных изменений. Уже сегодня он нередко становится реальным помощником для блогеров в генерировании разноплановых материалов. В выигрыше здесь будут авторы, умеющие эффективно, но вдумчиво пользоваться этими возможностями, обязательно сочетая их с работой креаторов, аналитиков и экспертов.

В последнее время государство уделяет блогерам все большее внимание: в реальном обсуждении находится ряд законодательных инициатив, в частности – создание механизма «одного окна» для работы государственных структур и корпораций с блогосферой. Реализация этих правил может, в ряде случаев, привести к дополнительной нагрузке на блогеров, прежде всего – юридической. Скорее всего, в такой ситуации часть авторов, специализирующихся на макро-темах, переориентируется на коммерческий сектор. Но и брендам будет непросто сотрудничать с блогерами без их официального статуса – прежде всего, из-за все повышающегося

контроля со стороны государства. Поэтому вероятно, что агентства инфлюенс-марктеинга станут своего рода агрегаторами услуг и помощниками рекламодателей и блогеров в новых условиях.

Нельзя также не отметить объединение ВК и «Дзен», которое оценивается многими блогерами и рекламодателями как шаг к монополизации рынка. Очевидно, что это тормозит развитие новых небольших площадок. Но здесь также возможны различные варианты сотрудничества – скорее всего, многие рекламодатели, используя непростую ситуацию на таких площадках, будут их задействовать максимально, добиваясь более широкого охвата в работе с ЦА. При этом, с одной стороны, они смогут диктовать свои условия, но с другой – что немаловажно, реализация рекламных кампаний в небольших соцсетях станет фактором их поддержки.

Во всех случаях, важнейшим, и долгосрочным трендом станет, наконец, работа с микро и наноинфлюэнсерами, уже de facto являющимися драйвером продвижения товаров и услуг в российском блогинге, независимо от сферы деятельности рекламодателя.

Наконец, отметим, что Западные площадки остаются по-прежнему популярными в России, причем оставшаяся аудитория (и авторы, и рекламодатели) – это устойчивое ядро, использующее эти соцсети для решения своих рекламных задач.

О компании Epicstars

Компания Epicstars (https://ru.epicstars.com) была создана в 2015 году и сегодня является одним из лидеров в сфере инфлюенс-маркетинга (ВКонтакте, Telegram, Яндекс.Дзен, Tenchat, Rutube и др.). Epicstars развивает B2B-решения по проведению, планированию, организации таргетированных рекламных кампаний в социальных сетях.

Для получения дополнительной информации и обсуждения деталей сотрудничества:
a.ermoshina@epicstars.com
https://ru.epicstars.com
+7 (965) 429 5858

Контакты:
olga@mpr.ru
+7 (916) 076 9342
Ольга Зайцева

Постоянная ссылка на материал: http://www.smi2go.ru/publications/149482/