

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТРЕНДЫ 2019 ГОДА

Распространенной практикой специалистов всех областей является предоставление итогов с целью прогнозирования будущего своих индустрий. Наиболее часто прогнозирование, подкрепленное данными, оказывается верным, так как позволяет выявить тенденции и оценить степень их влияния на рынок. В этом случае не являются исключением и тренды интернет-маркетинга 2019 года:

1. Короткие видео. Выходом из проблемы большого количество видео-контента являются видео небольшой продолжительности. Большинство пользователей, а именно 89%, как видно из статистики, смотрит рекламу не более 10-ти секунд, а больше половины потенциального потребителя теряет интерес к продукту уже через минуту просмотра.

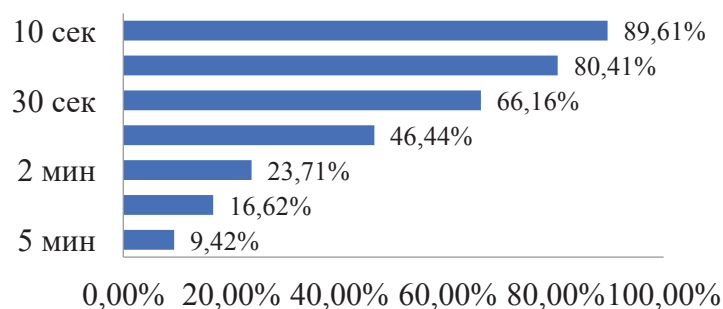


Рисунок 1 – Диапазон внимания аудитории

2. Чат-боты. Анализируя экспертов, можно прийти к выводу, что к концу 2020 года более 90% всех взаимодействий компаний с клиентами будет реализовываться посредством чат-ботов, которые помогут заказать еду на дом, выбрать одежду, забронировать билеты и проводить онлайн-консультации клиентов. Преимущество — осуществление поддержки 24 часа в сутки, 7 дней в неделю. Согласно недавним исследованиям, более 70% покупателей удовлетворены взаимодействием с чат-ботами.

3. Видеомаркетинг является ведущим лидером в цифровой сфере в 2019 году, исходя из того, что около 80% онлайн-контента визуализировано.

Множество различных форматов (интервью, видеоблоги, кейсы и отзывы и прочее) позволяет с успехом продвигать такой контент. Вакуум обработки и монтажа уменьшает дистанцию между брендом и пользователями, и, что важно для нас, — соответствует запросу на достоверность и аутентичность.

Прямые трансляции смотрят в три раза дольше, чем обычные видео, что способствует большему потоку комментариев. Это помогает создать благоприятные условия для развития трансляций в digital-маркетинге.

4. Нативная реклама. Находясь в конкуренции со спонсорской рекламой, нативная формируется таким образом, что имеет свойство мягко сливаться с контентом и не бросаться в глаза. Вспомним рекламные блоки в Google и их аккуратное расположение на одной странице вместе с поисковыми результатами. Подобный подход к рекламе реализуют и многие социальные сети. Желанием современной аудитории зачастую является польза, которая может быть извлечена из поглощаемой информации. Это касается и рекламы. Именно нативная реклама в максимальной степени соответствует этому описанию.

5. IGTV – это отдельное приложение, которым владеет и управляет Instagram. Концепция IGTV была запущена в июне 2018 года и специально разработана для мобильных устройств. Это приложение имеет схожесть с YouTube. Одно из основных отличий – все видео вертикальные, как созданные специально для телефонов. Видео-контент воспроизводится моментально после открытия приложения, подобно тому, как воспроизводилось бы видео, после включения телевизора в квартире.

6. Дополненная реальность. Это исключительная вещь, которую позволить себе могут пока только крупные компании. Можно привести, как пример, IKEA, которая уже сейчас предлагает онлайн «примерить» к вашей комнате мебель: наглядно представить как тот или иной предмет интерьера будет смотреться в вашем интерьере [1].

Подводя итог анализа лидирующих маркетинговых трендов 2019 года, можно сделать вывод, что с прогрессом роста технологий конкуренция растет неумолимо. И одним из ключевых факторов успеха компании становится эффективное интерактивное взаимодействие с пользователями и вовлеченность непосредственно каждого из них в этот процесс.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тренды интернет-маркетинга 2019 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://conversion.im/trendy-internet-marketinga-2019-o-kotorykh-vazhno-znat> – Дата доступа : 10.04.2020.