



Justina Januškevičiūtė. Asmeninio albumo nuotr.

Kitais metais Facebook teigia grįžiantis prie savo šaknų - visą savo dėmesį skirsiantis bendruomenės kūrimui. Dėl šios priežasties didžiausias socialinis tinklas pasaulyje paskelbė palaikysiantis tik prasmingą įsitraukimą (eng. Meaningful engagement), nors taip tiksliai ir neapibrėžia šios sąvokos. Šis klausimas virto viena pagrindinių socialinių medijų specialistų diskusijų temų Social Media Week London 2018 konferencijos metu.

Globaliai sprendžiamos psichologinės problemos

Marketingo ir socialinių medijų specialistai kitais metais pataria susitelkti į prasmingą turinį ir prasmingą įsitraukimą, ne tik į statistinius skaičius. Nors įsitraukimo rodikliams socialiniame tinkle mažėjant Facebook akcijos kilo, verslas nepasiduoda ieškodamas geriausių sprendimų auditorijai įtraukti socialinių medijų platformose. Nuo išskirtinai techninių patarimų turinio kurimui skirtingose socialinėse medijose iki vartotojo patirties praturtinimo papildomų paslaugų diegimu – patarimais Londone dalinose vieni geriausių savo srities specialistų.

„Socialinių medijų specialistams aktualesni sėkmingo turinio kūrimo sprendimai, tinkamiausi formatai ir trend'ai.“

J. Januškevičiūtė.

Anot konferencijoje dalyvavusios skaitmeninės rinkodaros agentūros „Media Partner“ socialinių medijų projektų vadovės Justinos Januškevičiūtės, šiuo metu globaliai sprendžiamos psichologinės ar net raidos problemos, kurias žmonėms kelia kasdienis socialinių tinklų naudojimas, Lietuvos specialistų dar nepaliečia.

„Lietuvos verslui vis dar ieškome aktualiausių turinio ir reklamos formų bei sprendimų, padedančių pasiekti išsikeltus tikslus. Socialinių medijų specialistams aktualesni sėkmingo turinio kūrimo sprendimai, tinkamiausi formatai ir trend'ai.“ – pasakoja „Media Partner“ atstovė.

„Facebook“ iš paslaugos siekia tapti sistema

Šiandien marketingo atstovai socialinėje erdvėje yra susikoncentravę į pokalbio su auditorija mezgimą ir nors tokia praktika yra skatinama, specialistai pataria nepamiršti, jog santykiai vystomi ne tik pokalbių metu. Šia kryptimi patariama judėti ir „Facebook“ komunikacijoje – raginama kurti ir diegti platesnį paslaugų spektrą savo klientams. Prekių pirkimas, bilietų rezervacija, užsakymo būsenos tikrinimas – tai pirmieji žingsniai siekiant „Facebook“ paversti skirtingas paslaugas teikiančia sistema. Sistema, panašia į Kinijos rinkoje pirmaujančią „WeChat“ – vieną pagrindinių „Facebook“ konkurentų socialinėje erdvėje.

Vis dar karaliauja kontekstas

Techninių naujienų SMWLDN18 konferencijos metu pateikiama mažiau, tačiau specialistams Lietuvoje gali būti naudingi keli akcentai. 2019 m. žadamas vertikalių video filmukų iškilimas. Atsižvelgiant į vartotojų naršymo patirtį ir įsitraukimo rodiklius, skatinama drąsiau išnaudoti LIVE transliacijas. Specialistai pataria ne tik transliuoti naujienas, bet į jas įtraukti klientą, taip padidinant prasmingą įsitraukimą. Ieškantiems sprendimų viruso sukūrimui patariama atkreipti dėmesį ne į kitų agentūrų kuriamą virusinį turinį, o į auditoriją, kuri jį išplatino. Svarbu, kodėl tuo metu auditorijai šis turinys buvo įdomus. Nes AKTUALUMAS – šiandien teisingiausias atsakymas, kaip sukurti sėkmingą turinį socialinėje erdvėje.