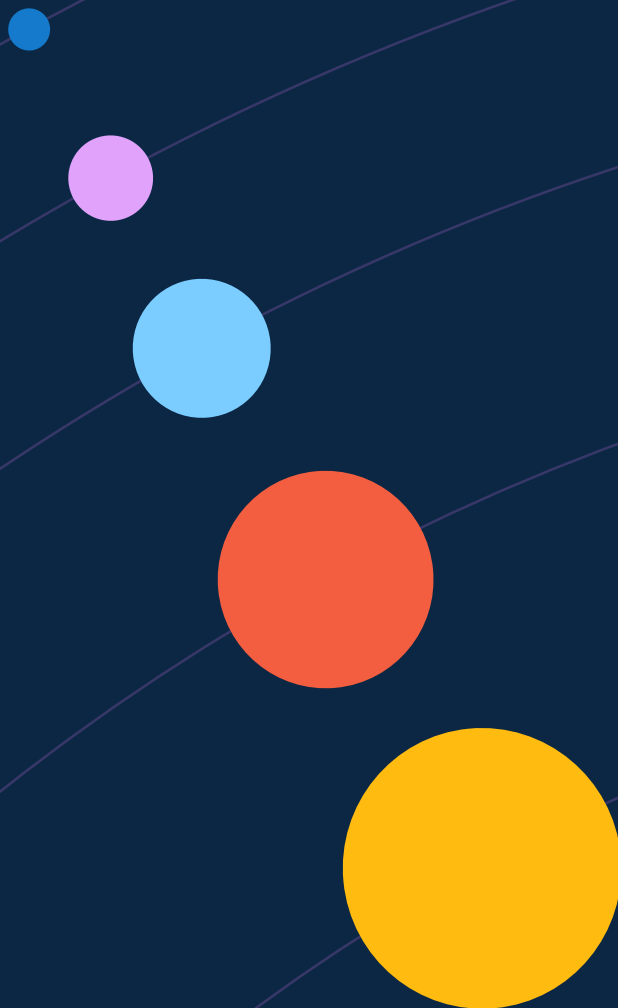
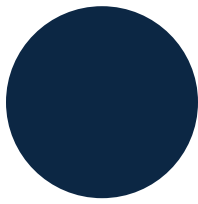


SOCIAL MEDIA
**PREVISIONI
PER IL 2019**





SOCIAL MEDIA PREVISIONI PER IL 2019

Nel report *Trend dei social media* dello scorso anno avevamo previsto che, nel 2018, i social media si sarebbero concentrati su tendenze emergenti come i video per dispositivi mobili, il live streaming, i miglioramenti alle piattaforme di social ads (resi possibili dall'intelligenza artificiale), la ricerca dei prodotti e la visual search direttamente attraverso i social.

Nel 2019 vedremo i principali social media puntare tutto su queste grandi scommesse, con nuovi formati, tecnologie e modalità di engagement. Per esempio, l'inserimento nei video per mobile di esperienze di realtà aumentata e virtuale, l'utilizzo di intelligenza artificiale per offrire annunci pubblicitari e contenuti più personalizzati, ed esperienze di shopping perfettamente integrate nella visual search e la scoperta di prodotti.

I social stanno anche rispondendo alla crescente richiesta da parte del pubblico di una maggior sicurezza e trasparenza, aggiornando le proprie policy sulla sicurezza e studiando nuovi modi per far sì che l'utente riscopra quelle relazioni autentiche e personali che lo avevano fatto inizialmente avvicinare ai social.

Scopri di più su ciò che attende i principali social media nel 2019, insieme ad alcuni illuminanti casi di brand esemplari che stanno registrando ottimi risultati proprio grazie alle ultime tecnologie e a strategie vincenti di Social Media Marketing.

Il documento *Previsioni sui social media nel 2019* si basa sui dati dello studio condotto nel terzo trimestre del 2018 su oltre 3.000 utenti business di Hootsuite, dalle grandi imprese alle piccole agenzie. Abbiamo integrato questi risultati con insight tratti da interviste con decine di specialisti del settore, nonché da report e dati attinti da Edelman, Gartner, GlobalWebIndex, Forrester, Econsultancy, Kleiner Perkins, We Are Social.



FACEBOOK

Maggiore trasparenza.
Connessioni autentiche.

A seguito delle violazioni di dati che hanno interessato gli account di oltre 137 milioni dei suoi 2.23 miliardi di utenti, nel 2019 Facebook si farà capofila nell'impegno per ripristinare la fiducia nei social.¹

I prossimi 18 mesi saranno caratterizzati da importanti appuntamenti elettorali, a cui Facebook si sta preparando migliorando le funzionalità di sicurezza e trasparenza per i suoi utenti in tutto il mondo, grazie a tool dedicati di intelligenza artificiale, partner addetti alla verifica dei dati e oltre 20.000 nuovi revisori di contenuti e sicurezza.²

Oltre all'impegno di combattere le fake news circolanti in rete, Facebook promuoverà una maggiore trasparenza anche attraverso nuovi tool che consentiranno a tutti di vedere gli ads in corso nelle Pagine e gli archivi degli annunci di natura politica, che saranno contrassegnati con l'indicazione chiara del committente.³

Facebook Stories ha annunciato il raggiungimento, nel 2018, di 150 milioni di utenti e il prossimo lancio di Stories Ads. Questi ads sono già in fase di collaudo negli Stati Uniti, in Messico e in Brasile e quest'anno sarà completato per tutti gli utenti il lancio dei video ads, che dureranno tra i 5 e i 15 secondi.⁴

Sul fronte delle innovazioni, il nuovo visore per la realtà virtuale di Facebook, Oculus Quest, sarà disponibile al pubblico nella primavera del 2019. Oculus Quest combina una funzionalità wireless con controlli virtuali touch e tracking totale della posizione.⁵

Quest'anno, assisteremo ad un'attenzione maggiore verso i Gruppi Facebook, con nuove funzionalità in beta, come la possibilità per le branded pages Facebook di entrare nei Gruppi⁶ e una nuova feature chiamata Watch Party, che permetterà ai membri dei Gruppi Facebook di guardare, commentare e reagire insieme al medesimo filmato.⁷

COSA IMPARARE DAI BRAND MIGLIORI

L'azienda di bijoux BaubleBar ha utilizzato gli ads dinamici per arrivare ad un'audience più ampia su Facebook. La campagna ha portato a un +47% nel ritorno sugli investimenti, raddoppiando la media delle vendite giornaliere.⁸



YOUTUBE

Trasmissioni personalizzate.

Maggiore interazione e flessibilità per gli utenti.

YouTube è cresciuto da 1.6 a 1.9 miliardi di utenti attivi nel 2018 e la tendenza non mostra segni di rallentamento.⁹

A meno di un anno dal suo lancio, il nuovo servizio di streaming [YouTube TV](#) aveva già raggiunto più di 300.000 iscritti,¹⁰ arrivando a ben 800.000 nell'estate 2018.¹¹ Il 2019 vedrà un'ulteriore espansione, con una nuova selezione di canali, nuovi publisher e nuovi mercati.

Per YouTube, futuro significa più controllo, più flessibilità e più interattività per utenti e advertiser. Unendo il potere dei video pubblicitari televisivi e online, per i brand sono in arrivo maggiori possibilità di ottenere reach, targeting e misurazione.

Grazie a nuovi tool quali [Google's Reach Planner in AdWords](#) (in beta al momento della nostra pubblicazione), verrà posto particolare accento sul planning e sulla personalizzazione delle campagne video dei brand.¹² Il futuro dell'intrattenimento video vedrà il connubio di dati unici, audience chiave e formati video, per offrire all'utente l'esperienza più personalizzata mai vista sinora.

COSA IMPARARE DAI BRAND MIGLIORI

[Majestic Heli Ski](#), azienda specializzata in esperienze avventurose, ha utilizzato lo strategic video ad targeting di YouTube Ads per puntare ad una specifica base di clienti. Concentrandosi sugli utenti che cercavano in rete ski resort e particolari tipologie di sci, l'azienda è riuscita ad ampliare la propria base di clienti del 400% negli ultimi cinque anni, aumentando le vendite del 25% e guadagnando il 50% di nuovi clienti grazie a YouTube.¹³



SNAPCHAT

Innovazioni tecnologiche.

L'esperienza visual per lo shopping.

Seppur superato da Instagram Stories, con i suoi 400 milioni di utenti attivi ogni giorno Snapchat rimane una piattaforma di forte attrazione per il vasto pubblico più giovane.¹⁴ Il 79% dei teenager possiede un account—e grazie a feature a cui è facile diventare addicted, come Snapstreaks (che monitora il numero di giorni successivi in cui due utenti si scambiano Snap)—il 44% afferma che, dovendo scegliere un social network tra tutti, sceglierebbe proprio Snapchat.¹⁵

Sebbene Snapstreaks possa non risultare così interessante per gli utenti più maturi, la dedizione di Snapchat verso le innovazioni tecnologiche è un aspetto che i marketer dovrebbero tenere sott'occhio. Con il lancio degli Spectacles, Snapchat continua a muoversi verso un futuro in cui hardware e software sembrano convergere.

Inoltre, Snapchat sta lavorando ad alcuni aggiornamenti sia nella piattaforma che nell'hardware, tra cui una nuova feature che cura automaticamente gli Spectacles Snaps in un'unica Storia in evidenza.¹⁶

Oltre a proseguire gli investimenti nella realtà aumentata, Snapchat introdurrà nuove funzionalità per lo shopping nel 2019. Tra i nuovi sviluppi annunciati di recente, ci sarà un nuovo tool visual di ricerca, in partnership con Amazon, che consentirà all'utente di puntare la propria fotocamera verso qualunque oggetto, trovarlo su Amazon e procedere all'acquisto; il tutto, all'interno di Snapchat.¹⁷

COSA IMPARARE DAI BRAND MIGLIORI

La moderna azienda di articoli per la casa Structube ha utilizzato Snapchat per arrivare a un nuovo pubblico di Millennial. Utilizzando un'ampia gamma di strategie di targeting per massimizzare reach ed efficacia, Structube ha sfruttato lo Snap Pixel (un codice che consente agli advertiser di misurare e monitorare l'impatto delle proprie campagne) e gli Snap Ads con Webview (Snap Ads che consentono all'utente di scorrere verso una pagina web), arrivando a raggiungere il 930% di ritorno sulla spesa pubblicitaria e una diminuzione del CPM del 66%.¹⁸



LINKEDIN

**Un ecosistema coeso.
Analytics più approfonditi.**

LinkedIn è oggi di proprietà di Microsoft e i suoi utenti sono oltre 575 milioni di professionisti residenti in ben 200 Paesi nel mondo; la piattaforma sta lavorando all'introduzione di nuove funzionalità per l'utente e per risolvere le controversie in tema di sicurezza che stanno danneggiando altre piattaforme social.¹⁹

Dopo l'introduzione di una nuova interfaccia utente, di nuovi formati per ads e di una funzionalità per video nativi nel 2018, LinkedIn continua a mantenere il proprio carattere di rete che ruota intorno all'utente.²⁰ Sin dall'acquisizione, LinkedIn e Microsoft hanno lavorato all'integrazione di programmi e funzionalità per snellire e migliorare la customer experience. Tra questi, l'acclamata integrazione di Microsoft Dynamics 365 (il tool di CRM di Microsoft) in LinkedIn Recruiter.²¹

È stato lanciato **Talent Insights**, un nuovo tool analitico self-service, che utilizzerà il vasto database di LinkedIn per offrire informazioni on demand ai milioni di professionisti operanti nel settore delle risorse umane e del recruiting che utilizzano la rete. Questi insight aiuteranno gli utenti professionisti di LinkedIn a capire i trend del mercato e la disponibilità di skills, e miglioreranno la possibilità di affinare le ricerche.

Se il mercato dei talenti si fa sempre più competitivo, nel prossimo anno dobbiamo aspettarci altre innovazioni da LinkedIn, incentrate proprio sui dati.

COSA IMPARARE DAI BRAND MIGLIORI

Adobe ha aumentato la brand awareness e catturato l'attenzione dei marketer più elusivi, condividendo una leadership di pensiero strategica e contenuti digitali, inclusi link verso altri importanti articoli di leadership, infografiche, consigli, suggerimenti e video di intrattenimento.

Dopo questa campagna, più del 50% dei suoi visualizzatori si è detto concorde nel ritenere che Adobe stia creando il futuro del digital marketing, mentre il 79% ha affermato che Adobe può contribuire a ottimizzare la spesa per i media.²²



TWITTER

Policy collaborative di sicurezza.
Possibilità di broadcasting live.

Nel 2019, Twitter raddoppierà la sicurezza e reprimerà bot e “linguaggio disumanizzante”. Dopo un tumultuoso anno trascorso a combattere razzismo, minacce di violenza, spam e abusi di ogni genere, Twitter sta cercando di dare una svolta per affrontare il futuro, abbozzando le nuove policy di sicurezza con una particolare attenzione al contributo del pubblico e a una maggiore trasparenza.²³

Altro tema centrale in Twitter saranno gli investimenti nell'ecosistema di developer, un supporto che permetterà a tanti talenti di creare nuovi modi innovativi di usare Twitter. Proprio grazie a questi investimenti, potremo dunque aspettarci nuove esperienze personalizzate.²⁴

Twitter continua, inoltre, ad investire nel live broadcasting. Recentemente, sono stati lanciati streaming audio live per mobile²⁵ ed è stato preannunciato il lancio di streaming video live nelle timeline dei follower.²⁶ Questi cambiamenti, da una parte, incentiveranno brand e publisher ad esplorare nuove possibilità di broadcasting live e, dall'altra, spingeranno i follower a sintonizzarsi.

COSA IMPARARE DAI BRAND MIGLIORI

L'azienda internazionale di ricerca Sirius Decisions ha utilizzato i Twitter Ads per connettersi con la propria audience e incrementare le vendite dei biglietti di una loro conferenza. La campagna pubblicitaria ha prodotto un ritorno pari a 16 volte gli investimenti.²⁷



INSTAGRAM

Opzioni pubblicitarie per broadcaster.

Nuovi modi per scoprire prodotti e fare shopping.

Nel 2018, Instagram ha raggiunto il miliardo di utenti attivi mensilmente. Questa crescita monumentale può essere attribuita alle Stories, a nuove funzionalità video e ad opzioni avanzate per gli advertiser.²⁸

Con il lancio di [IGTV](#) Instagram ha dimostrato di tenere fede alla propria vocazione video. Attualmente, non esistono ads in IGTV ma, nel corso del 2019, dovremo verosimilmente aspettarci nuove opzioni di monetizzazione per i creatori di contenuti.²⁹

Il prossimo anno porterà anche nuove modalità per lo shopping su Instagram. Verrà ampliato il tag dei prodotti e, con l'introduzione del nuovo canale di Shopping nella sezione Esplora, i brand avranno molte più possibilità di catturare l'attenzione del proprio pubblico di destinazione.³⁰

Con questi sviluppi, Instagram offre importanti nuove opportunità per i business e la loro clientela. Con i più alti tassi di engagement tra i principali social network ed una serie di innovativi tool per gli ads, Instagram è ben equipaggiata per continuare a crescere.

COSA IMPARARE DAI BRAND MIGLIORI

Il brand di abbigliamento ed accessori [Everlane](#) utilizza le Instagram Stories per condividere contenuti autentici e trasparenti con un'audience di oltre 566.000 follower.³¹

L'azienda di moda e lifestyle [Lacoste](#) ha messo a confronto i Carousel Ads delle Instagram Stories con altri formati di ads e ha verificato con i primi un aumento del 61% nel click rate.³²



PINTEREST

Più mobile ads.

Potenti tool per lo shopping.

Dopo aver raggiunto i 500 milioni di dollari nella vendita di ads nel 2017,³³ per il 2018 Pinterest si appresta a raddoppiare tale importo fino all'incredibile cifra di un miliardo di dollari.³⁴

Il sito di Pinterest sta diventando un vero must per i big brand dei settori moda, bellezza, casa e lifestyle, e i suoi mobile ads stanno riscuotendo molto successo presso tutte quelle aziende che puntano a raggiungere i 250 milioni di utenti Pinterest attivi mensilmente,³⁵ l'80% dei quali proprio sull'app mobile.³⁶

Se il 90% degli utenti di Pinterest utilizza il sito per prendere decisioni d'acquisto, dobbiamo attenderci un ulteriore impegno verso lo sviluppo dell'esperienza di shopping e una sempre maggiore attenzione rivolta ai comportamenti dei consumatori.³⁷

Nel 2019, Pinterest continuerà a posizionarsi come potente tool di scoperta dei prodotti, con funzionalità aggiornate quali "Shop the Look" e Pinterest Lens.³⁸ Grazie al connubio di visual, social e search in un'unica esperienza - che caratterizza Pinterest rispetto alle altre piattaforme - sempre più utenti approderanno sul social in cerca di nuovi prodotti, idee e ispirazione.

COSA IMPARARE DAI BRAND MIGLIORI

Il colosso internazionale di arredamento IKEA ha utilizzato il keyword targeting e i Promoted Pins per raggiungere il pubblico degli studenti, in particolare per l'organizzazione e il decoro delle camere all'interno dei campus, aumentando del 72% il click rate e diminuendo il costo per click del 37% YoY.

Altri interessanti brand presenti su Pinterest sono Etsy, Refinery29 e HGTV.³⁹

Guarda i nostri piani enterprise e scopri come migliorare la tua strategia sui social con Hootsuite.

Note

- 1 Vox. [The Facebook and Cambridge Analytica Scandal, explained with a simple diagram](#). 2018.
- 2 Facebook. [Mark Zuckerberg post](#). 2018.
- 3 TechCrunch. [Facebook and Instagram launch US political ad labeling archive](#). 2018.
- 4 TechCrunch. [Facebook Stories reveals 150M daily viewers and here come ads](#). 2018.
- 5 Facebook. [Introducing Oculus Quest](#). 2018.
- 6 Digiday. [With Facebook emphasizing community, marketers are trying to figure out Facebook Groups](#). 2018.
- 7 Facebook. [Watch Party Launches Around the World](#). 2018.
- 8 Facebook. [Success Story: BaubleBar](#).
- 9 YouTube. [Mid-year Update on Our Five Creator Priorities for 2018](#). 2018.
- 10 CNBC. [In their battle against big cable, YouTube TV and Hulu with Live TV have signed up hundreds of thousands of subscribers](#). 2018.
- 11 TechCrunch. [Hulu with Live TV tops a million subscribers](#). 2018.
- 12 Google Ads. [Unlock the Potential of YouTube with Reach Planner](#). 2018.
- 13 YouTube. [Majestic Heli Ski](#). 2017.
- 14 Business Insider. [Instagram's Stories feature is now twice as big as Snapchat, with 400 million daily users](#). 2018.
- 15 Recode. [Snapchat is still the network of choice for U.S. teens—and Instagram is Facebook's best shot at catching up](#). 2017.
- 16 AdWeek. [Snap Introduced Two New Styles for Its Second-Generation Spectacles Camera Sunglasses](#). 2018.
- 17 AdWeek. [Snapchat is Partnering With Amazon to Test a Visual Search Tool](#). 2018.
- 18 Snapchat. [Structube saw 9.3x ROAS with Snapchat](#).
- 19 LinkedIn. [The 2018 LinkedIn Top Startups are Changing The Way We Work](#). 2018.
- 20 Inc. [LinkedIn just launched Native Video Ads. Here's What it Means for Marketers](#). 2018.
- 21 Microsoft. [Dynamics for Talent + LinkedIn Recruiter = Hire Performance](#). 2018.
- 22 LinkedIn. [Adobe raises brand awareness and captures the attention of hard-to-reach marketers with LinkedIn Sponsored Content](#).
- 23 Twitter. [Creating new policies together](#). 2018.
- 24 Twitter. [Tap into what's happening](#). 2018.
- 25 TechCrunch. [Twitter launches audio-only broadcasting feature on its IOS app and Periscope](#). 2018.
- 26 Engadget. [Twitter puts live streams at the top of your feed](#). 2018.
- 27 Twitter. [Sirius Decisions: A B2B company increased ticket sales with Website cards](#).
- 28 TechCrunch. [Instagram hits 1 billion monthly users, up from 800M in September](#). 2018.
- 29 Instagram. [Welcome to IGTV](#). 2018.
- 30 The Verge. [Instagram adds a shopping tab to the Explore page](#). 2018.
- 31 Hootsuite. [What You Can Learn From 7 of the Best Brands on Instagram Stories](#). 2018.
- 32 Instagram. [Lacoste tested the carousel format for ads in Instagram Stories](#). 2018.
- 33 Recode. [Pinterest expects to make more than \\$500 million in revenue this year](#). 2017.
- 34 CNBC. [Pinterest nears \\$1 billion in ad sales and valuation rises as it looks to go public in mid-2019](#). 2018.
- 35 VentureBeat. [Pinterest passes 250 million monthly active users](#). 2018.
- 36 Pinterest. [Promoted App Pins](#). 2018.
- 37 Pinterest. [Here's How People Shop on Pinterest](#). 2018.
- 38 Pinterest. [Introducing the next wave of visual search and shopping](#). 2017.
- 39 Pinterest. [Ikea: Small-space living ideas deliver big returns](#). 2017.