

Social media, i 6 trend del 2020 (Marketing su TikTok e meno fake news)



Le piattaforme di social media ti tengono costantemente sul filo del rasoio. Qual è il social fresco fresco che si appresta a diventare il più popolare? Chi scomparirà? Quale testerà nuove funzionalità, mese dopo mese, e quali nuove *features* alla fine «passeranno l'esame»?

I social media sono un mondo vivo, vibrante e imprevedibile: solo fino a un certo punto, però. Sì, non sappiamo quale nuova piattaforma potrebbe apparire domani e non sappiamo quale vecchia piattaforma sarà colpita da un nuovo disastroso scandalo. Se, però, osserviamo attentamente le tendenze, possiamo prevedere cosa è probabile che accadrà nel 2020. Sappiamo quali piattaforme sono state testate, come cambia la base di utenti di ciascuna piattaforma e quali tattiche stanno

crescendo tra i marketer. Così qualche conclusione la possiamo trarre. Quindi, ecco alcune cose che prevediamo cambieranno nel 2020, secondo quanto pubblicato da **Awario** e riportato da *Business To Community*.

1. Gli esperti di marketing si rivolgeranno a TikTok.

TikTok è cresciuto rapidamente negli Stati Uniti – e anche al di fuori degli USA – negli ultimi due anni. In effetti, Tik Tok sta crescendo più rapidamente di qualsiasi altro strumento ed è scaricato più spesso di qualsiasi altra App di social media. A partire dal 2019, l'App vanta 500 milioni di utenti attivi in tutto il mondo e 1,5 miliardi di download a livello globale, il che rende TikTok nono in termini di siti di social network. TikTok è nato come piattaforma per la Gen Z e il 41% degli utenti di TikTok rimane sotto i 25 anni. Tuttavia, con così tanti utenti, copre essenzialmente tutti i dati demografici. L'introduzione di annunci sulla piattaforma nel 2019 significa che questa è pronta per diventare la preferita dai marketer nel 2020.

2. Crescerà l'uso del *social listening*. L'uso del *social listening* è cresciuto negli ultimi due anni, quindi, sicuramente, prevediamo che la tendenza si svilupperà ulteriormente. Ci sono una serie di ragioni per cui è improbabile che il *social listening* si estingua: consente di coprire molteplici aspetti del marketing dei social media, come il servizio clienti, l'influencer marketing, le vendite su social. Ciò significa che fino a quando i marchi continueranno a promuoversi sui social media e le persone continueranno a discutere sui marchi e a raggiungerli sui social media, il *social listening* prospererà. E sappiamo che lo fanno: il 90% degli utenti dei social media si rivolge ai marchi sui social media, il 78% delle persone che si lamentano dei marchi su Twitter si aspetta una risposta entro un'ora e il 29% delle persone condivide la propria esperienza con i

propri amici o famiglia quando non viene fornita la risposta da un brand.

3. **Il marketing dei *microinfluencers* crescerà.** Il marketing degli Influencer è un caposaldo ormai delle tattiche dei social media. L'indagine sulle tendenze del 2019 di Hootsuite afferma che il 45% delle organizzazioni ha in programma o ha adottato il marketing degli influencer nella propria strategia di marketing digitale. Tuttavia, è stato notato un leggero cambiamento di recente che è importante sottolineare poiché prevediamo che aumenterà nel 2020. Gli influencer non sono più attendibili. Con questo ci riferiamo ai grandi influencer. Il mercato dei microinfluencer, invece, è ancora sicuro, il che significa che i marketer dovrebbero prestare maggiore attenzione a quelli che hanno una piccola comunità di follower coinvolti, al contrario dei grandi Influencer che sono percepiti, ormai, più come *celebrities* – che come sappiamo è ben altro. Si potrebbe prevedere che le persone inizieranno a diffidare completamente degli Influencer, ma finora sembra improbabile. Il 74% dei consumatori fa ancora affidamento sui social media per guidare le decisioni di acquisto e non sono gli annunci di cui si fidano. Chissà però che nel 2020 non si abbiano sorprese ancora più interessanti.
4. **I contenuti live prospereranno.** Negli ultimi anni abbiamo visto tutti i social network adottare contenuti dal vivo. Abbiamo osservato l'arrivo di Facebook live, YouTube live, Instagram live. Abbiamo visto le ore di visualizzazione dei contenuti video dal vivo aumentare del 65% dal 2017 al 2018. Secondo Forrester, gli utenti guardano video in diretta da 10 a 20 volte più a lungo dei contenuti su richiesta. Ciò rende lo streaming live un modo efficace per fornire contenuti interattivi e assicurarsi che le persone trascorran più tempo sulle piattaforme di social media. Neil Patel prevede che lo streaming live sarà un settore da \$ 70,5 miliardi entro il 2021.

5. **Ci saranno meno #FakeNews.** Le Fake News sono esplose come parola d'ordine di Internet nel 2016, anche se la gente ne aveva parlato molto prima di allora. Negli anni passati, sempre più scandali e dibattiti si sono verificati sul fatto che le piattaforme di social media distribuiscono involontariamente informazioni che non sono vere. Ciò sembra inevitabile: i social media si basano su informazioni generate dagli utenti che non vengono sottoposte a verifica dei fatti prima di essere pubblicate. Una volta pubblicato, un contenuto può diffondersi a livello mondiale in poche ore e colpire milioni di persone. Questo sembra un problema irrisolvibile: tuttavia, le piattaforme di social media hanno iniziato a cercare di affrontarlo. Nel 2019, Twitter ha vietato gli annunci politici. Come ha affermato Jake, «gli annunci politici su Internet presentano sfide completamente nuove al discorso civico: ottimizzazione basata su machine learning di messaggistica, micro-targeting, informazioni fuorvianti non controllate. Tutto a velocità crescente, raffinatezza e scala schiacciante». Il divieto include tweet a pagamento da parte di candidati e annunci di «questioni politiche». Prevediamo che seguiranno altre piattaforme di social media. Finora Facebook ha adottato un approccio meno diretto, tuttavia utilizza già le tecnologie e impiega le persone per condurre il controllo dei fatti e pianifica di espandere i propri sforzi in tal senso. È probabile che ci saranno più regolamenti per editori e inserzionisti e, di conseguenza, prevediamo (e speriamo davvero) meno notizie false nel 2020.
6. **I social network saranno più attenti alla salute mentale degli utenti.** Il 2019 ha visto Instagram nascondere i Like, il che ha dato il via a una tendenza completamente nuova. Facebook sta testando la stessa funzionalità e Twitter potrebbe unirsi. Le piattaforme di social media sono state a lungo criticate per aver coltivato

valori superficiali e influenzato negativamente la salute mentale degli utenti. Instagram ha fatto il primo passo per combattere il bullismo, i problemi di salute mentale causati dal confronto costante con gli altri utenti e la dipendenza dai social media. La piattaforma sta inoltre pianificando di introdurre una «modalità assente» che spingerà le persone a fare delle pause e una funzione che avviserà gli utenti se stanno per commentare qualcosa di offensivo. Quindi, nel 2020 ci aspettiamo maggiori sfide per gli esperti di marketing in termini di affidamento ai «mi piace» per comprendere l'influenza degli utenti, ma un ambiente migliore per gli utenti stessi.

E se qualcosa ancora non ti fosse chiaro, guarda qui questa bella infografica riassuntiva delle «Social Media Predictions» per il 2020.

Social media, i 6 trend del 2020 (Marketing su TikTok e meno fake news)