

Instagram wygrywa z YouTube walkę o wpływ na konsumentów

data aktualizacji: 2019.03.20



W walce social mediów Instagram stracił YouTube z najwyższego miejsca pod względem zawartości mającej wpływ na decyzje zakupowe. Zgodnie z raportem Rakuten Marketing, 65 proc. klientów w UK wymieniło Instagram jako najczęściej używaną witrynę do przeglądania influencer marketingu.

Jak podaje Rakuten Marketing, gigant mediów społecznościowych Instagram wyprzedził YouTube jako najczęściej używaną witrynę z treściami typu influencerskiego.

W raporcie "The 2019 Influencer Marketing Global Survey", agencja marketingowa stwierdziła, że 65 proc. konsumentów w Wielkiej Brytanii przyznało się do korzystania z platformy mediów społecznościowych w celu zdobycia treści influencerskich, wyprzedzając YouTube o 3 proc.

Okazało się również, że 81 proc. konsumentów dokonało zakupu w następstwie linku udostępnionego przez osobę, która jest influencerem. Ponad jedna czwarta (26 proc.) przyznała również, że wydała 500 funtów lub więcej na produkty polecane przez influencerów.

Pomimo sukcesu Instagrama, stał się on źródłem problemów gwiazd z powodu niejednoznacznych

postów sponsorowanych. Angielska osobowość telewizyjna Louise Thompson znalazła się wśród ostrzeżonych przez Urząd ds. Konkurencji i Rynków ASA z powodu trzech filmów opublikowanych na jej Instagramie. Wszystko z powodu faktu, że nie zidentyfikowała ona wyraźnie swoich postów jako sponsorowanych przez Vanity Planet.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/instagram-wygrywa-z-youtube-walke-o-wplyw-na-konsu,53308>