

«IGTV», как новый инструмент в маркетинге.

Автор: М.Д. Буюва, Оренбургский Государственный Университет, г. Оренбург

Научный руководитель: В.Н. Афанасьев, д-р экон. наук, профессор, Оренбургский Государственный Университет, г. Оренбург

Актуальность темы и постановка проблемы

Социальные сети давно проникли в жизнь современных людей. Недавно социальные сети были одним из главных источников общения, то сегодня они служат, как одной из главных площадок по продажам, а следствие и ниша для развития маркетинга. И социальные сети тоже не отстают в развитии.

Сегодня множество социальных сетей добавили функцию, как загрузка видео. Говорят, что мобильное видео - это контент будущего, но если посмотреть на статистику, то можно увидеть, что 60% контент-видео уже состоит из мобильных видео.

Даже такая сеть как Instagram, приложение, которое позиционировало себя, как социальная сеть для обмена фотографиями, захватывает все больше пространства мобильного видео, сначала «Stories», потом прямые эфиры. По мнению самого «Instagram», к 2021 году видео снятые на телефон будут составлять 78% доли всего мобильного трафика. Недавно, в июне 2018 года, всеми любимым «Instagram» запустил новую платформу с видео до 60 минут. И назвали это «IGTV».

Цель работы

1. Рассмотреть «IGTV» с точки зрения инструмента в маркетинге.
2. Как влияет новый инструмент на видео-контент

Базовые положения исследования

Потребители стали больше заинтересованы в видео-контенте из-за развития мобильных платформ и продуктов, которое делают потребление контента более легким. Поэтому создаются новые инструменты для привлечения внимания. Одним из таких инструментов 2018 году - стало «IGTV». «IGTV» - это «Instagram TV», отдельное приложение или встроенная функция, позволяет загружать полноценные и вертикальные видео, синхронизируя с вашим профилем. «IGTV» включает в себя некоторые элементы «YouTube» и «Snapchat», то есть это создание своего канала, где можно использовать маски.

По данным «ComScore» 59% пользователей Instagram моложе 30 лет, и они в день в среднем проводят 41 минуту в «IGTV», а те, кто младше по 32 минуты. Это говорит о том, что с появлением «IGTV» тенденция на просмотр видео увеличилась до 80% в 2019 году. Так как «Instagram» занимает второе место по популярности для малого бизнес, то «IGTV» упрощает по ведению социальных сетей. Не нужно выделять деньги и время на дополнительные интернет сервисы для продвижения, а есть возможность выложить свой контент в один сервис для потребителей. Также «IGTV», как инструмент может удержать и увеличить целевую аудиторию бизнеса.

Промежуточные результаты

После проведения исследования между предпринимателями малого бизнеса, маркетологов и специалистов, ведущих страницу в «Instagram», выяснилось, что «IGTV» чаще всего принимается для увеличения маркетинговых активностей или для информационной поддержки пользователей.

Основные результаты

По результатам исследования было получено, что «IGTV» с точки зрения инструмента в маркетинге, активно развивается и продвигается. Сам «Instagram» пытается научить пользователей работать с этим инструментом, для большего привлечения пользователей, а следствии и потребителей. По результатам опроса, был сделан статистический прогноз. Что в результате получилось, с увеличением пользователей увеличивается видео-контент.

Список использованной литературы:

1. Социальные сети в 2019 году: глобальное исследование //URL: <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2019-godu-globalnoe-issledovanie/>
2. Все, что нужно знать об «IGTV» //URL: <http://www.pro-smm.com/>
3. «Instagram TV» //URL: <https://dnative.ru/nstagram-tv/>
4. Социальные сети в 2018 году: исследование «ComScore» //URL: <https://www.cossa.ru/149/11382/>

Автор:

М.Д. Буева

Научный руководитель:

В.Н. Афанасьев

Заведующий кафедрой:

В.Н. Афанасьев