TENOREN ZIEN HET BELANG ALLEEN MAAR GROEIEN

Social media blijven boomen

SOCIAL MEDIA WAREN HOT DE AFGELOPEN JAREN. SLECHTS HET BEGIN VAN EEN MEDIAOMWENTELING? WE VROEGEN HET AAN DE TENOREN.

Hoe belangrijk zal Facebook voor een adverteerder zijn in 2020?

ALEXIS LEBEDOFF: "2020 is nog erg ver weg. Facebook is een snelgroeiende tech-onderneming en de snelheid van veranderingen ligt hoog. Kijk maar naar mobiel: in 2012 behaalde Facebook nog helemaal geen omzet via mobiel. Nu komt 78% van de advertentie-inkomsten uit mobiel. We zien een verschuiving naar rijke en aantrekkelijke content. In de afgelopen zes maanden is het aantal dagelijks bekeken video's verdubbeld. In dezelfde lijn zien we dat creativiteit en het gebruik van mooie beelden steeds belangrijker worden en dit ook zullen blijven."

Zal elke marketingcampagne een Facebookluik hebben?

AL: "Facebook is inmiddels al voor vele adverteerders niet iets wat ze erbij doen, maar een serieus onderdeel van de marketingmix. Bovendien, Facebook is waar de mensen zijn: één miljard mensen wereldwijd loggen dagelijks in op Facebook. Het ligt dus zeker in de lijn der verwachting dat een marketingcampagne die haar doelgroep wil bereiken dat ook via Facebook doet en zal blijven doen. Des te belangrijker wordt het om je echt te verdiepen in je doelgroep en je boodschap aan te passen en te richten op bepaalde groepen en hun interesses." ■

"RIJKE EN AANTREKKELIJKE CONTENT WORDT BELANGRIJKER."

Alexis Lebedoff – Facebook

Hoe belangrijk zal Twitter voor een adverteerder zijn in 2020?

BERT MARIEVOET: "In de negen jaar dat het bestaat, is Twitter een dagelijkse reflex geworden voor honderden miljoenen mensen. Wanneer de gebruikers geïnformeerd zijn vóór anderen gaat de invloed van Twitter nog verder dan het platform. In de toekomst zal het consulteren van Twitter de eerste en de laatste activiteit van de dag zijn voor iedereen die een smartphone heeft."

Zal elke marketingcampagne een Twitterluik hebben?

BM: "De reclameproducten van Twitter worden overal in de wereld, onder andere in België, zeer breed gebruikt. Dit omdat we specifieke formaten hebben die aan alle etappes van de salestunnel en de verwachtingen van de adverteerders beantwoorden. Morgen kunnen we ons verwachten aan een 360°-gebruik van de Twitter-oplossingen en aan een integratie die veel verder gaat op het vlak van CRM." ■

"TWITTER GEBRUIKEN ZAL DE EERSTE EN DE LAATSTE ACTIVITEIT VAN DE DAG ZIJN VOOR IEDEREEN DIE EEN SMARTPHONE HEEFT."

Bert Marievoet – Twitter