

A large, stylized graphic of the year '2023' in white. The '20' is on the top line and the '23' is on the bottom line. A blue and orange rocket is launching from the bottom of the '3', leaving a white smoke trail. The background is dark blue with lighter blue wavy shapes.

Istraživanje i trendovi razvoja društvenih mreža 2023.

Društvene mreže 2023.

Društvene mreže su konstantno evoluirajući digitalni ekosistemi koji u svojoj srži služe kao platforme izmjene i sakupljanja informacija. Ovim istraživanjem pokriti ćemo sadržaj, evoluciju i benefite koje one pružaju korisnicima i brendovima za 2023. godinu.

- Pregled
- Evolucija
- Sadržaj
- Navike
- Statistika
- Demografija
- Trendovi
- Benefiti
- Što nam je činiti

Kako je sve počelo.

Povijest društvenih mreža (od početka do danas)



Početak

1950te - USA (Computing science)
1960te - ARPANET
1983. - Internet



Prve društvene mreže

1997. - Six Degrees
2001. - Ryze
2002. - Friendster
2003. - LinkedIn, hi5, Myspace
2004. - Orkut, Facebook



Namjena

Povezivanje računala
Dijeljenje informacija
Upoznavanje novih ljudi

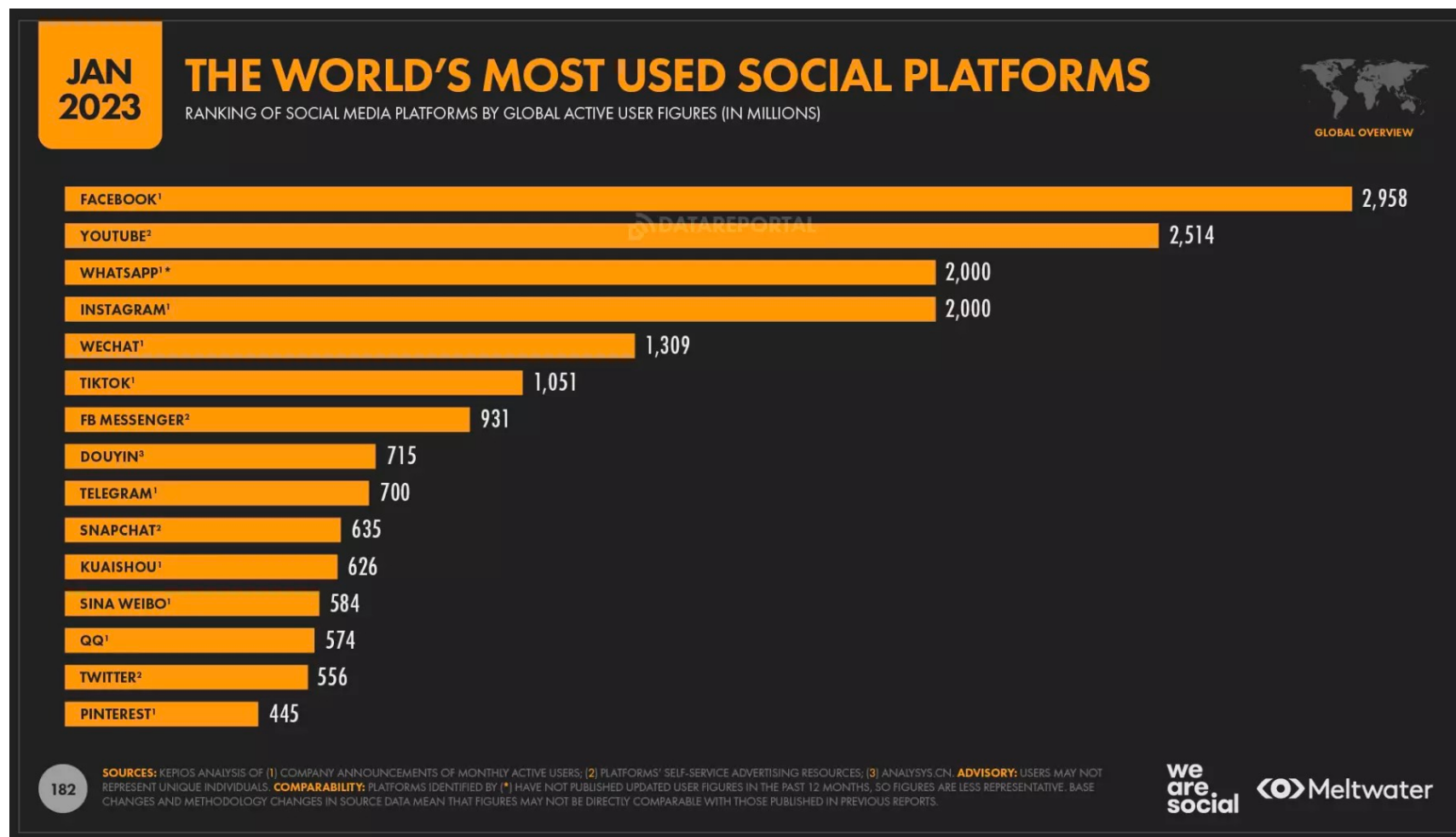


Evolucija

Tehnološki napredak
Databaze
Prodajni kanali
Privatnost

Danas

Korisnici na društvenim mrežama 2023.



Evolucija

10 trendova u 2023. na koje treba obratiti pažnju

- ▶ Cvijetanje “Edutainment” contenta
- ▶ Korporativno investiranje u video produkciju
- ▶ Eksperimentiranje s novim i starim mrežama
- ▶ Porast ekonomije kreatora
- ▶ “Advokacija zaposlenika” za tvрке u kojima rade
- ▶ Komuniciranje o održivosti će se promijeniti
- ▶ Briga o korisnicima putem društvenih mreža
- ▶ Strateško spajanje pravnih ureda i objavljivanja
- ▶ Social ecommerce će nastaviti rasti
- ▶ Aktivacija brandova u Metaverse-u



Pregled trenutnog stanja

Statistika, demografija i načini korištenja društvenih mreža 2023.

Pregled najvećih društvenih mreža

Pozicioniranje

Infografike



Statistički podaci 2023.

Facebook

Korisnici po dobi

13 - 17 godina	5.6%
18 - 24 godine	22.6%
25 - 34 godine	29.9%
35 - 44 godine	18.7%
45 - 54 godine	11%
55 - 64 godine	6.8%
65+ godina	5.3%

Korisnici po spolu

Žene	43.2%
Muškarci	56.8%

36.8%

svjetskog
stanovništva

No1.

Društvena
mreža



Facebook Statistics 2023



Facebook had
2.9 billion
monthly active users
as of October 2022



Today, almost
36.8%
of all the people on the
Earth use Facebook



Facebook had
1.968 billion
daily active users as
of July 2022



As of September 2022,
64%
of US adults use Facebook



The most popular
social network globally is Facebook



The total number of Facebook users every
month has decreased by roughly
2 million (-0.07%)
in the last three months leading up to July 2022.



In Q1 2022, Facebook
removed almost
1.6 billion
fake accounts



As of Q2 2022, Facebook's
average revenue per
user (ARPU) is
\$9.82



In Q3 2022, Facebook
made a revenue of
\$27.71 billion

India ranks top on the list of the most
Facebook users country-wise, with
349.7 million
users in terms of Facebook audience
size.



Facebook is most
liked by people from
25 to 34 years
of age

Statistički podaci 2023.

Instagram

Korisnici po dobi

13 - 17 godina	9.6%
18 - 24 godine	31.2%
25 - 34 godine	30%
35 - 44 godine	15.1%
45 - 54 godine	7.9%
55 - 64 godine	3.9%
65+ godina	2.3%

Korisnici po spolu

Žene	47.2%
Muškarci	52.8%

18.1%
svjetskog
stanovništva

No5.
Društvena
mreža



Instagram Statistics 2023



India tops the chart with the most Instagram users, with
over 263.8 million
active users



Today, **18.1%**
of all the people on Earth
use Instagram



Instagram ranks
5th
in the list of the world's
most 'active' social media
platforms



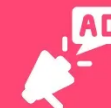
Instagram users spend just
11.2 hours
per month using the app



**More than
half** of Instagram's
global population worldwide
is younger than 35



The average engagement
rate of any Instagram post is
0.56%



Marketers can reach nearly
1.5 billion
potential audiences with
ads on Instagram



90%
of people on Instagram
follow at least one brand

4 out of 5
people believe brands on
Instagram are authentic



The average user spends
53 minutes
every day on Instagram



Users aged between 18 and 24
account for the largest share of Instagram's active users

Statistički podaci 2023.

Youtube

Korisnici po dobi

< 24 godine	33.1%
25 - 34 godine	20.5%
35 - 44 godine	16.5%
45+ godina	29.9%

Korisnici po spolu

Žene	45.6%
Muškarci	54.4%

31%
svjetskog
stanovništva

No2.
Društvena
mreža



YouTube Statistics 2023



YouTube is the
2nd
largest search engine
globally



31%
of all the people on the
Earth use YouTube today



YouTube has more than
51 million
active channels as of 2022

In the third quarter of 2022, YouTube's
global advertising revenue was

\$ 7.07 billion



YouTube Shorts views
per day crossed

30 billion
in 2022

As of January 2022, YouTube
users spend almost

24 hours
every month on the app



By 2025, YouTube sports
viewership is expected to reach

90 million

STATUS BREW

Engage with customers on social at scale
Start today: <https://statusbrew.com/>

Statistički podaci 2023.

Twitter

Korisnici po dobi

13 - 17 godina	6.6%
18 - 24 godine	17.1%
25 - 34 godine	38.5%
35 - 49 godina	20.7%
50+ godina	17.1%

Korisnici po spolu

Žene	70.4%
Muškarci	29.6%

544

milijuna
korisnika

No16.

Društvena
mreža



Twitter Statistics 2023



Twitter monthly active users reached
544 million
users in October 2022



Marketers can reach roughly
21 million
users with ads on Twitter



Twitter stands **16th**
in the list of the world's most
'active' social media platforms

Almost 6.1%
of all the people on Earth use
Twitter today



As of July 2022, Twitter had
238 million
monetizable daily active users

7.8% of all people around
the world aged 13 and above use
Twitter today



Twitter.com was visited
7.1 billion
times per month in May 2022



According to HubSpot, **79% of marketers**
will continue investing in Twitter Spaces in 2022

Twitter is the
most popular
social media site for news



By 2025, Twitter users are
expected to grow to
497.48 million

STATUS}REW

Engage with customers on social at scale
Start today: <https://statusbrew.com/>

Statistički podaci 2023.

LinkedIn

Korisnici po dobi

18 - 24 godine	20.1%
25 - 34 godine	58%
35 - 54 godine	19%
55+ godina	3%

Korisnici po spolu

Žene	56.4%
Muškarci	43.6%

10.7%
svjetskog
stanovništva

No17.
Društvena
mreža



LinkedIn Statistics 2023

Today, 10.7%

of all the people on Earth
have a LinkedIn account



In 2022, LinkedIn's advertising
audience reach grew by

10.6%



Almost two-thirds of LinkedIn
users are aged

25-34 years



As of 2022, LinkedIn is the
most popular network in the

USA



LinkedIn saw a

22%

increase in engagement in 2022

Every week,

49 million

people use LinkedIn's online
job boards to look for jobs
as of 2022



40%

of monthly active users
use LinkedIn daily



101

job applications are submitted
every second on LinkedIn



LinkedIn is currently available in

26

different languages



52 million

people use LinkedIn to
search for jobs each week



8 people are hired every minute on LinkedIn

Statistički podaci 2023.

Pinterest

Korisnici po dobi

18 - 24 godine	19.8%
25 - 34 godine	37.2%
35 - 44 godine	14.7%
45 - 54 godine	8.2%
55 - 64 godine	8.5%
65+ godina	3.6%

Korisnici po spolu

Žene	76.5%
Muškarci	15.6%

5.4%

svjetskog
stanovništva

No14.

Društvena
mreža



Pinterest Statistics 2023

Today, **5.4% of all**
the people on the Earth use
Pinterest



7%
of all people aged 13 and above
worldwide use Pinterest today



The total number of people using
Pinterest each month
didn't change
in three months as of July 2022



Pinterest's advertising tools indicate
that marketers can reach
251.8 million
users on the platform as of July 2022



As of July 2022, Pinterest
growth has declined by
21 million (-4.6%)
compared to July 2021

Over the past 12 months,
Pinterest's advertising
audience reach grew by
12.7%



Advertisers on Pinterest
can now reach
28 million
more users than they
could in 2021

More than 70%
of Pinterest users are female



Users aged between
25 and 34
account for the largest share
of the Pinterest audience

Statistički podaci 2023.

TikTok

Korisnici po dobi

18 - 24 godine	39.8%
25 - 34 godine	29%
35 - 44 godine	12.9%
45+ godina	15.2%

Trend rasta kod dobnih skupina iznad 25 godina

Korisnici po spolu

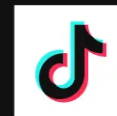
Žene	56.2%
Muškarci	43.8%

1+

milijarda
korisnika (18+)

No7.

Društvena
mreža



TikTok Statistics 2023

Today, **12.8%**
of all the people on the Earth
use ads on TikTok



TikTok ranks
7th
in the list of the world's most
'active' social media platforms



As of July 2022, marketers can reach
1.023 billion
users on TikTok aged 18 and above



TikTok surpassed
1 billion
monthly active users in Q3 of 2022

TikTok has now reached approx
\$5.5 billion
in total lifetime revenue



In the US,
18 million
people downloaded TikTok from
the Apple App Store in Q2 2022



29%
of TikTok's active worldwide Google
Play installs opened the app every
single day each month in Q2 2022



As of September 2022, TikTok was the
2nd most popular
app in the US

In the first half of 2022, TikTok was the
**world's most downloaded and highest-
earning non-game app**



Trendovi i načini korištenja društvenih mreža 2023.

10 trendova - i kako vam oni mogu biti od pomoći u razumijevanju razvoja društvenih mreža



Trendovi 2023.

Cvijetanje “edutainment” contenta

“Edutainment” više nije samo za djecu. Nekoliko odabranih industrija iskoristilo je vrijednost stvaranja zabavnog, informativnog sadržaja. U 2023. svi će se zabavljati.

Prošle su godine brendovi u fintech prostoru postigli ogroman uspjeh u stvaranju promišljenog sadržaja vrijednog spremanja.

Porast popularnosti kratkih videozapisa potiče savršene uvjete da zabavne činjenice, vodiči i objašnjenja napreduju na društvenim mrežama. Nije ni čudo da je edukativni sadržaj na umu većini marketinških stručnjaka kada surađuju s kreatorima.

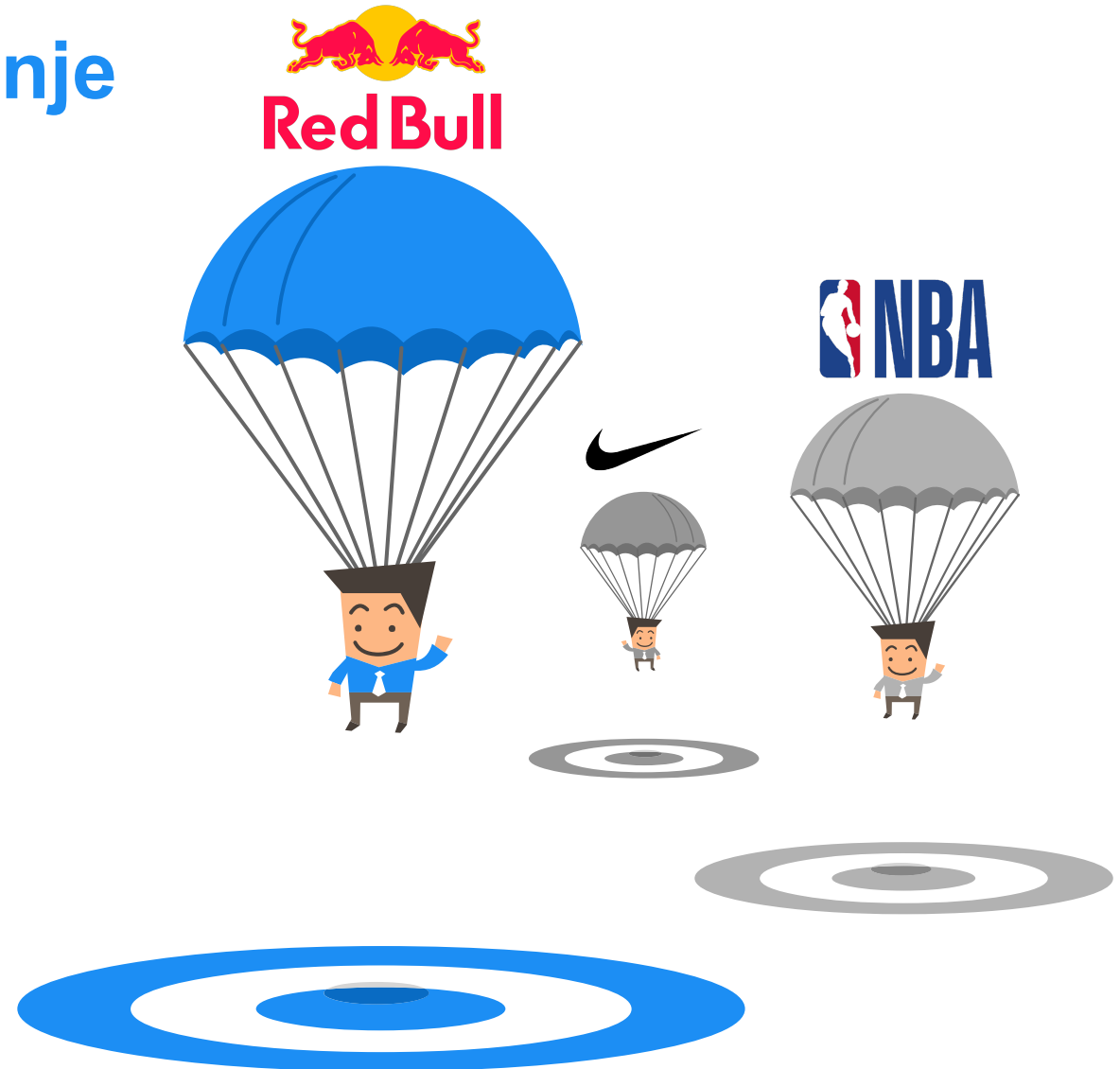
Trendovi 2023.

Korporativno **investiranje** u video produkciju

U ovom trenutku sa sigurnošću se može reći da video ne ide nikamo.

Dok je TikTok još uvijek bio platforma u nastajanju, bilo je logično da tvrtke zadaju zadatke izrade videa kao dodatnu odgovornost svom timu za društvene medije. Sada kada prosječni Amerikanac gleda 80 minuta TikToka svaki dan, poslovni čelnici shvaćaju da više nije u "nastajanju". Ovdje je.

Kako bi osigurali da se njihov brend može istaknuti u ovom novom krajoliku društvenih medija, tvrtke koje razmišljaju unaprijed ulagat će više u opremu i osoblje za videoprodukciju. Dakle, vjerojatno će se dodatnih ruku upregnuti kao pomoć u uređivanju videozapisa, režiji i brand storytellingu.



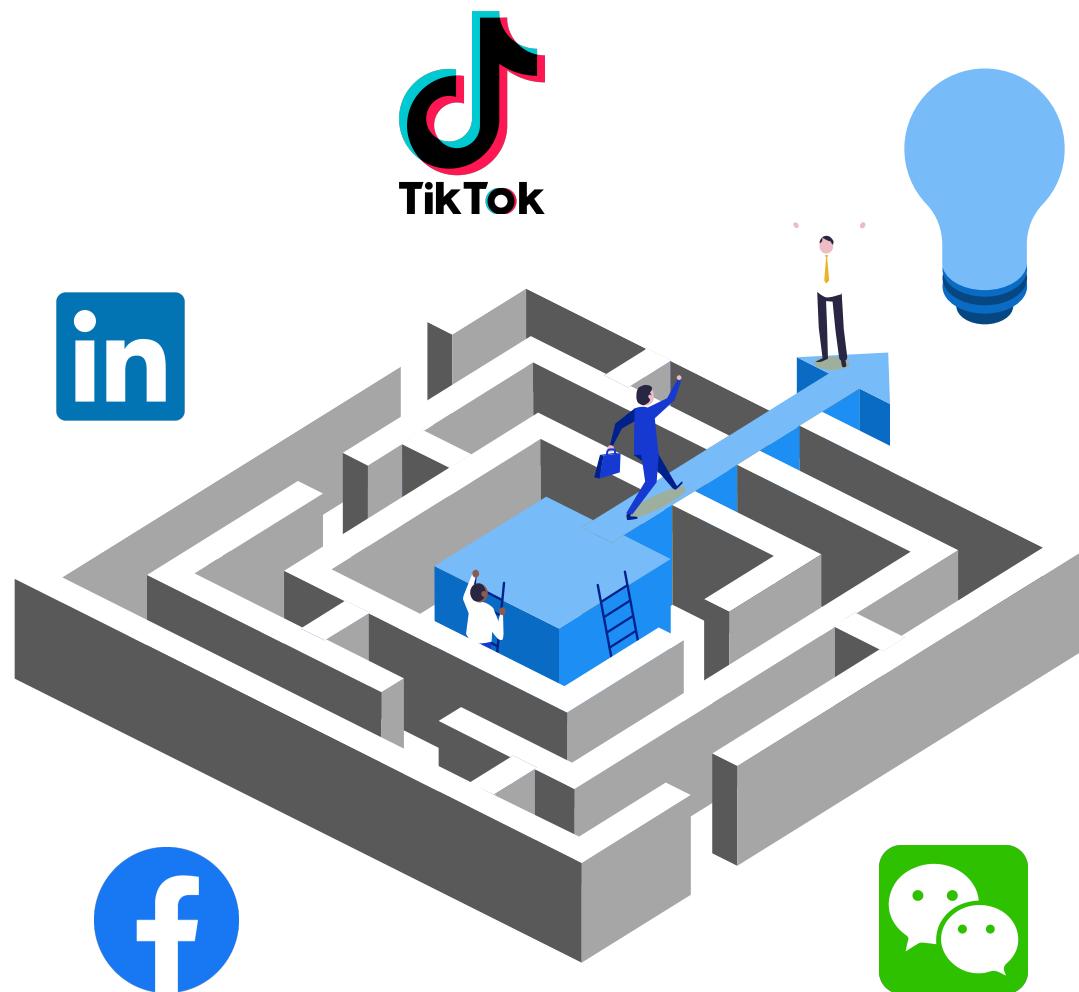
Trendovi 2023.

Eksperimentiranje s novim i starim mrežama

Govoreći o platformama u nastajanju, pratite neke od novih društvenih mreža. Velike su šanse da će tijekom 2023. korisnici otvoriti novi račun na jednoj od njih.

U 2022., potresi u tradicionalnim mrežama doveli su do toga da su potrošači izgubili prioritet u korist profita i poslovanja. Sada su mnogi u potrazi za svojim sljedećim omiljenim kutkom na internetu.

Mreže kao što su Mastodon, Tumblr, Hive i Discord postale su značajne zvijezde u usponu u promjenjivom okruženju društvenih medija. Dok publika nastavlja eksperimentirati s ovim novim igralištima, brendovi će moći identificirati što je prolazni trend, a što ostaje.



Trendovi 2023.

Porast ekonomije kreatora sadržaja

\$10+ trilijona pregleda mjesečno - na svim mrežama na internetu (Tubular Labs 2023.)

U 2022. godini influencerski sadržaj gledan je 13,2 puta više od sadržaja medija i brendova.

Ako u sljedećih 12 mjeseci ne iskoristite porast marketinga kao kreator, propuštate veliku priliku.

Marketinški stručnjaci iz različitih industrija surađuju s kreatorima kako bi generirali veći angažman, ojačali društvene zajednice i dosegli novu publiku. Kako igralište postaje raznolikije i fokusiranije, više će brandova moći pronaći i povezati se s kreatorima koji djeluju unutar njihovog ciljanog tržišta.



Trendovi 2023.

“Advokacija zaposlenika” za tvrtke u kojima rade

U 2023. brendovi će iskoristiti svoju radnu snagu da postanu kreatori.

Advokacija zaposleničkog contenta već je neko vrijeme skriveni dragulj marketinga na društvenim mrežama. Ove će godine, zahvaljujući skupo plaćenom oglasnom okruženju i sve slabijem organskom doseg, doći u središte pozornosti.

Tvrtke koje su već implementirale programe advokacije bilježe povećanje svijesti o brandu i povećanje kvalificiranih kandidata za posao, te stjecanje veće kontrole nad porukama branda.

Kako sve više uspješnih priča izlazi na vidjelo, zagovaranje će postati glavna metoda izgradnje prisutnosti branda u industriji.



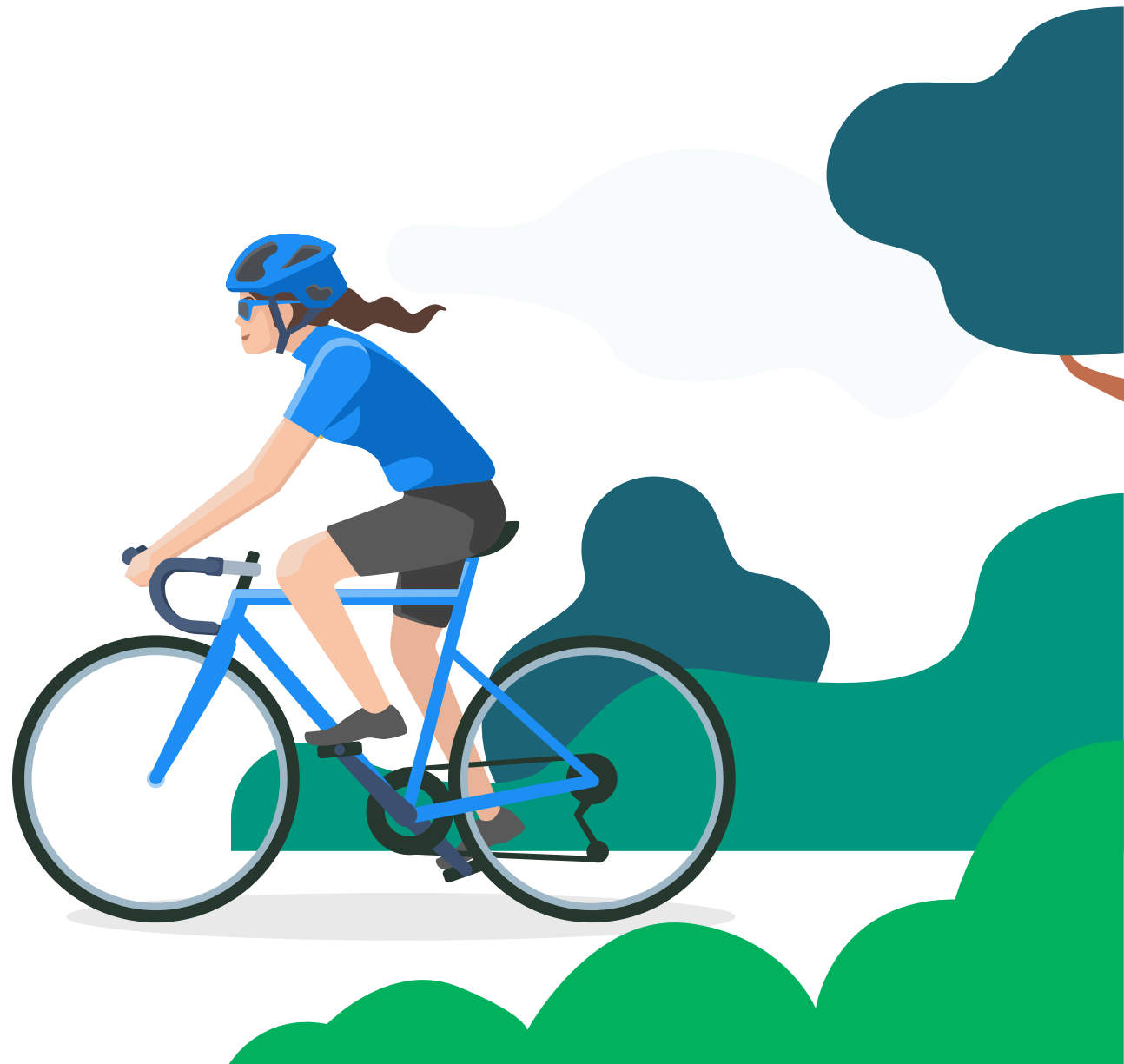
2023. Ove godine može se očekivati porast
contenta kreiranog od zaposlenika

Trendovi 2023.

Komuniciranje o **održivosti** će se promijeniti

Posljednjih nekoliko godina brendovi su ponosno otkrivali svoje ciljeve ekološke održivosti kako bi zadovoljili interese svjesnih potrošača. Sada se mnogi odlučuju za tiši pristup.

Ova praksa—poznata kao "zeleno zataškavanje"—dolazi kao odgovor na strah od proziva za zeienaštvo. Brojne neprofitne nadzorne organizacije posvećene su prozivanju lažnih tvrdnji o održivosti. Preuveličavanje prakse vašeg brenda može čitavo poslovanje dovesti u nepotrebne probleme.



Trendovi 2023.

Briga o korisnicima putem društvenih mreža

*Vidi, moj najdraži app je pročitao
moj komentar i popravili su što
sam napomenula u reviewu! :D*



Kada ljudi komuniciraju s brandom na društvenim mrežama, najbolji je scenarij obično pravovremeni odgovor. Sada, pametni brendovi podižu ta očekivanja.

Brendovi kao što su Notion, Tumblr i drugi napreduju u odgovorima na dolazne poruke kako bi dobili organski društveni marketing. Bez obzira na to nasmiju li vas ili se jednostavno osjećate saslušanim, stvaraju divno iskustvo za kupca i za sve ostale koji vide reakciju branda u svom feedu.



Trendovi 2023.



Trendovi 2023.

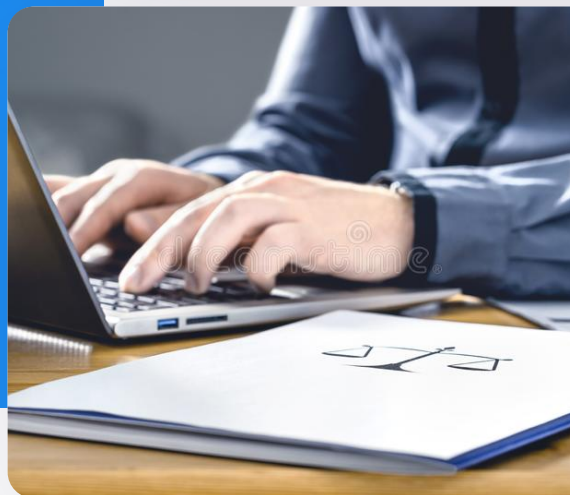
Strateško spajanje pravnih ureda i objavljivanja

Odnosi između društvenih medija i pravnih timova imali su svoje bolne točke u prošlosti. No, ako brendovi žele uskočiti u najnovije trendove društvenih medija u 2023., trebat će izvrstan radni odnos između njih dvoje.



Intelektualno vlasništvo

Budući da se formati sadržaja i memovi na društvenim mrežama nastavljaju povlačiti iz postojećeg intelektualnog vlasništva, vaš pravni tim jedina je stvar koja stoji između računa vašeg brenda i rizika od kršenja autorskih prava.



Biti oprezan

To možda nije najuzbudljiviji trend na društvenim mrežama, ali će imati velike implikacije na to kako se vaš brend pojavljuje na internetu.



Trendovi 2023.

Social commerce

Društvena trgovina bila je trend društvenih medija o kojem su svi razmišljali krajem 2020. i početkom 2021. Zatim su je rastući strahovi od recesije odmah gurnuli u drugi plan.

Mreže su ukinule feature, brendovi su napravili strateške zaokrete i svi smo se pripremili za sve što nas čeka.

I onda su ljudi nastavili kupovati.

Krajem 2022. dogodio se Crni petak/Cyber ponedjeljak koji je oborio rekorde, porast potrošnje na luksuznu robu i povratak objava na TikTok i Instagram Reels. Unatoč sumornim ekonomskim izgledima, ljudi još uvijek troše na svoje omiljene stvari koje moraju imati i istražuju kupnju na društvenim mrežama.

Trendovi 2023.

Aktivacija **brandova** u Metaverse-u

Blagdanska sezona 2022. potaknula je neke izvanredne aktivacije u Metaverseu od brandova kao što su PacSun, American Eagle i Klarna.

Ove su kampanje brendovima dale okus onoga što je moguće s tehnologijom Metaverse. Više od polovice marketinških stručnjaka predviđa ulaganje najmanje četvrtine svojih proračuna u društvenu strategiju metaverse/AR/VR, a 2023. je vrijeme kad ćemo vidjeti plodove tog rada.

Ove će aktivacije omogućiti učenje brandova koje tek trebaju eksperimentirati s najnovijim dostignućima na društvenim mrežama.



Metaverse - u razvitku

Iako je Metaverse u začetku što se tiče korisnika, tehnologija iz koje proizlazi potječe još o 1960.

“Svijet na dlanu” ili
moгуćnosti koje nam
društvene mreže
pružaju oglašavanjem.



Kako koristimo naučeno?

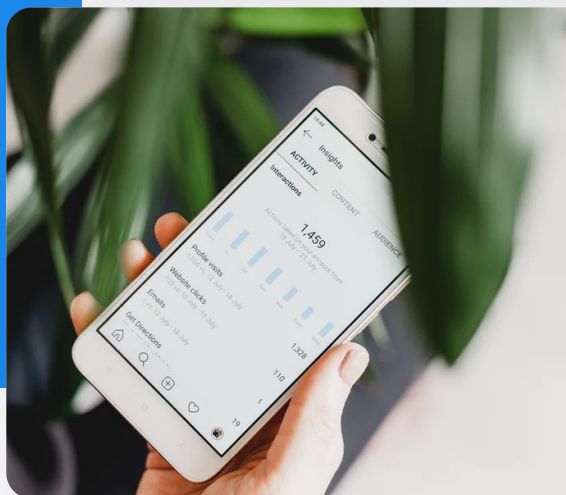
Facebook Business Manager

Meta kao vlasnik Facebooka, Instagrama i WhatsAppa imaju pristup javnim osobnim informacijama i interesima, te svakom kliku/pomaku ekrana kada ih koristimo. S preko 3 milijarde korisnika, Meta je najbrži put do vaše ciljane publike, a njihov Facebook Business Manager sučelje koje vam stavlja svijet na dlan.



Facebook

Ovisno o vašim potrebama, uz pravilno postavljanje kampanji preko odabira vertikalala (Reach, Brand Awareness, Lead Generation, Video Views, Store visitors) oglašavanje vam omogućava postići željene rezultate i ciljeve.



Instagram

Kako je Meta vlasnik i Instagrama i Facebooka, oglašavanje na Instagram platformi je pojednostavljeno te se također vodi iz Facebook Business Managera, odvojeno ili simultano s vašim Facebook oglasima.

Kako koristimo naučeno?

Google i Youtube oglašavanje.

Google Ads i Youtube Ads druga i treća su najjača oglašivačka platforma na internetu.

Google Ads koristi tzv. neintruzivne reklame gdje korisnik prvo upiše traženi pojam te mu Google zatim servira ogašivački sadržaj usko vezan za pojam pretraživanja.

Youtube Ads svoj kompetitivnu prednost ostvaruje iz svoje enormne baze korisnika i sadržaja koji je atraktivan, poticajan i ostvaruje dugačak user retention time.

Google:
Br.1 internet
tražilica

Youtube:
Br.2 internet
tražilica



Ukratko

Sažetak

- ✓ Društvene mreže kao i mi sami evoluiraju
- ✓ Društveno smo osvježeniji
- ✓ Više istražujemo, manje objavljujemo
- ✓ Fokusirani smo na kvalitetu sadržaje, ne na učestalost objava
- ✓ Društvene mreže evoluiraju u e-commerce platforme
- ✓ Oglašavanjem možemo doseći gotovo 50% svjetskog stanovništva iz udobnosti doma
- ✓ Koliko god bile prilagođene korisničkom iskustvu, socijalni kontakt i dalje nema zamjene



2023.

U 2023. možemo očekivati nastavak trenda pretvorbe društvenih mreža u alate korisničke podrške i komunikacije o vrijednostima, uvjerenjima i društvenoj odgovornosti.

O nama

**Strateški
branding za
svijet u kojem
brandovi vode
glavnu riječ.**

www.xyagency.hr



XY/AGENCY



Istraživanje i trendovi razvoja društvenih mreža 2023.

Zahvaljujemo na pažnji

