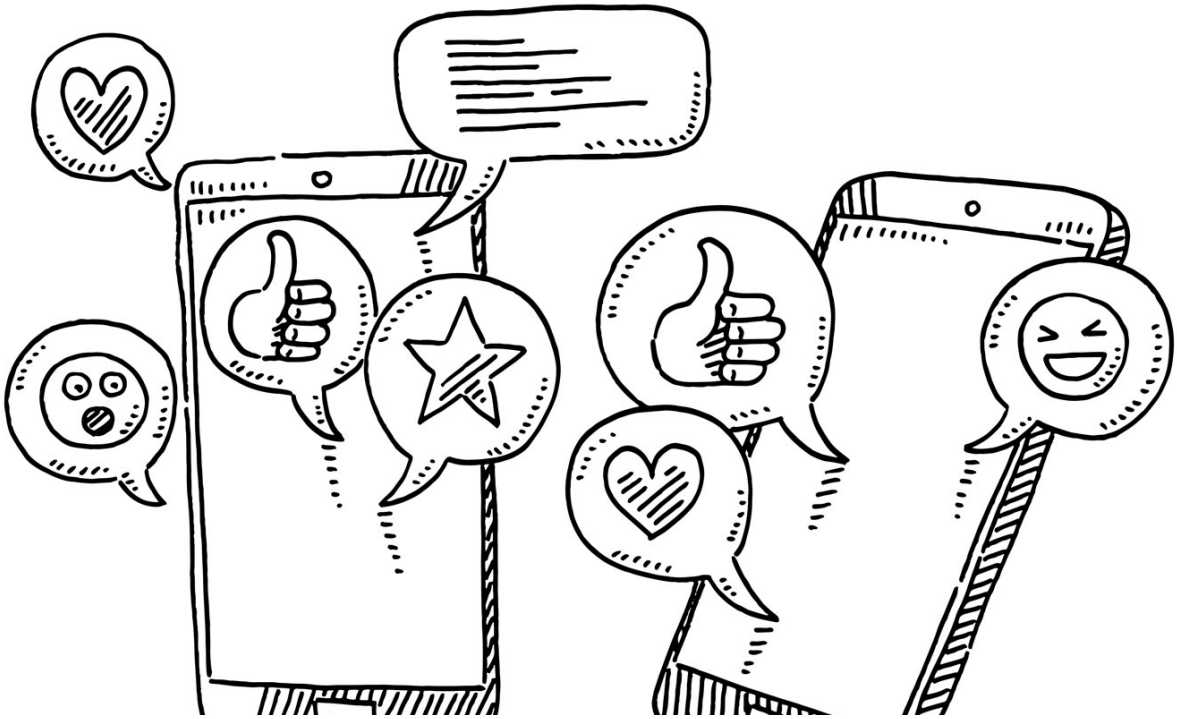

Social Media Trends 2022

Die Social-Listening-Plattform Talkwalker und der Inbound-Marketing-Profi Hubspot werfen einen Blick ins neue Jahr und fassen zehn Richtungen zusammen, die uns 2022 begleiten könnten.

Wo geht es im nächsten Jahr in den sozialen Medien hin? Der Report liefert wertvolle Erkenntnisse darüber, warum diese Trends relevant sind. Ein Ergebnis ist: Kunden erwarten einen personalisierten Content sowie schnelleren Service.

1. TikTok erobert die sozialen Medien. Die Plattform für Kurzvideos hat die Download-Rekorde gebrochen und ist schnell zur beliebtesten App geworden. Der Tipp: Folgen Sie Ihrer Zielgruppe und erfahren Sie mehr darüber, womit sie sich konkret beschäftigt.

2. Die **Social Ads** entwickeln sich weiter, Cookies sind auf dem Rückzug. Die Werbung hat sich stark verbessert und mit den sozialen Medien können Marken ein größeres Publikum als früher erreichen. Das erhöht die Markenbekanntheit und das Engagement. Die Werbetreibenden haben die Bedeutung von Social Ads erkannt und wissen, wie wichtig sie künftig sein werden.

3. Das **Social Selling** wird die Customer Journey vereinfachen. Bisher konzentrierte sich Social Commerce auf Anzeigen oder Werbeaktionen. Mittlerweile bieten die Plattformen innovative Verkaufslösungen an, die den Käufern die Customer Journey erleichtern sollen. Mit Blick auf das Jahr 2022 sollten Marken die von ihnen bereitgestellten Kaufoptionen neu bewerten und sich überlegen, ob sie die Möglichkeiten des Social Selling über Instagram-Posts, Reels, Storys und mehr nutzen könnten.

4. Der **post-pandemische Content** wird sich an den Bedürfnissen der Kundschaft ausrichten. Die Pandemie erschuf eine Welt der Konsumenten von Onlineinhalten. Sie haben in puncto Content höhere Erwartungen und einen besonderen Geschmack. Die sozialen Medien waren bereits ein fester Bestandteil unseres Lebens und durch die Pandemie hat sich die Nutzung drastisch erhöht. Weltweit nutzen über eine halbe Milliarde Menschen mehr soziale Medien als im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

5. Das **Omni-Channel-Engagement** wird die Art und Weise verändern, wie Konsumenten auf Social Media interagieren. Die Kunden sind nicht mehr nur einem Kanal treu – und das führt dazu, dass sich Inhalte schneller als je zuvor plattformübergreifend verbreiten. Es gibt aber auch mehr Desinformation und „Fake News“. Wenn Unternehmen nicht
die richtige Geschichte erzählen, werden die Kunden sie woanders suchen, und das kann sich negativ auswirken.

6. Das **Influencer-Marketing** wird erwachsen. Angesichts der zunehmenden Regulierung und Verantwortung wird Influencer-Marketing von immer mehr Betrieben ernst genommen. Und seit der Pandemie haben viele ein größeres und engagierteres Publikum als jemals

zuvor. Marken sollten Influencer aller Größenordnungen in Betracht ziehen!

7. Marken werden die **Dezentralisierung von Social Media** vorantreiben. Communitys sind der Schlüssel – und das nicht nur innerhalb von Social-Media-Plattformen. Viele Marken bauen jetzt ihre eigenen internen sozialen Netzwerke mit In-App-Foren und -Funktionen auf, um die Kontrolle über ihre Zielgruppen zurückzugewinnen.

8. Metaversum – der virtuelle Raum als Verbindung zwischen Konsumenten und Marken. Wie sieht die Zukunft des Internets aus? Die größten Plattformen fangen jetzt an, es zu visualisieren – mit einer interaktiven Gemeinschaft von Nutzern, die sich online bei einer Vielzahl von sozialen Aktivitäten engagieren können. Es ist an der Zeit für Marken, auf diesen Zug aufzuspringen.

9. Haltung zeigen als wichtiges Unterscheidungsmerkmal für Marken-Corporate-Social-Responsibility war 2020 ein großes Thema. 2021 ein noch größeres. Im Jahr 2022 werden Marken in sozialen Medien auf die Themen hören müssen, die für ihre Zielgruppe am wichtigsten sind – und sie müssen darauf reagieren.

10. Communitys wachsen und gewinnen an Einfluss, Kunden haben eine Stimme. Sie mag zwar recht leise sein, doch wenn sich diese in großen sozialen Communitys zusammenschließen, sind sie laut genug, um die Welt zu verändern. Unternehmen können davon ausgehen, dass die Nutzer immer lauter werden und die Communitys immer häufiger sozial motivierte Veränderungen bewirken.

Weitere Informationen:

Mehr Infos und Download des gesamten Reports:
www.talkwalker.com
www.hubspot.de

Foto: iStock.com/FrankRamspott