

Soal social media campaign: persentase dan data statistik soal efektivitasnya



Rekomendasi untuk melakukan social media campaign berbayar semakin tinggi. Iming-iming kesuksesan pun disebarluaskan melalui beragam media online. Alhasil, para pelaku bisnis pun berekspektasi tinggi terhadap channel digital advertising satu ini.

Apakah benar social media campaign sangat efektif? Jawabannya, tergantung jenis dan segmentasi bisnis Anda. Kalau dilihat dari kaca mata global, memang bisa dibilang sangat efektif. Apabila dikerucutkan, hasilnya berbeda.

Pada bisnis B2C, promoted social posts dan ads sangat efektif

Anda bisa tersenyum lebar sekarang. Data menunjukkan bahwa promoted social posts dan ads memiliki efektivitas tinggi sebagai bagian dari digital campaign. Tidak main-main, pada tahun 2015 Content Marketing Institute (with MarketingProfs) melakukan survey terhadap 3,714 marketer di dunia soal content dan kesuksesan digital marketing secara umum.

Hasilnya, 263 teridentifikasi sebagai B2C marketers dan pemilik bisnis yang minim pengetahuan soal efektivitas digital campaign. Padahal, bisnis mereka sangat bisa berkembang dengan signifikan memakai digital advertising.

Selaras akan hal tersebut, situs Emarketer.com memperoleh hasil signifikan soal promoted posts di media sosial. Dimana 76% pelaku bisnis B2C menggunakan Facebook post dan promoted tweets dan pins sebagai bagian dari digital campaign-nya. Bahkan, 61% di antaranya menyatakan bahwa promoted post sangat efektif dijadikan sebagai bagian dari digital advertising.

Usage and Effectiveness* of Paid Advertising Methods According to B2C Content Marketers in North America, 2014 & 2015

% of respondents

	2014		2015	
	Usage	Effectiveness*	Usage	Effectiveness*
Search engine marketing (SEM)	63%	57%	76%	64%
Promoted posts (e.g., Promoted Tweets)	59%	47%	76%	61%
Social ads (e.g., LinkedIn ads)	60%	49%	74%	59%
Print or other offline promotion	71%	46%	69%	46%
Traditional online banner ads	59%	39%	65%	39%
Native advertising	38%	40%	46%	46%
Content discovery tools	19%	42%	21%	-

*Note: *responses of 4 or 5 on a 5-point scale where 1=not at all effective and 5=very effective*

Source: Content Marketing Institute (CMI) and MarketingProfs, "B2C Content Marketing: 2015 Benchmarks, Budgets and Trends - North America" sponsored by TrackMaven, Oct 14, 2015

Begitu juga bisnis B2B, Promoted Social Posts dan Ads jadi primadona

Sama halnya dengan bisnis bertipe B2C, B2B pun merasakan imbas dari performa positif social media paid campaign.

Hasil survei menunjukkan bahwa...

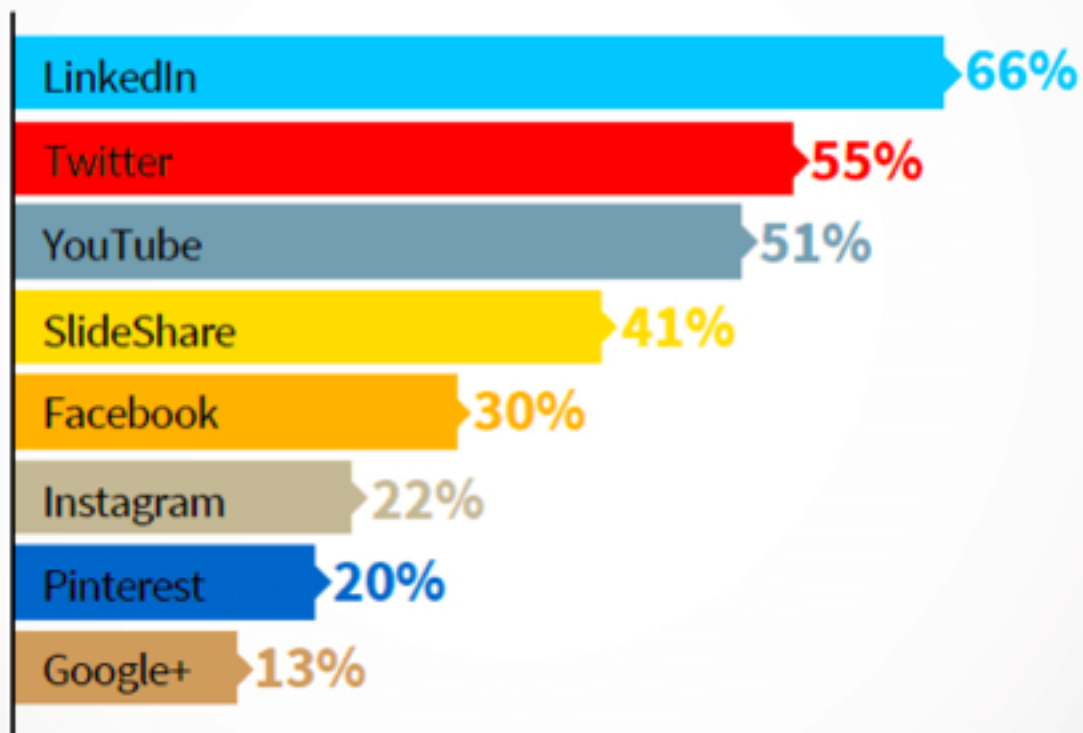
- 93% B2B marketer dan pemilik bisnis menggunakan paid social media
- 52% di antaranya menggunakan promoted posts dan 51% memakai sponsored ads.
- 46% dari promoted post user dan 45% dari sponsored ad user memperoleh label efektif.

Sebagai perbandingan, selain media sosial campaign berbayar, mereka pun melakukan hal sama di channel mesin pencari. Mayoritas, B2B marketer pun memakai search engine marketing (PPC atau paid search advertising) sangat efektif. Detailnya:

- 55% menyatakan bahwa skor efektivitas search engine marketing mencapai skala 4 atau 5 (5 berarti sangat efektif).
- Di satu sisi, traditional online banner ads sangat mengecewakan dimana skor efektivitasnya hanya sebesar 29%.

CONTENT CREATION & DISTRIBUTION

Effectiveness Ratings for B2B Social Media Platforms

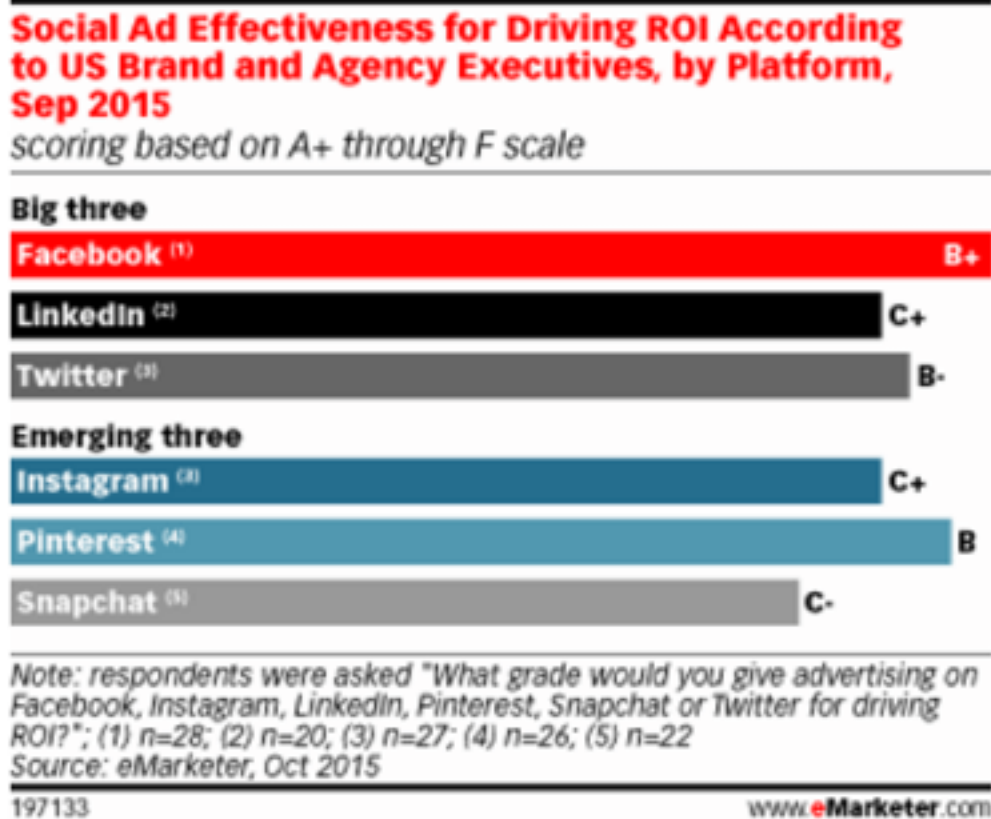


CONTENT
MARKETING
INSTITUTE™

from 2016 Content Marketing Trends--North America

Facebook dan Pinterest menjadi media sosial memiliki ROI yang tinggi
Sosial media apa yang memiliki skor ROI paling tinggi?

Nah, saatnya membahas soal ROI sosial media campaign. Pada survei emarketer.com diketahui bahwa secara umum performa ROI Facebook lebih baik dibanding Pinterest. Survei tersebut dilakukan di 29 perusahaan.



Sponsored Social Post menjadi favorit para digital marketer

Selama beberapa tahun terakhir, bermunculan Blogger dan Youtuber yang fokus mereview beragam jenis produk. Dan ini mendapat respon positif dari para pengguna kedua platform tersebut. Fenomena reviewer ini pun berimbas ke media sosial dan melahirkan "agen" pemasar baru yaitu seleb media sosial.

Fenomena seleb media sosial ini menjadi "ladang baru" bagi pemasaran untuk lebih mendekatkan diri kepada audience. Para brand bisnis terkenal rela mengeluarkan budget tinggi untuk meng-hire para influencer media sosial. Dan itu terbukti dari data ini:

Top 25 Most Effective Marketing Tactics According to US Social Media Users, July 2015

% of respondents

1. Sponsored social messages on Periscope	61%
2. Sponsored social messages on Snapchat	58%
3. Sponsored social messages on Instagram	56%
4. TV commercials	56%
5. Sponsored social messages on LinkedIn	56%
6. Sponsored social messages on Tumblr	55%
7. Sponsored social messages on Vine	53%
8. Sponsored social messages on Twitter	52%
9. Sponsored social messages on Pinterest	51%
10. Sponsored social messages on Facebook	51%
11. Sponsored social messages on blogs	50%
12. Sponsored social messages on YouTube	50%
13. Social media product or brand "likes"/follows	47%
14. TV sponsorships	45%
15. Unpaid search results on search engines	43%
16. Embedded content on TV	42%
17. Digital video commercials on websites	41%
18. Paid search results on a search engine	41%
19. Print ads in paper magazines	38%
20. Digital/satellite radio or podcast sponsorships/underwritings	38%
21. Digital/satellite radio or podcast commercials/product mentions	37%
22. Embedded ads or product messages in social media streams	37%
23. Broadcast radio commercials	37%
24. Banner ads on websites	36%
25. Print ads in paper newspapers	36%

Note: n=1,003 ages 18-70 who spend 15+ hours online and visit at least 1 social media site/app per month; top 3 box choices on a 10-point scale
Source: Izea, "Consumer State of Sponsored Social" conducted by Lightspeed GMI in partnership with Halverson Group and The Right Brain Consumer Consulting, Nov 3, 2015

Di sisi lain, soal efektivitas tidak perlu diragukan lagi. Para influencer (yang termasuk golongan micro-influencer) memiliki skor engagement yang tinggi kala mereka membahas produk bisnis tertentu.

Source:

<https://www.pexels.com/>

<http://www.emarketer.com/Article/Ad-Execs-Give-Facebook-Highest-Grades-Social-Ad-Effectiveness/1013123>

<http://www.slideshare.net/CMI/b2b-content-marketing-2016-benchmarks-budgets-and-trends-north-america>

<http://www.emarketer.com/Article/Sponsored-Social-Posts-Most-Effective-Marketing-Channel/1013242>

http://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2015/10/2016_B2C_Research_Final.pdf

<https://www.socialmediaexaminer.com/new-research-reveals-paid-social-media-effectiveness/>