



NOTIZIE DIGITALI

PID - Punto Impresa Digitale / #07 - 06.2022

FOCUS MARKETING

Le novità di Facebook e Instagram del 2022

Scopriamo, tra indiscrezioni e annunci di Meta, quali potrebbero essere gli aggiornamenti più importanti in ottica PMI previsti per quest'anno dai social di Zuckerberg



*Image: Freepik.com

Anche quest'anno, come ogni anno, i social network targati **Meta** subiranno modifiche e aggiornamenti. Tra i più interessanti dai quali partire c'è indubbiamente lo sbarco dei **Reels** anche su Facebook. Ricordiamo che i Reels di Instagram sono nati come risposta, da parte di Zuckerberg, allo straordinario successo dei **video brevi** su TikTok. Per provare a scavalcare il colosso cinese e disincentivare la ricondivisione sui propri social dei video creati su TikTok, Meta ha anche pensato di iniziare a **penalizzare**, a livello di visibilità, i Reels creati su TikTok e ripostati su Instagram. Spazio dunque a **contenuti originali** creati e postati interamente su Facebook e Instagram.

COME CAMBIERÀ LA HOME DI INSTAGRAM:

3 TIPI DI FEED



IL FEED "CLASSICO"

in questa sezione i contenuti visibili sono selezionati dall'algoritmo sulla base dei nostri interessi



IL FEED IN ORDINE CRONOLOGICO

in questa sezione i contenuti saranno visibili in ordine cronologico, ossia in base alla data di pubblicazione



IL FEED DEI PREFERITI

in questa sezione sarà possibile vedere solo i contenuti di profili che abbiamo salvato come "preferiti"



CREATOR AL CENTRO: NUOVI STRUMENTI IN ARRIVO

Spesso si utilizza, erroneamente, il termine "creator" come sinonimo di "influencer". Tuttavia, creator è chiunque sia in grado di **creare contenuti originali** e attrattivi costruendoci una **community** intorno. Il creator quindi può essere tanto l'influencer quanto la piccola impresa o il libero professionista.

Una possibile piccola "rivoluzione" riguarderà la **qualità dei contenuti** sui social. Da uno studio (svolto soprattutto tra le fasce di età più giovani) si è scoperto che gli utenti preferiscono i video "con delle imperfezioni": in altre parole, i video perfetti e professionali hanno un po' stancato (in particolare, l'84% degli intervistati). Da qui, le piattaforme social potrebbero iniziare a dare maggior visibilità a **video più "artigianali e reali"** (anche se contenenti dei difetti).

SOCIAL SHOPPING



Già dalla seconda metà di quest'anno potrebbe esserci la possibilità, anche in Europa, di **completare gli acquisti** di prodotti direttamente dagli Shop dei social (non si sa se Meta includerà i servizi). Inoltre, verrà potenziata la **personalizzazione** degli Shop (già ora si può selezionare un layout che ordina i prodotti in base all'utente che visita lo Shop).

ACQUISTI E ADVERTISING

TRACCIAMENTO E ADVERTISING



Il **tracciamento** per fare campagne a pagamento su Facebook e Instagram viene costantemente rivisto, per far fronte alle sempre più presenti problematiche legate alla **privacy** degli utenti. Il tracciamento dunque verrà potenziato, ma se si vogliono ottenere risultati facendo ADV sui social occorre necessariamente **restare aggiornati**.

Le **Live** acquisteranno ancora più importanza, diventando "**Live Shopping**". Per chi ha configurato gli Shop, sarà possibile inserire determinati prodotti in **playlist**: facendo partire la Live, gli spettatori potranno visualizzare la playlist e i prodotti che contiene (verranno anche mostrati in tempo reale i prodotti che la persona sta mostrando nella Live).



INTEGRAZIONE,
PER LA GESTIONE DA UN
UNICO LUOGO, DI:
MESSENGER +
INSTAGRAM DIRECT +
WHATSAPP BUSINESS



POTREBBERO ARRIVARE I
"MI PIACE" ALLE **STORIES**,
LE QUALI VEDRANNO LA
LORO DURATA AUMENTARE
FINO A 60 SECONDI



CON **INSTAGRAM SUBSCRIPTIONS**:
I FOLLOWER POTRANNO PAGARE
UNA PICCOLA QUOTA PER OTTENERE
L'ACCESSO ESCLUSIVO AI CONTENUTI
DEI LORO CREATORS PREFERITI



E IL METAVERSO?

Horizon Worlds, la piattaforma per la realtà virtuale di Meta, è ancora in rodaggio. Tuttavia, si inizia già a parlare di avatar, grazie ai quali potremo, ad esempio, partecipare ad eventi in presenza assieme a persone reali.

di Nicolò Mora e Giulia Bernini

