

НОВАЯ ЭРА: ЧТО ТАКОЕ ДЕИНФЛЮЕНСИНГ И КАК ОН ВРЕДИТ ИЗВЕСТНЫМ БРЕНДАМ

Миллионы инфлюенсеров по всему миру построили карьеру, призывая других покупать различные товары. Теперь появился новый тренд — деинфлюенсинг (от англ. de-influencing): в TikTok хештег с таким названием набрал более 270 млн просмотров. Под ним пользователи рассказывают, какие товары, рекламируемые блогерами, покупать не стоит, и советуют экономить на вирусных трендах.

Цель — разработать рекомендации, которые помогут компаниям грамотно и с минимальными потерями выйти из ситуации применения против них деинфлюенсинга. Примененные методы исследования — кабинетные исследования, полевые исследования (опрос).

Параметры выборки:

Количество респондентов — 78 человек, преимущественно от 18 до 34 лет. Всех опрошенных можно отнести к категории со средним уровнем дохода.

Промежуточные результаты — в результате опроса можно установить, что лишь 35,9 % опрошенных знают о новом тренде на искренность в социальных сетях. Также выяснилось, 80,8 % респондентов, что является абсолютным большинством, смотрят блогеров в социальных сетях и тем самым подвержены их мнению.

Основные результаты:

Деинфлюенсинг — набирающий популярность тренд, цель которого — дать правдивую оценку товару. Так блогеры завоевывают доверие подписчиков. С одной стороны, они мешают компаниям эффективно продавать, а с другой — возможно, только увеличивают интерес к продукции. Но, как и в любом деле с высказыванием личного мнения, в этом случае надо быть очень аккуратным, а главное — конструктивным. Иначе бренд может подать в суд.

Мы выяснили, что при использовании блогерами деинфлюенсинга могут возникнуть три ситуации:

Ситуация № 1 — блогеры против некачественных товаров и проплаченной рекламы.

Ситуация № 2 — проплаченные обзоры блогеров против честных производителей.

Ситуация № 3 (предполагаемая) — расхождение мнений между искренними блогерами и честными производителями.

Все три разобранные ситуации показывают различные направления, вытекающие из этого нового тренда. И в каждой отдельно взятой ситуации производителю необходимо точно понимать, был ли он виновником критики или она сложилась вследствие конкуренции или недопонимания с инфлюенсером.

Источники

1. Деинфлюенсинг: что это такое и почему советы блогеров теряют актуальность [Электронный ресурс] // RB.ru. — Режим доступа: <https://rb.ru/story/de-influencing/>. — Дата доступа: 31.03.2023.