

# DARK SOCIAL

RÉNYI BALÁZS  
2017.03.01.



A person wearing a dark hoodie is shown from the chest up, positioned on the right side of the frame. The background is a dark blue gradient filled with a dense pattern of white and light blue binary code (0s and 1s). The text 'DARK SOCIAL ≠ DARK WEB' is centered in the middle of the image in a white, sans-serif font.

DARK SOCIAL ≠ DARK WEB

## DEFINÍCIÓ:

“Social sharing of content that occurs outside of what can be measured by web analytics programs.”

[Alexis C Madrigal, The Atlantic, 2012](#)

# AZ ISMERETLEN FORGALOM FELELŐSEI



EMAIL

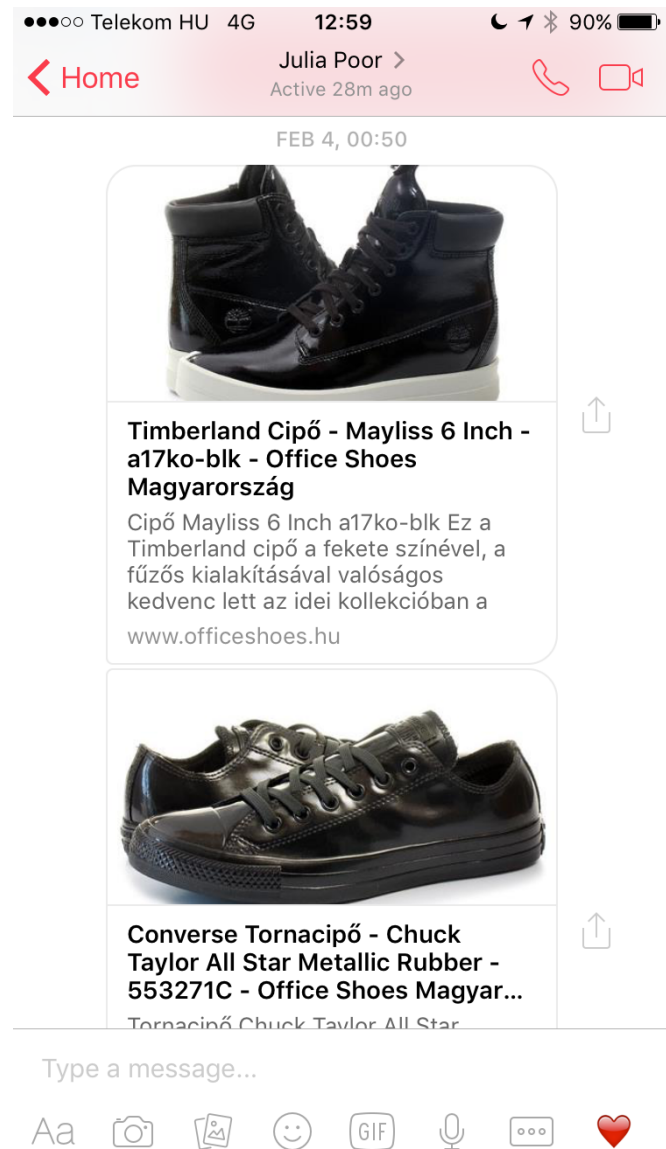


INSTANT MESSAGING PROGRAMOK

Privát és láthatatlan beszélgetések, mely során linkeket másolunk (Ctrl+ C | Ctrl+V) és osztunk meg egymással.

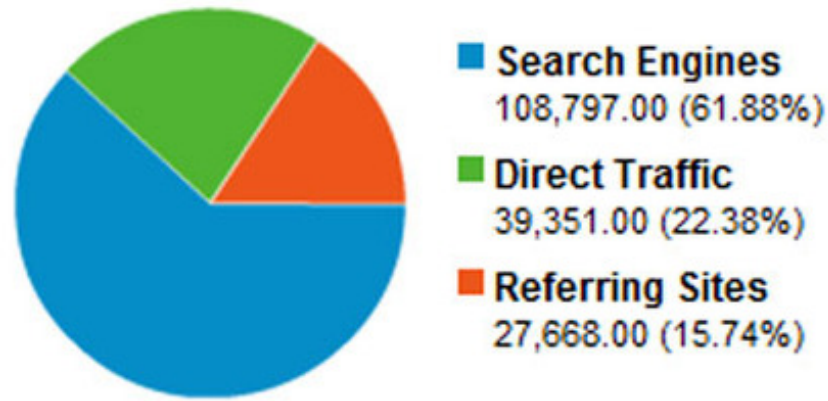


# “WHAT HAPPENS IN MESSENGER, STAYS IN MESSENGER”



# PARA: TORZÍTÁS A MÉRÉSBEN

Az ismeretlen forgalmi forrásokat a GA a közvetlen forgalomként (DIRECT TRAFFIC) tünteti fel.



| Default Channel Grouping | Acquisition                               |
|--------------------------|-------------------------------------------|
|                          | Sessions ?                                |
|                          | 11,049<br>% of Total: 100.00%<br>(11,049) |
| 1. Organic Search        | 6,088 (55.10%)                            |
| 2. Referral              | 1,991 (18.02%)                            |
| 3. Direct                | 1,486 (13.45%)                            |
| 4. (Other)               | 575 (5.20%)                               |
| 5. Email                 | 481 (4.35%)                               |
| 6. Social                | 428 (3.87%)                               |



| Landing Page ? |                                                                                         |  |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--|
|                |                                                                                         |  |
| 1.             | /2015/02/social-media-hacks/                                                            |  |
| 2.             | /                                                                                       |  |
| 3.             | /2015/03/boost-social-media-seo/                                                        |  |
| 4.             | /2013/06/how-to-find-your-pinterest-rss-feeds/                                          |  |
| 5.             | /2015/02/costly-website-mistakes/                                                       |  |
| 6.             | /2013/10/how-to-create-an-instagram-rss-feed-and-3-ways-it-can-instantly-boost-traffic/ |  |
| 7.             | /2015/03/adding-social-feeds-to-tumblr-boost-search/                                    |  |
| 8.             | /2015/02/small-business-welcome-signs/                                                  |  |
| 9.             | /2015/02/create-perfect-social-media-posts/                                             |  |
| 10.            | /2014/07/automatically-post-photos-from-instagram-pinterest-rss-and-more/               |  |

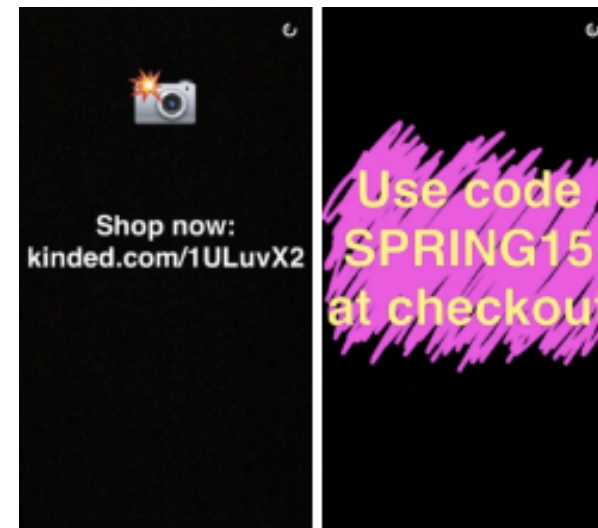
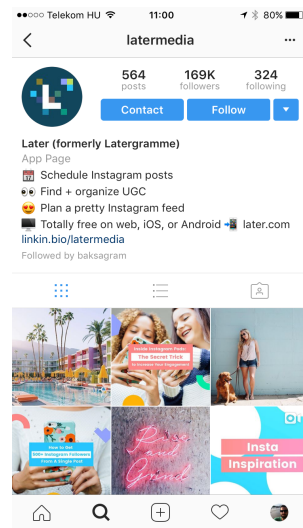
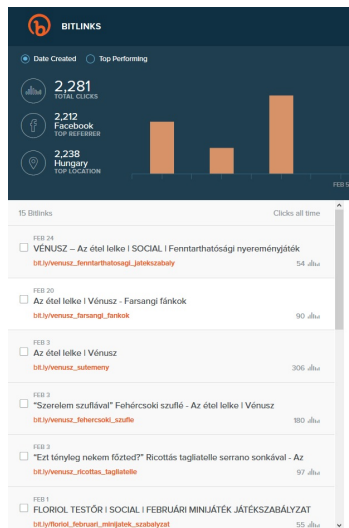
# NEM CSAK A CHAT A PROBLÉMA

Számos közösségi médium mobil alkalmazásának forgalma is elveszik a 'sötét zónában'.

| Referrer Passed? | Desktop | Mobile Browser | Mobile App |
|------------------|---------|----------------|------------|
| Facebook         | Mostly  | Yes            | Sometimes  |
| Twitter          | Yes     | Yes            | Yes        |
| Reddit           | Yes     | Yes            | No         |
| Tumblr           | Yes     | Yes            | Yes        |
| Gmail            | No      | No             | No         |
| IM/Text          | No      | No             | No         |

Ahol lehet, paraméterezzük UTM kódokkal a landing oldalakat vagy használjunk link rövidítő programokat!

# LINK RÖVIDÍTÉS

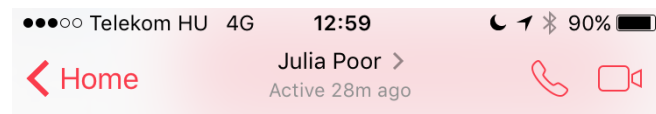


Instagramon, Facebookon vagy akár Snapchaten más és más rövidített linkeket használjunk, hogy lássuk a különbségeket!



OK, VISSZA A CHATHEZ.  
MIÉRT IS ÉRDEKES EZ?

# MAGASABB, RELEVANCIA ÉS KONVERZIÓ



FEB 4, 00:50



**Timberland Cipő - Mayliss 6 Inch - a17ko-blk - Office Shoes Magyarország**

Cipő Mayliss 6 Inch a17ko-blk Ez a Timberland cipő a fekete színével, a fűzős kialakításával valóságos kedvenc lett az idei kollekcióban a [www.officeshoes.hu](http://www.officeshoes.hu)

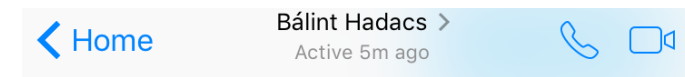


**Converse Tornacipő - Chuck Taylor All Star Metallic Rubber - 553271C - Office Shoes Magyar...**

Tornacipő Chuck Taylor All Star



Type a message...



JAN 4, 08:44

<https://www.linkedin.com/pulse/how-snapchat-keeping-you-hooked-didac-hormiga?trk=hp-feed-article-title-channel-add>



**How Snapchat Is Keeping You Hooked**

A few weeks ago I overheard a teenager talking about her 400+ day "Snapchat streak" with one of her friends, and I immediately began to think about how important Snapchat...  
linkedin.com



SNAPCHAAAAAAT

elég jó összefoglaló

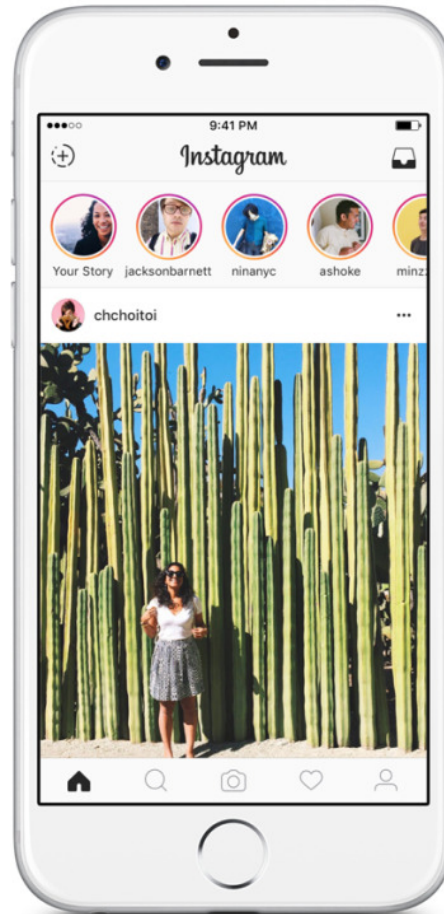
Type a message...



# MÁSHOGY OSZTUNK MÁR MEG TARTALMAKAT

21% -kal

csökkent 2015 és 2016 között a személyes tartalmú megosztások száma a Facebookon.



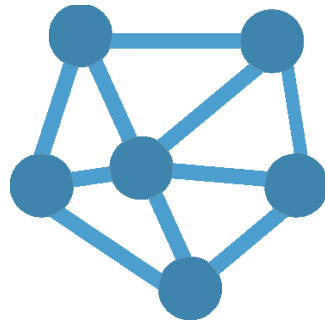
SZEMBEN A 'PROFESSZIONÁLIS TARTALMAK' SZÁMA NŐ

- hírek
- szakmai cikkek
- mémek
- vicces videók
- gifek

# MIÉRT OSZTUNK MEG KEVESEBBET MAGUNKRÓL FACEBOOKON?



SZÜLŐK,  
NAGYSZÜLŐK,  
TANÁROK



FELHÍGULT ISMERŐSI  
KÖRÖK



PRIVACY

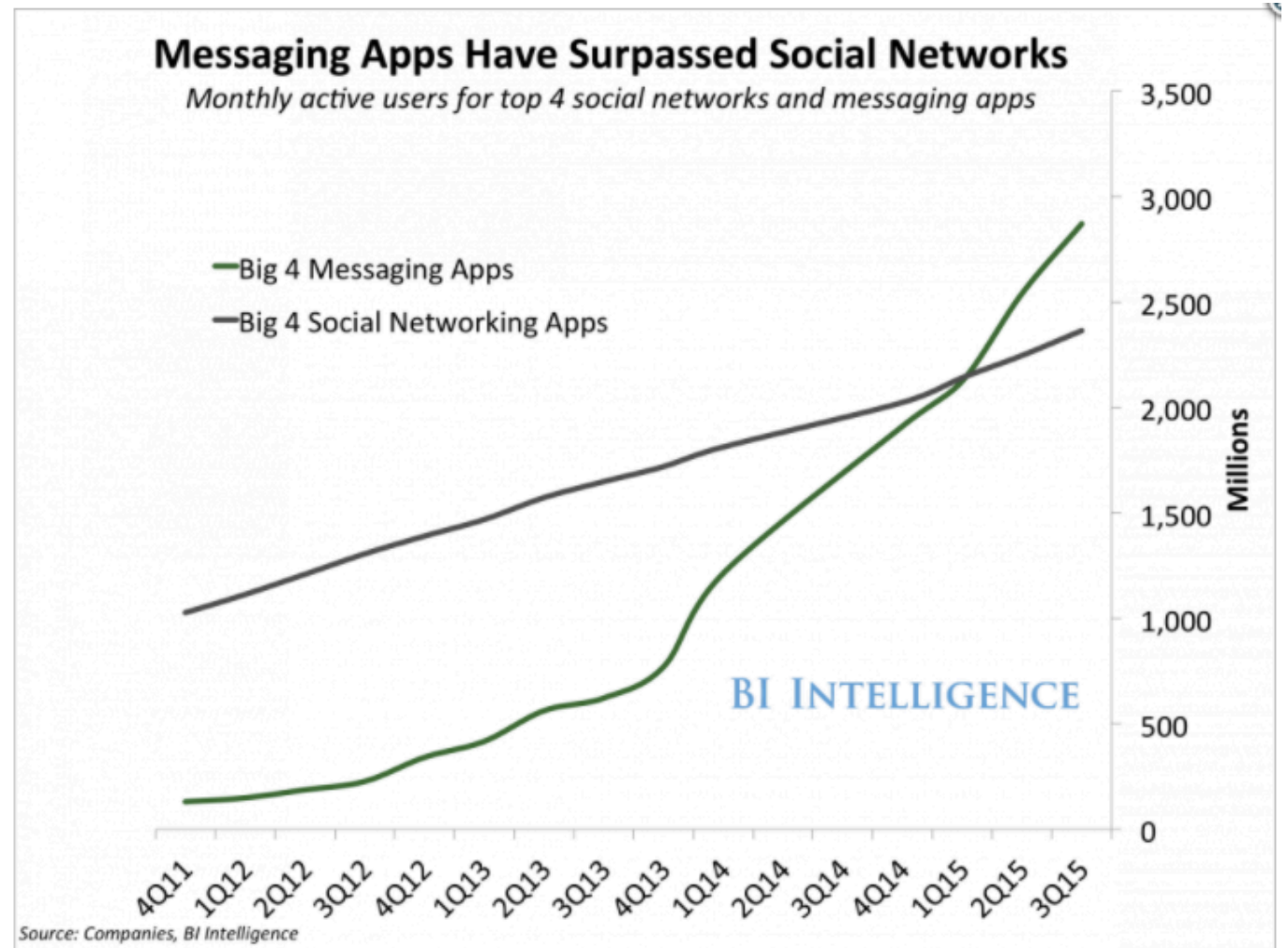


OVERSHARING

KISEBB, DELIKÁTABB CSATORNÁK, INSTANT MESSAGING ÉS EPHEMERAL CONTENT

# ONE-TO-MANY → ONE-TO-ONE

A legnépszerűbb négy IM program használata már széleskörűbb és gyakoribb mint négy legnépszerűbb hagyományos közösségi médiumé.





# INSTANT MESSAGING TITKA



---

Okostelefonok és  
mobilinternet  
elterjedése



---

Olcsóbb mint a  
hagyományos  
telekommunikációs  
eszközök



---

Egyszerűbb, de  
sokoldalúbb eszköz,  
mint az email



---

Azonnali, látható,  
figyelemfelkeltő

# MAGYARORSZÁG ❤️ MESSENGER, VIBER



4,6M magyar  
felhasználó



2,5M magyar  
felhasználó

## Facebook Messenger App\* Usage and Daily Time Spent in Select Countries, April 2016

|              | Active users** | Average daily time spent (mins:secs) |
|--------------|----------------|--------------------------------------|
| Argentina    | 38.5%          | 5:55                                 |
| Australia    | 36.7%          | 9:48                                 |
| Austria      | 30.3%          | 8:59                                 |
| Brazil       | 34.1%          | 6:17                                 |
| France       | 34.0%          | 9:57                                 |
| Germany      | 26.6%          | 9:08                                 |
| Greece       | 51.1%          | 12:48                                |
| Hungary      | 51.6%          | 16:08                                |
| Israel       | 27.7%          | 8:54                                 |
| Italy        | 30.4%          | 7:24                                 |
| Mexico       | 43.4%          | 9:12                                 |
| Netherlands  | 26.8%          | 9:38                                 |
| Philippines  | 58.9%          | 17:22                                |
| Poland       | 49.0%          | 13:23                                |
| Portugal     | 40.7%          | 9:38                                 |
| Singapore    | 30.3%          | 10:48                                |
| South Africa | 27.7%          | 4:19                                 |
| Thailand     | 47.2%          | 11:52                                |
| Turkey       | 37.4%          | 8:01                                 |
| UAE          | 36.1%          | 10:04                                |
| UK           | 30.3%          | 11:19                                |
| US           | 30.0%          | 10:28                                |

*Note: represents activity on the SimilarWeb network, broader industry metrics may vary; \*Android-only; \*\*average daily percentage of users that used the app, of those who have it installed*

*Source: SimilarWeb, June 1, 2016*

211550

www.eMarketer.com

# MELY KATEGÓRIÁKBAN JELENTŐS A DARK SOCIAL MEGOSZTÁS?



AUTÓIPAR

82,6%



PÉNZÜGYEK

72,1%



FMCG

61 %



KERESKEDELEM

56.3%



UTAZÁS

56,2, %



TECHNOLÓGIA

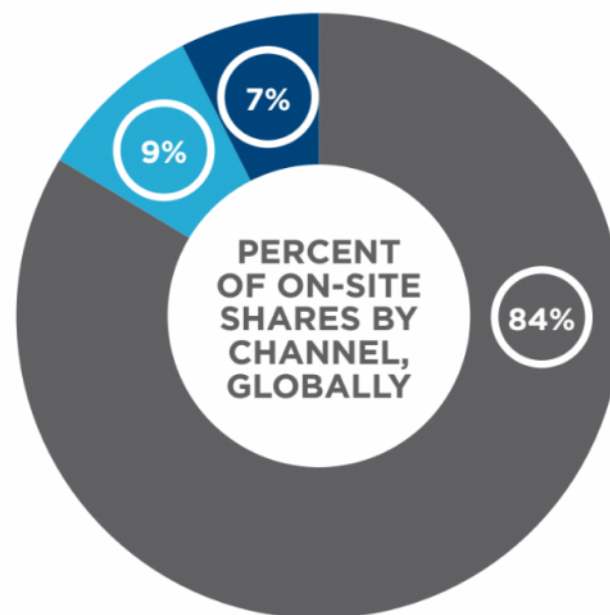
54,9%

RadiumOne, Post Social Data 2016

# A DARK SOCIAL AZONBAN ELÉGGÉ ALUL VAN ÉRTÉKELVE

On-site  
megosztások  
dark social  
csatornákon:

2014: 69%  
2016: 84%

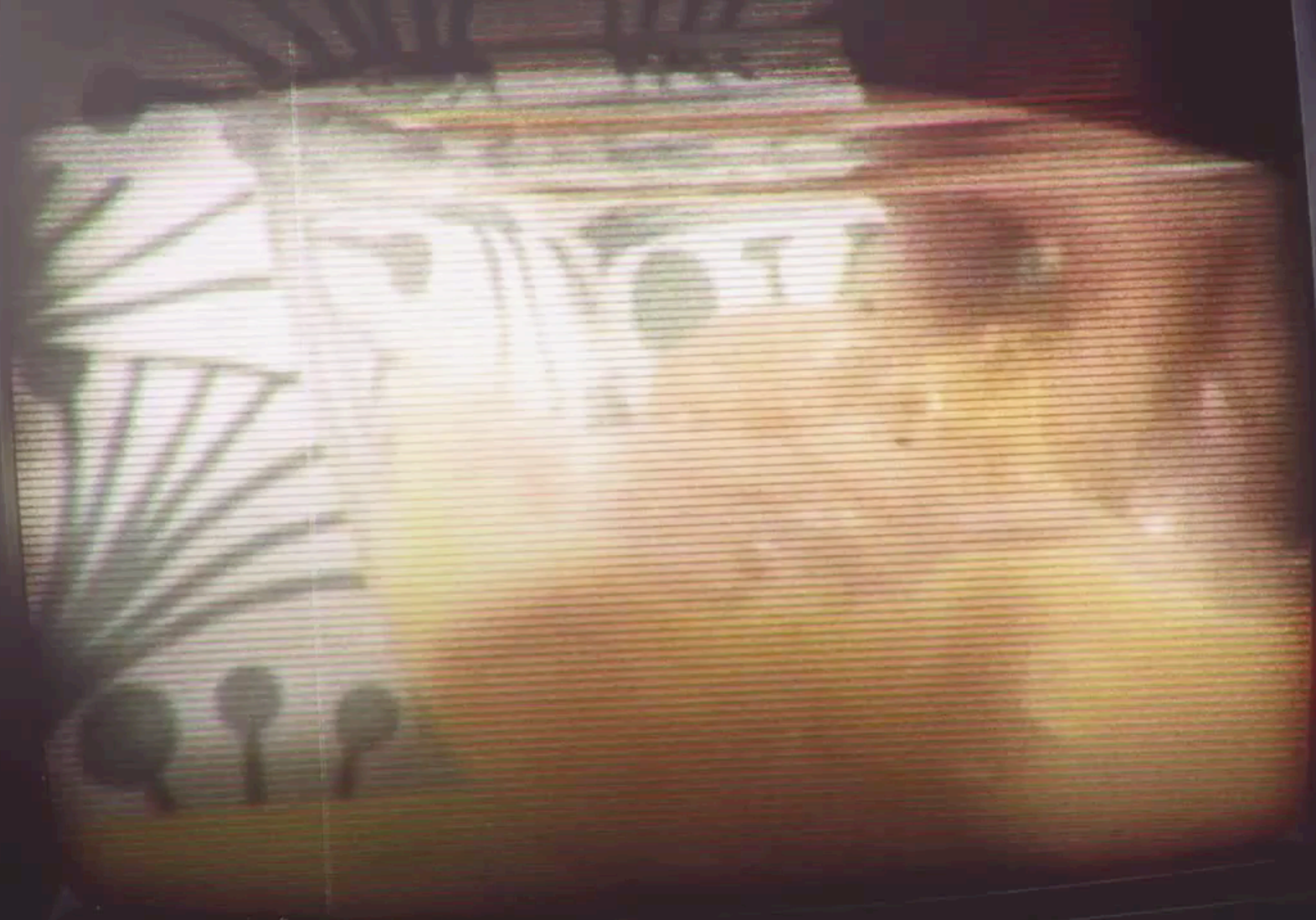


● DARK SOCIAL ● FACEBOOK  
● ALL OTHER PUBLIC SOCIAL NETWORKS

**DARK  
SOCIAL  
DOMINATES  
SHARING  
ACTIVITY**

Source: RadiumOne Po.st social data, February 1-29, 2016

Ehhez képest a közösségi média budgetek 90%-a még mindig a publikus platformokra van allokálva.



Now





## Coca-Cola Emoticons

Taste the feeling and share the feeling! Sponsored by Coca-Cola Philippines.

30 stickers



Sticker #86900



Sticker #86901



Sticker #86902



Sticker #86903



Sticker #86904



Sticker #86905



Sticker #86906



Sticker #86907



No Prob



Cool



High Five



BFF



See Ya!



Ikaw Na

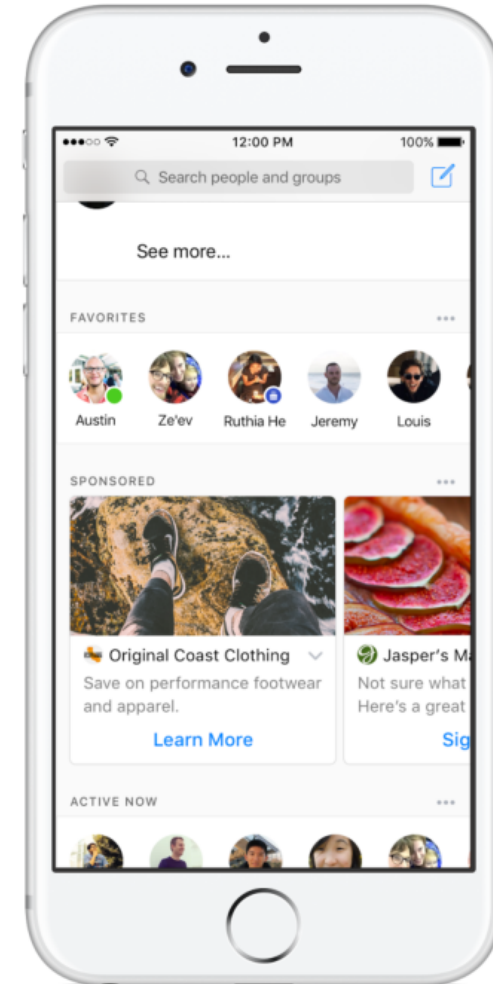
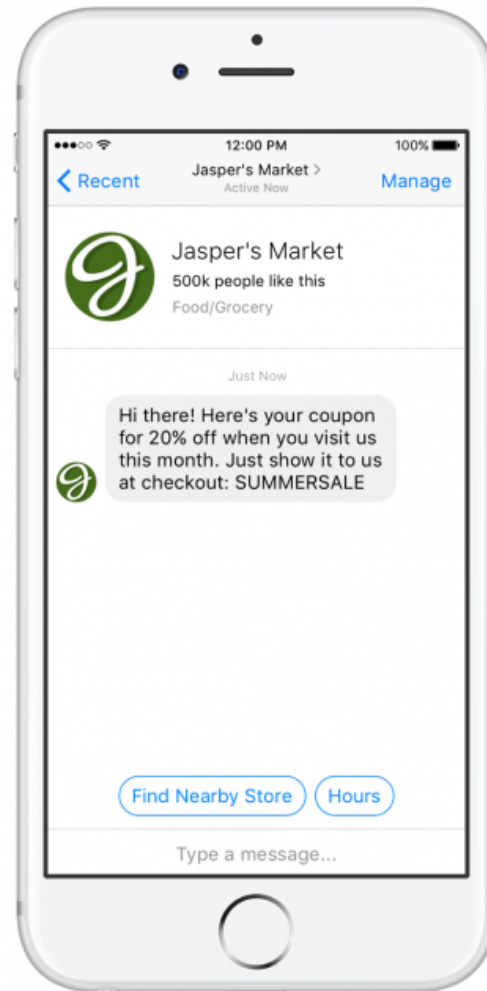
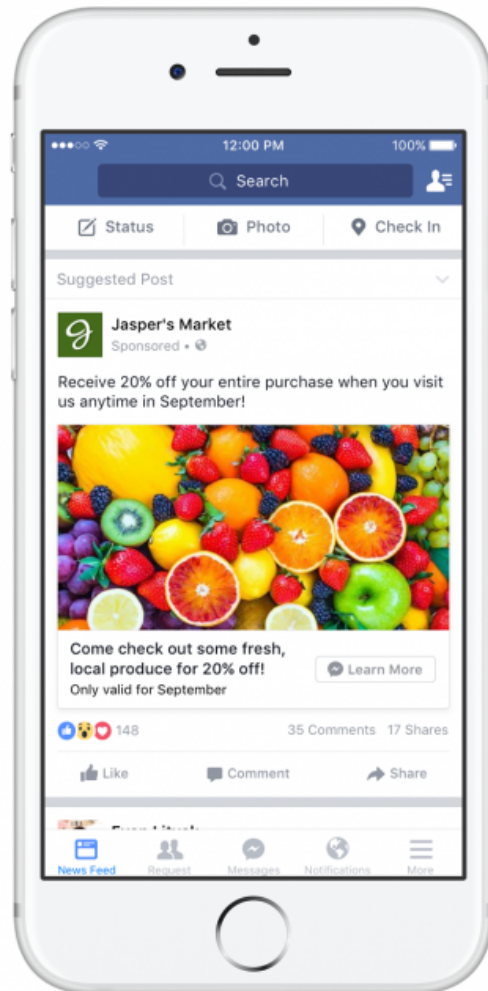


Korek



Astig

# PAID MEDIA LANDING PAGE & PLACEMENT



# DARK SOCIAL TO DO-K

---

## MÉRÉS

- értelmezzük újra a direkt forgalmat
- UTM paraméterezés
- linkrövidítő programok

---

## KREATÍV

- gondolkodjunk 1-to-1 megoldásokban
- chatbotok
- stickerek

---

## MÉDIA

- tereljünk IM programokra
- legyünk jelen a chat térben is

THX

RÉNYI BALÁZS  
ISOBAR BUDAPEST  
balazs.renyi@isobar.com