

Дигиталния маркетинг в имотния пазар



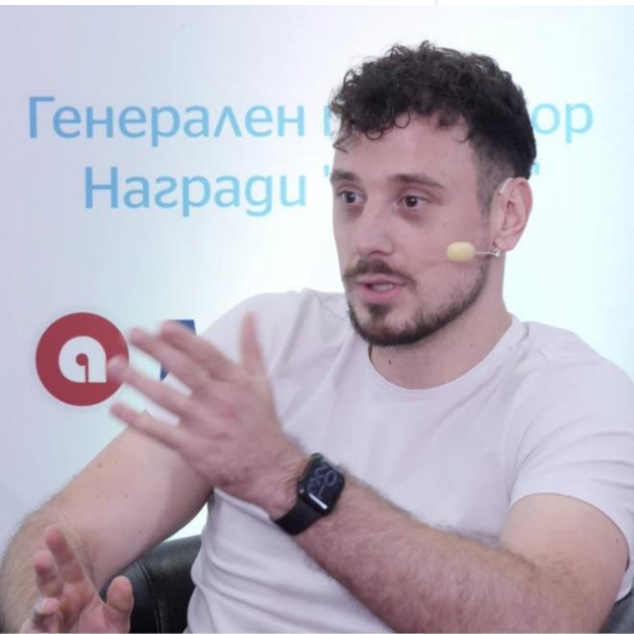
Александър Иванов

CEO @ CreateX Digital Agency
@Native.NTV



SoftUni Digital

<https://digital.softuni.bg>



- MainBrandAmbassador **@SoftUni**
- Founder & CEO **@CreateXDigitalAgency**
Founder & Managing partner **@Native.ntv**
- Host&Chairman **@ДигиталноДело**



Aleksandar Ivanov



daskalalex

Ученето е емоция и страст



Образованието е свобода на индивида



Толкова е просто!



Тогава дойде СофтУни

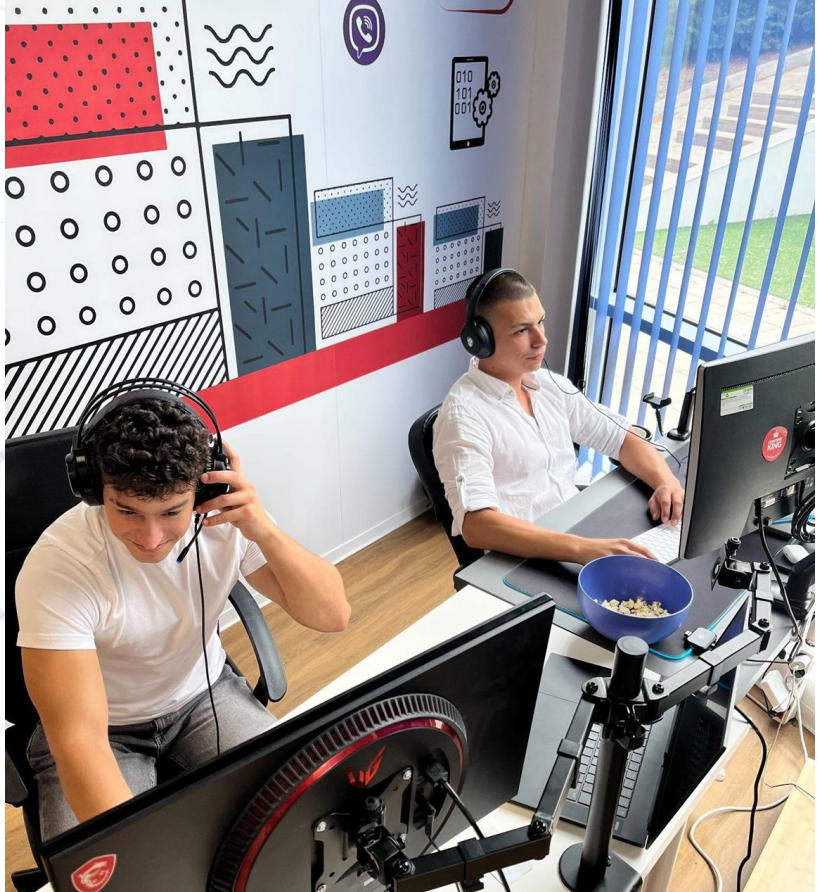




CreateX от side hustle до водеща агенция



Native.ntv - StartUp лидер в TikTok



The Era of Digital disruptors and underdogs



'Toys 'R' Us фалира и стана поредната жертва на онлайн бизнеса

от Иво Цевков - 19.09.2017, 12:34

710 7



Емблематичната верига за детски играчки и забавления **Toys 'R' Us** ще обяви фалит до края на деня. Това ще позволи на някогашния търговски гигант да реструктурира **дълга си от 400 милиона долара**, за да се разплати с кредиторите си през 2018 г.

С това отчитаме поредната тъжна крачка към **изчезването на физическите търговски вериги** за сметка на онлайн бизнес пространството.

about.softuni.bg



Name: Khaby Lame

Age: 23

Date of Birth: March 9th, 2000

Nationality: Senegal – Italian (became an Italian citizen in **August 2022**)

Estimated Net Worth: \$15 million

Social Media Platforms:

TikTok: [@khaby.lame](https://www.tiktok.com/@khaby.lame) (159.8 million followers | 2.3 billion likes)

Instagram: [@khaby00](https://www.instagram.com/khaby00) (79.3 million followers | 384+ posts)

BUSINESS
INSIDER

TECH | FINANCE | POLITICS | STRATEGY | LIFE | ALL

PRIME | INTELLIGENCE



A 7-year-old boy is making \$22 million a year on YouTube reviewing toys

John Lynch and Travis Clark Dec. 3, 2018, 10:47 AM



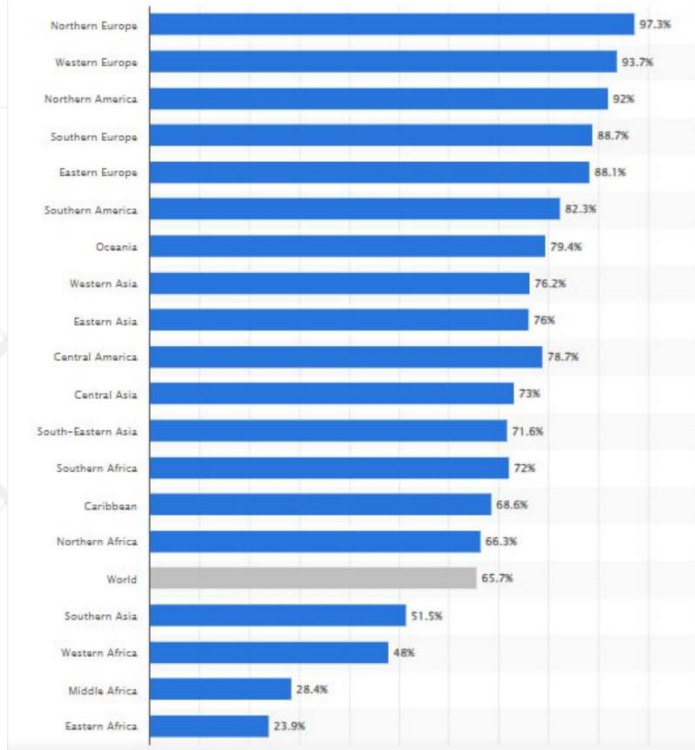
■ Интернет потребление в глобален мащаб - 65.7%

Към октомври 2023 г. **Северна Европа** е на първо място по степен на проникване на интернет, като над **97,3%** от населението ѝ използва интернет. След нея се нарежда **Западна Европа** с **93,7 %**.

Нека сравним с 2020. Тогава **Източна Азия** и **Северна Америка** имат имаха най-висок процент на потребление, съответно **71%** и **69%**, следвани от **Северна Европа** с **67%**.

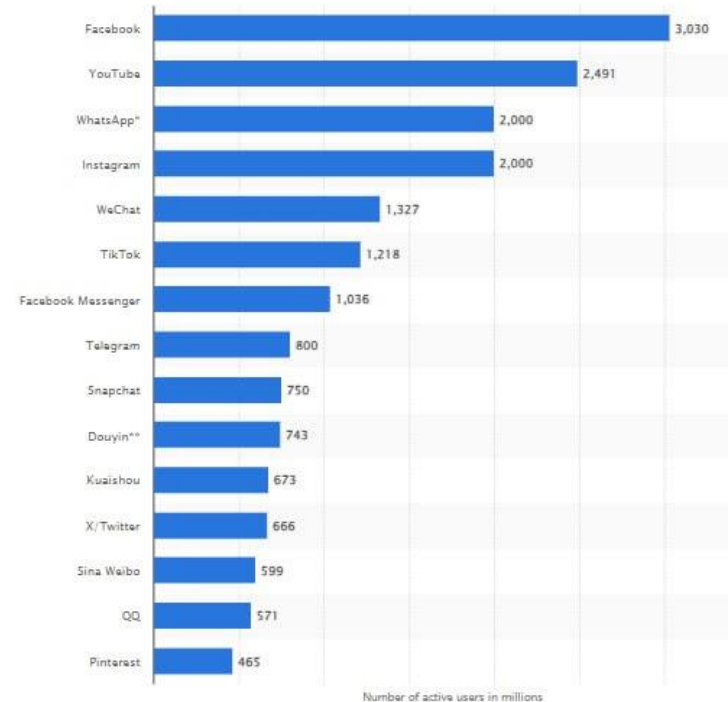
Какво се промени? Как Европа изпревари Америка и Азия?

Source: <https://www.statista.com/statistics/269329/penetration-rate-of-the-internet-by-region/>



▪ Най- популярни социални мрежи през 2023

Пазарният лидер **Facebook** беше първата социална мрежа, която надхвърли един милиард регистрирани акаунта, и в момента има повече от **3 милиарда** активни потребители месечно. **Meta Platforms** притежава четири от най-големите платформи за социални медии, всяка от които има над един милиард активни потребители месечно. През второто тримесечие на 2023 г. Facebook отчита над 3,8 млрд. месечни потребители.



APR
2023

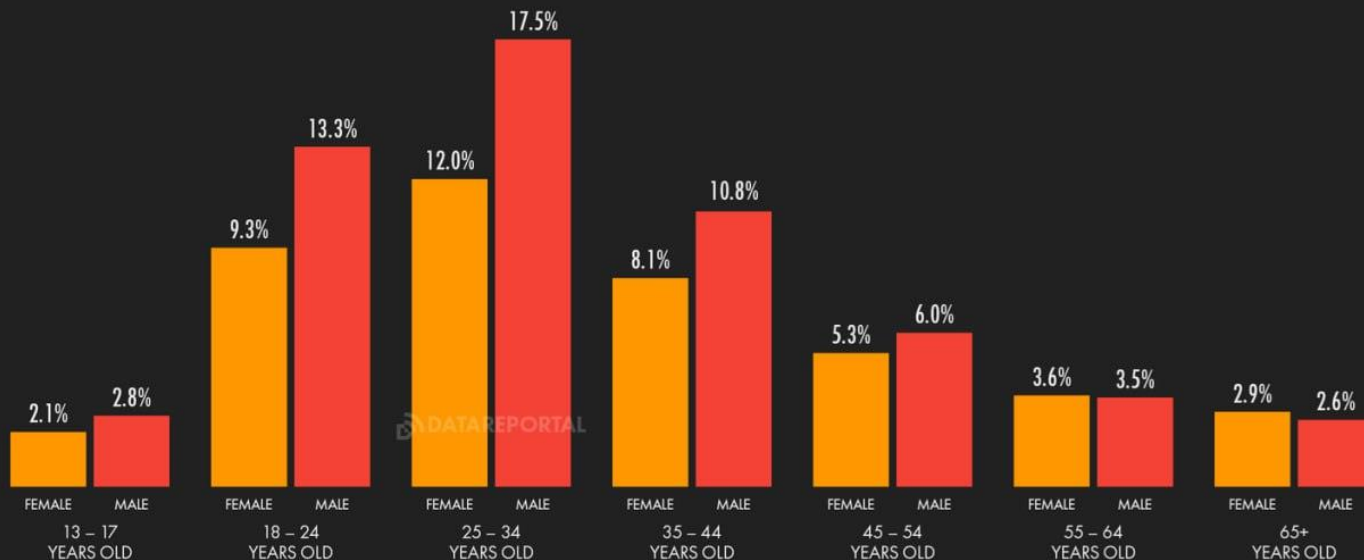
FACEBOOK: ADVERTISING AUDIENCE PROFILE

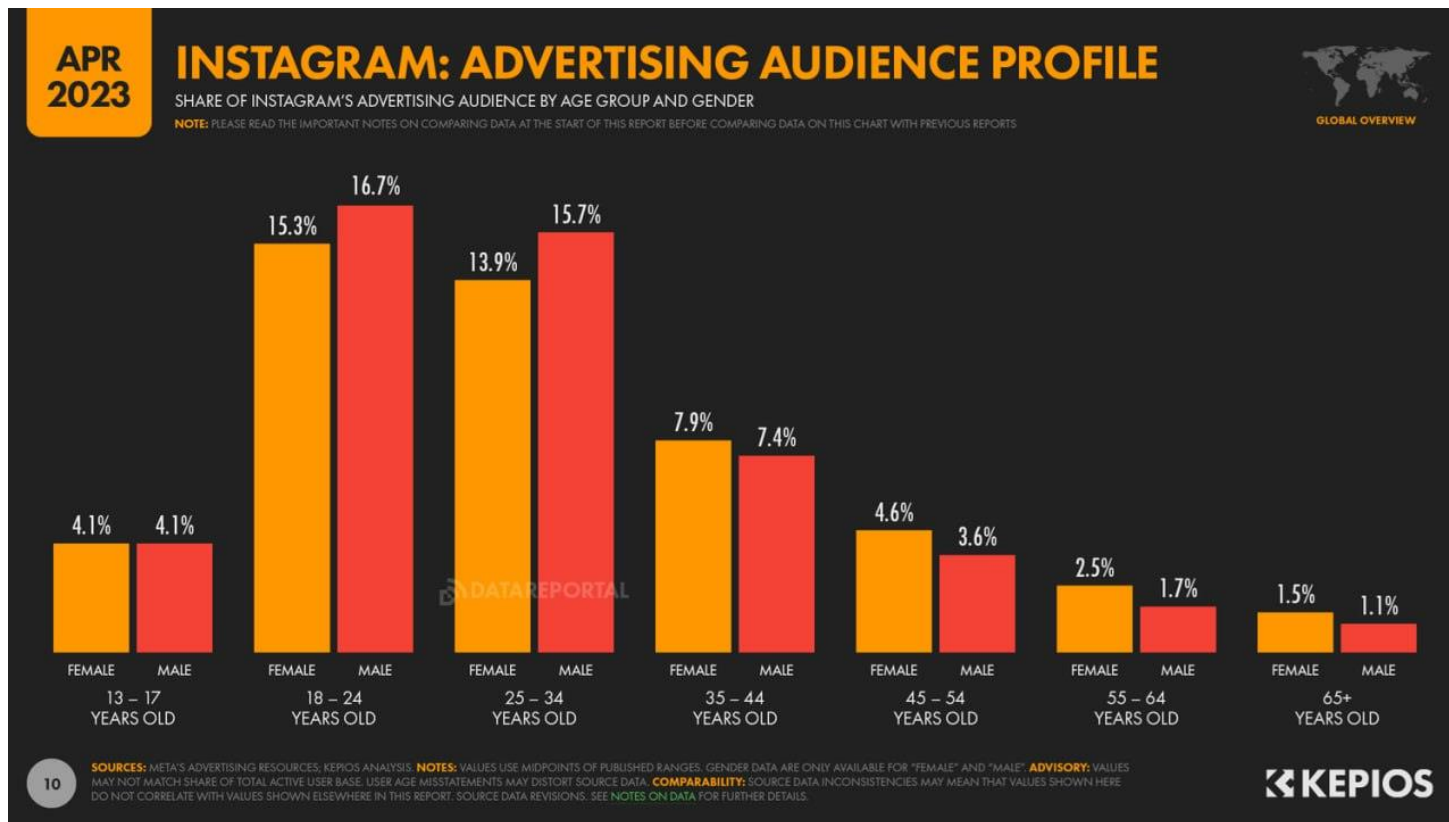
SHARE OF FACEBOOK'S ADVERTISING AUDIENCE BY AGE GROUP AND GENDER

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS

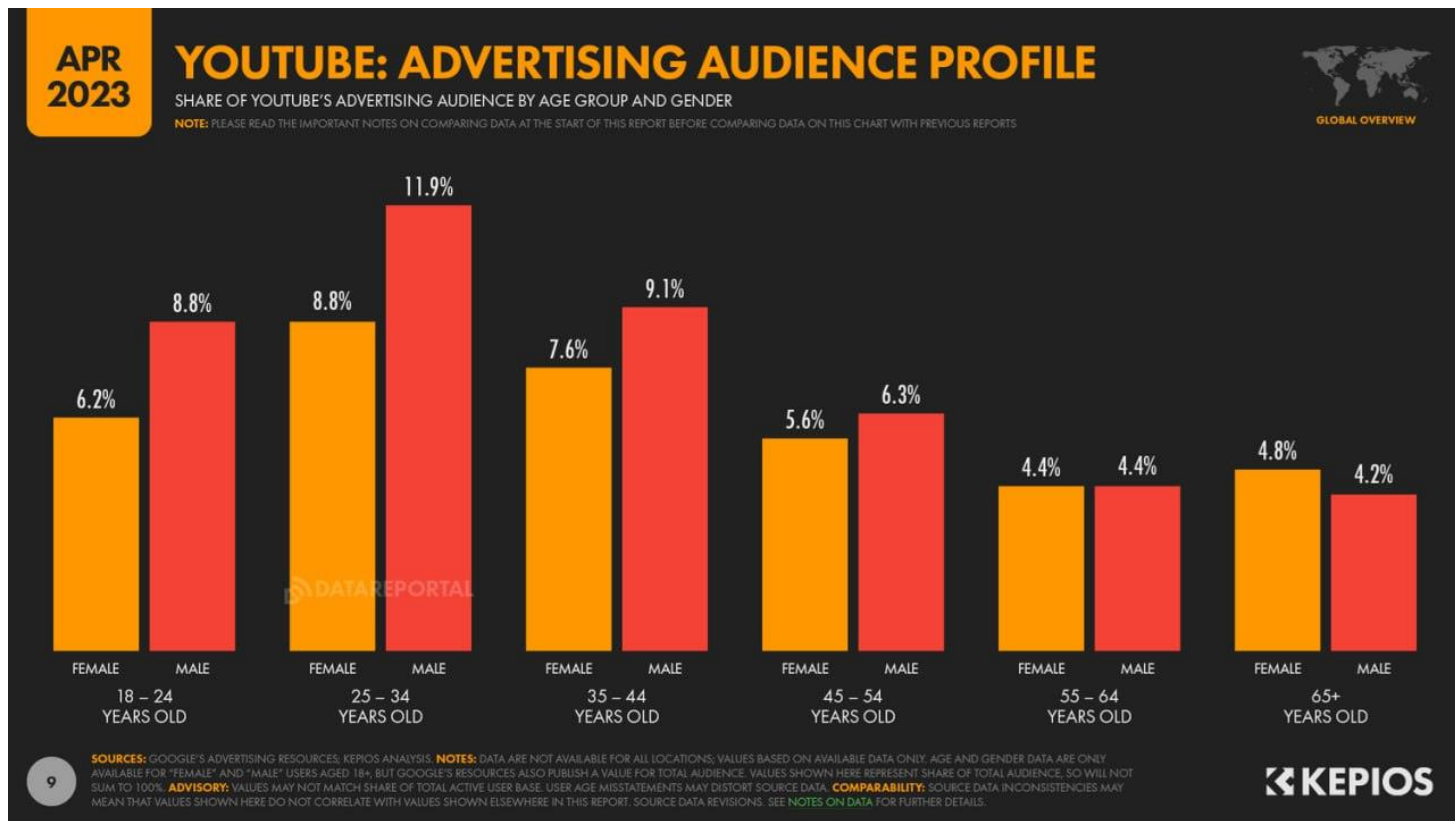


GLOBAL OVERVIEW





Профили на аудиториите по платформи през 2023



APR
2023

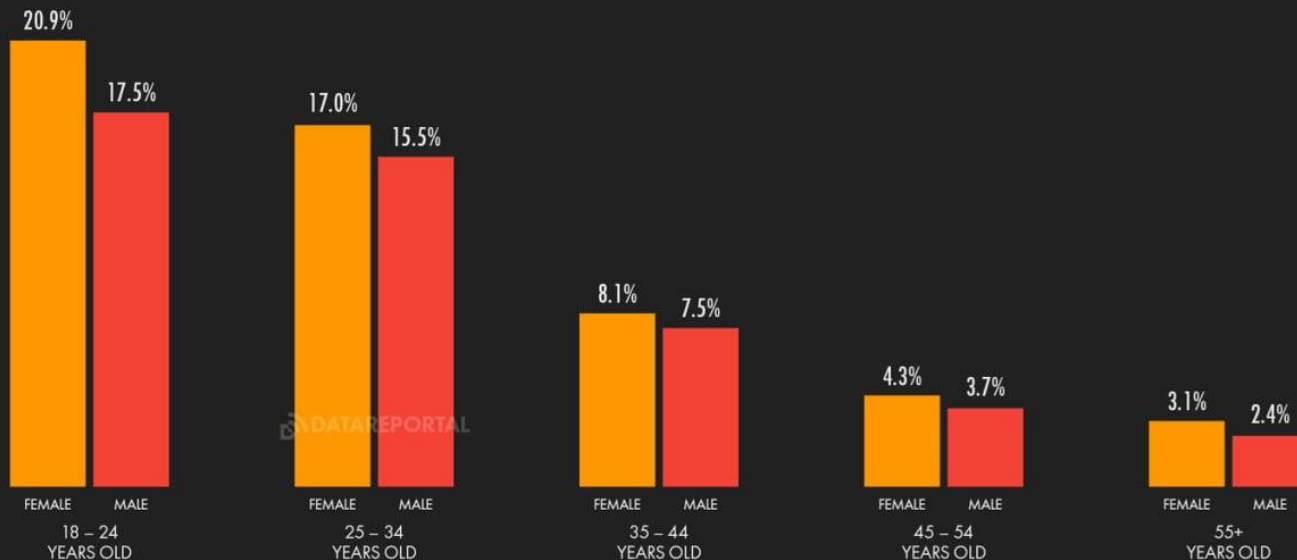
TIKTOK: ADVERTISING AUDIENCE PROFILE

SHARE OF TIKTOK'S ADVERTISING AUDIENCE AGED 18+ BY AGE GROUP AND GENDER

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



GLOBAL OVERVIEW

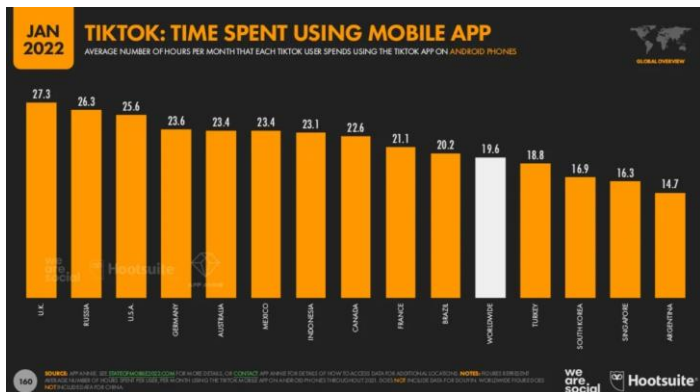
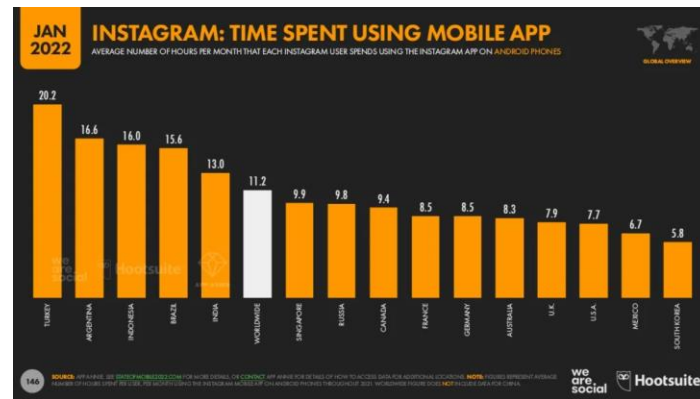
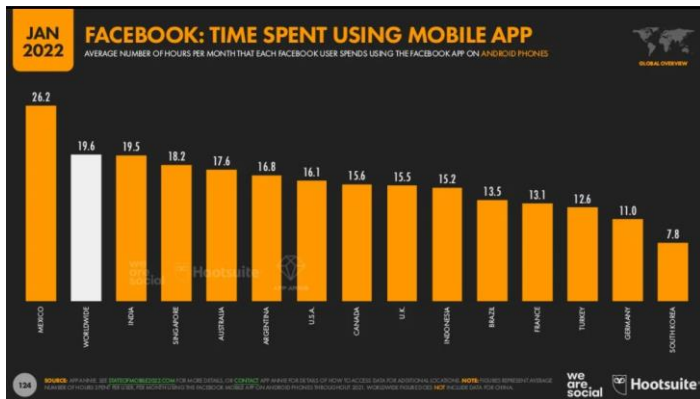


8

SOURCES: TIKTOK'S ADVERTISING RESOURCES; KEPIOS ANALYSIS. NOTES: DOES NOT INCLUDE DOLBYIN. REACH DATA ARE ONLY AVAILABLE FOR "FEMALE" AND "MALE" USERS AGED 18+. DATA ARE NOT AVAILABLE FOR ALL LOCATIONS. VALUES BASED ON MIDPOINTS OF AVAILABLE DATA ONLY. ADVISORY: VALUES MAY NOT MATCH SHARE OF TOTAL ACTIVE USER BASE. USER AGE MISSTATEMENTS MAY DISTORT SOURCE DATA. COMPARABILITY: SOURCE DATA INCONSISTENCIES MAY MEAN THAT VALUES SHOWN HERE DO NOT CORRELATE WITH VALUES SHOWN ELSEWHERE IN THIS REPORT. SOURCE DATA REVISIONS. SEE NOTES ON DATA FOR FURTHER DETAILS.

KEPIOS

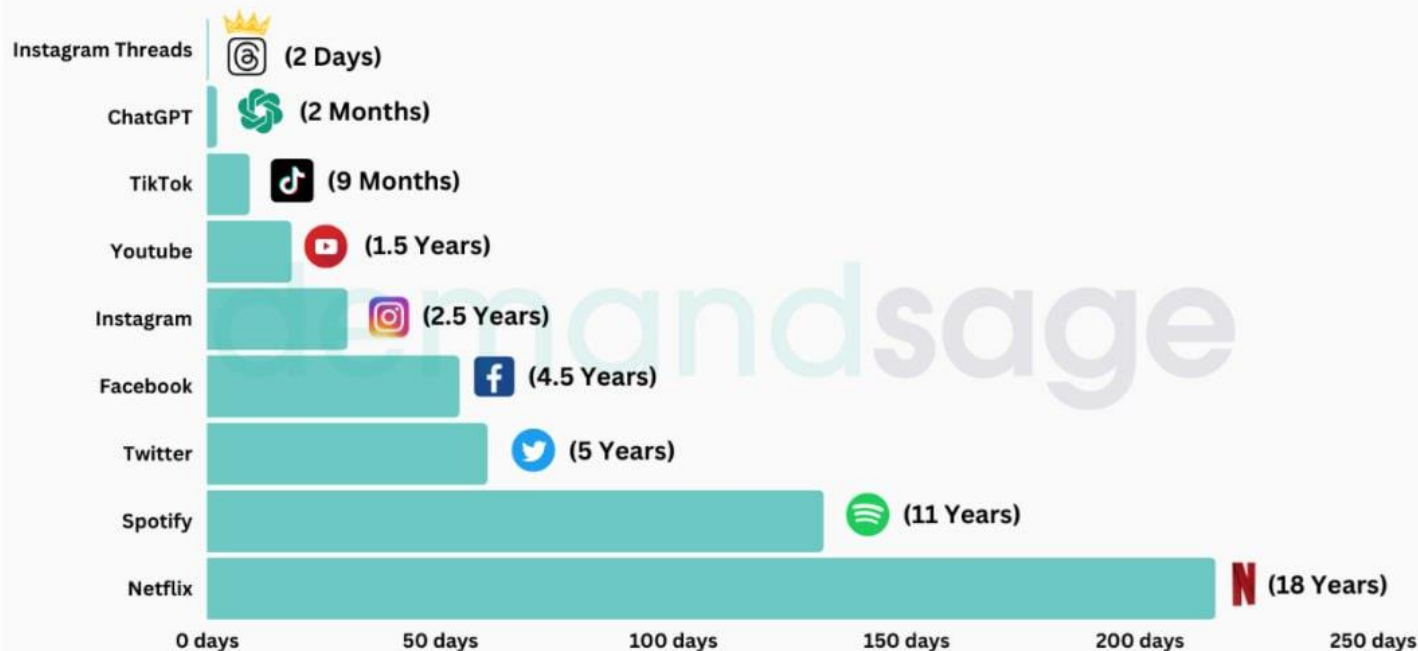
Време в приложенията през 2022 по платформи



- Worldwide usage Facebook - 19.6 h
- Worldwide usage Instagram - 11.2 h
- Worldwide usage TikTok - 19.6 h

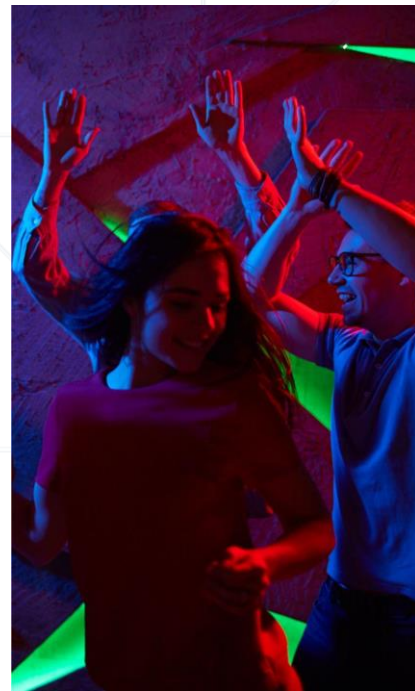
TikTok бързо набира скорост и вече изпреварва Instagram по отношение на прекарано време (средни стойности).

Road To 100 Million Users For Various Platforms



Формати, хаштагове, начин на живот

- Видео е цар. Със звук. На цял екран. 30% от потребителите между 18 и 34 години казват, че гледат съдържание със звук повече, отколкото преди COVID-19.
- Все повече споделят, че са усвоили повече практически умения от социалните платформи, отколкото от университета. (57% vs. 51%)
- 35% от TikTok потребителите твърдят, че гледат по-малко телевизия, откакто са си свалили приложението. Това предоставя възможност на брандовете да ангажират аудиторията си с добър storytelling.



Meta vs. TikTok

Според данни от Insider Intelligence, приходите от реклами на **Meta** за **2023 г.** се очаква да достигнат **104,7** милиарда долара, което представлява ръст от **11%** спрямо предходната година. **TikTok**, от друга страна, се очаква да генерира приходи от реклама в размер на **12,8** милиарда долара, което представлява ръст от **58%** спрямо **2022 г.**

Meta все още е доминиращият играч на пазара на социални медии, но **TikTok** бързо набира популярност. Според прогноза на Omdia, приходите от реклама на **TikTok** ще надминат общите приходи от видеореклами на **Meta** и **YouTube** до **2027 г.**

Тенденции в дигиталния свят през 2023

1

Социалните платформи
като ключови канали за
образование и
обслужване на клиенти

Stretch social experience
with social commerce

2

Gen Z - the digital natives

3

The Vibe Economy -
възходът на видео и аудио
съдържанието

4

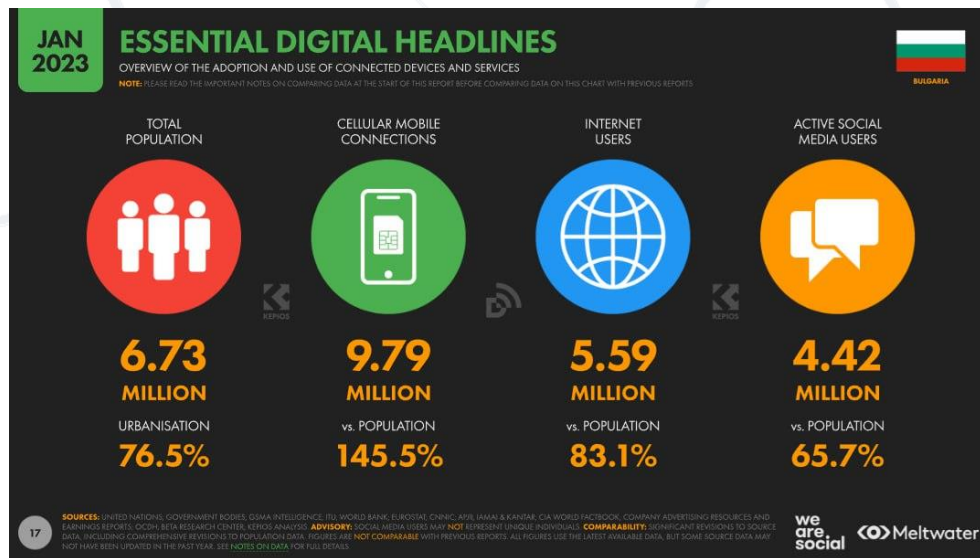
Виртуалните светове са
тук. Ама не баш.

5

■ Какви са данните в България?

Въпреки застаряващото население, броят активни потребители в социалните мрежи расте, което показва, че по-възрастни хора също ги използват все повече и повече.

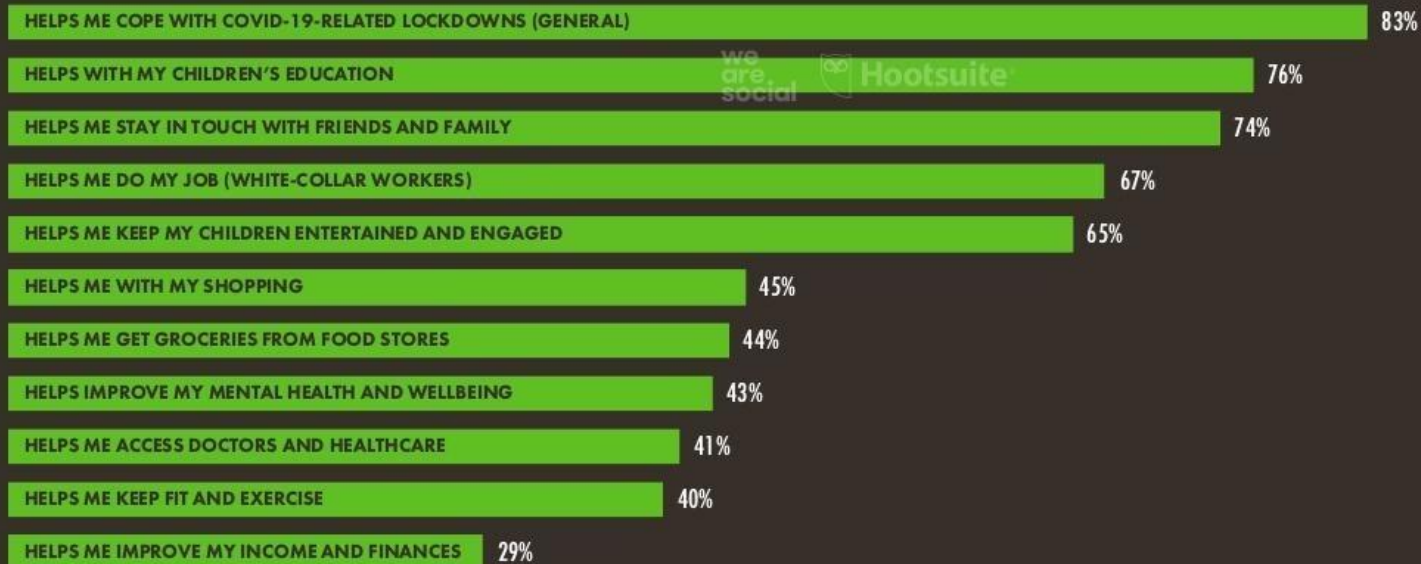
Всяко поколение има различни предпочитания и това е пряко свързано с начина, по който се адаптираме към новите технологии и тенденции, за да влияем.



JUL
2020

COVID-19: DIGITAL'S ROLE IN HELPING PEOPLE COPE

PERCENTAGE OF SURVEY RESPONDENTS* WHO REPORT THAT INTERNET-CONNECTED TECHNOLOGIES HAVE HELPED THEM WITH EACH ACTIVITY



10

SOURCE: ERICSSON MOBILITY REPORT (JUNE 2020), BASED ON RESEARCH CONDUCTED IN APRIL 2020. *NOTE: DATA SOURCED FROM A SURVEY OF SMARTPHONE USERS AGED 15 TO 69 IN BRAZIL, CHINA, FRANCE, GERMANY, INDIA, ITALY, SOUTH KOREA, SPAIN, SWEDEN, THE UNITED KINGDOM, AND THE UNITED STATES WHO REPORT THAT THEIR DAILY LIFE HAS BEEN HIGHLY IMPACTED BY COVID-19-RELATED LOCKDOWN RESTRICTIONS.

we
are
social

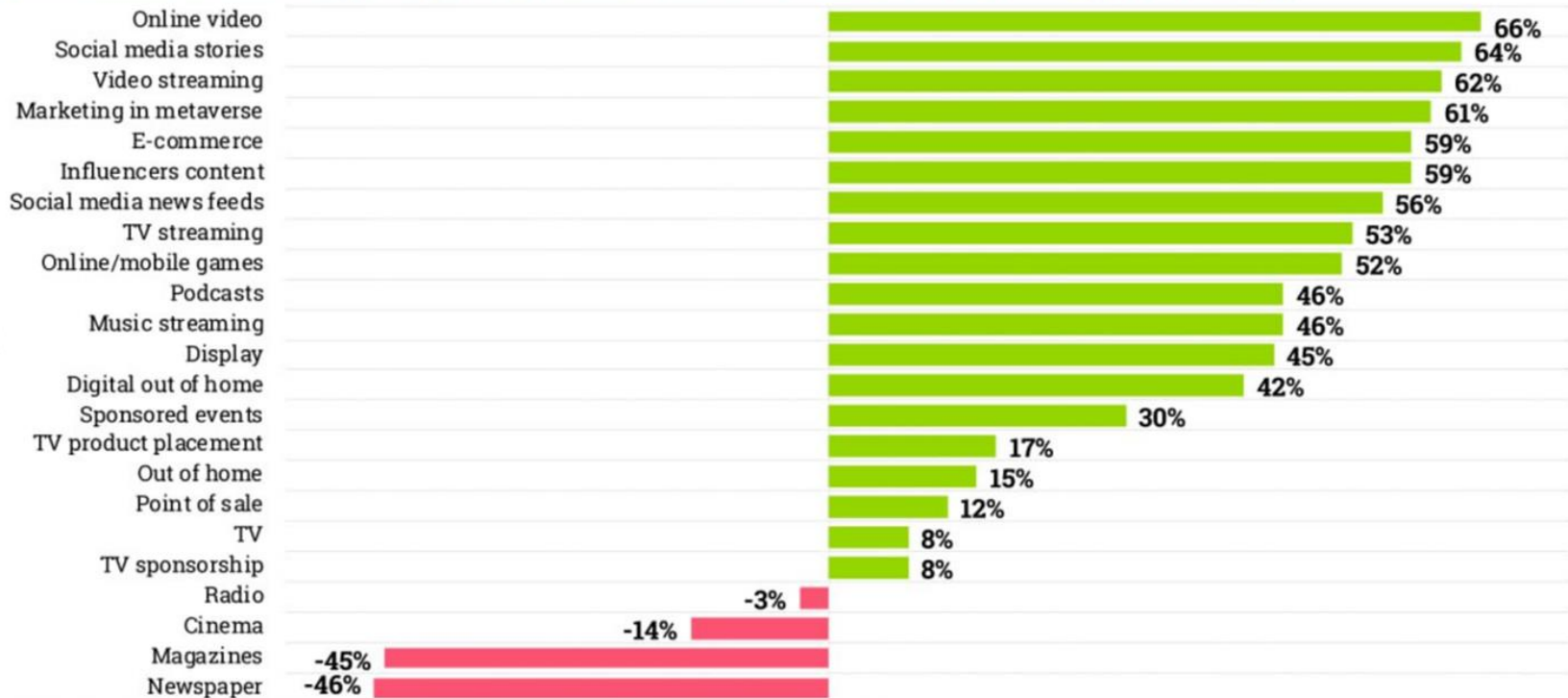


Hootsuite®

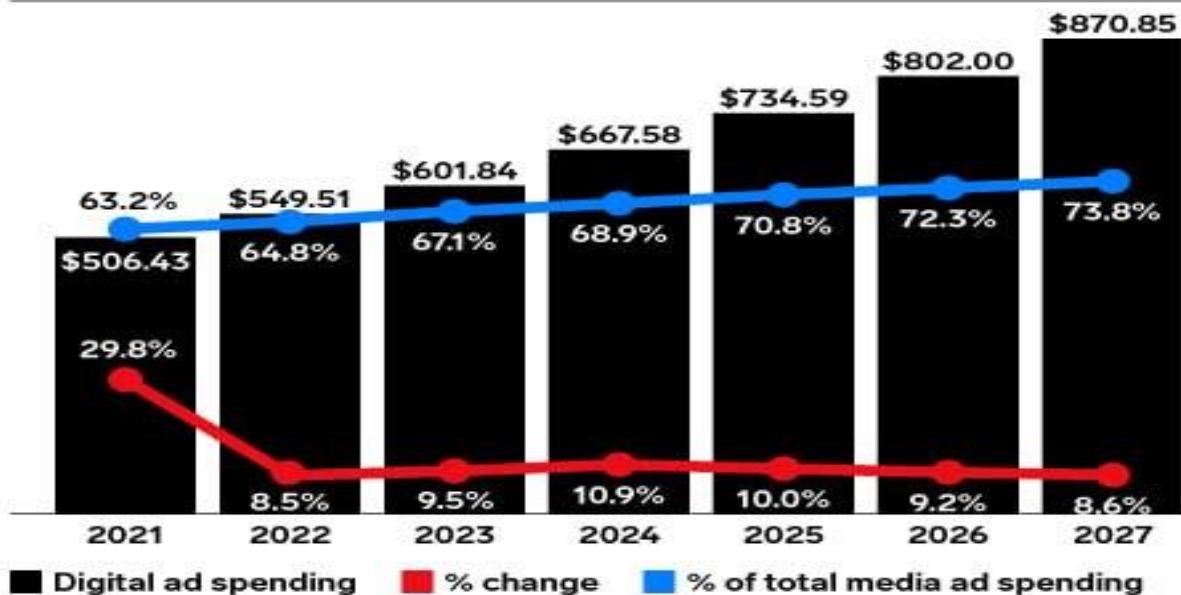
Global Media Budget Plans for 2023



% of marketers increasing budget/resource allocation minus % decreasing (net change)



Digital Ad Spending Worldwide, 2021-2027 billions, % change, and % of total ad spending



Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets, and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms

Source: eMarketer, March 2023

APR
2023

MOBILE INTERNET CONNECTION SPEEDS

COUNTRIES AND TERRITORIES WITH THE FASTEST AND SLOWEST **MEDIAN** INTERNET DOWNLOAD SPEEDS VIA **MOBILE CONNECTIONS**



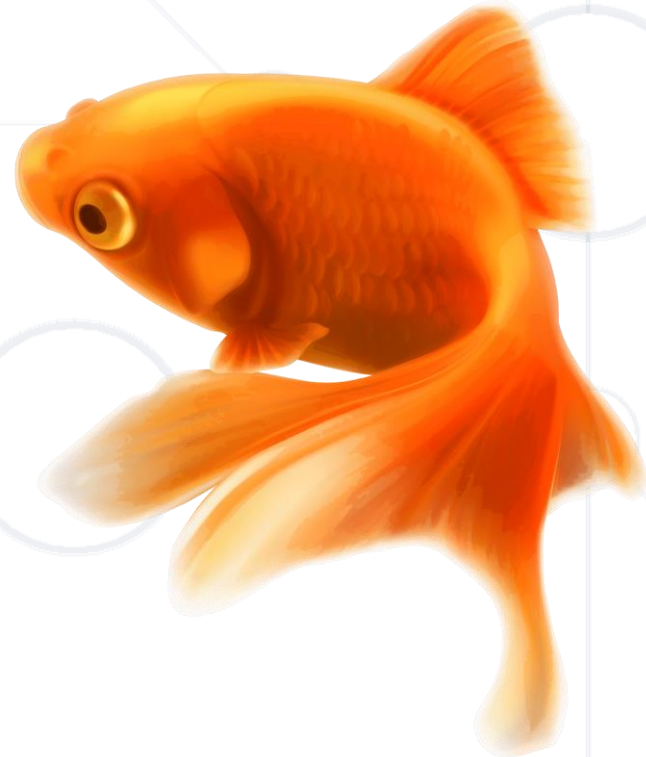
FASTEST MEDIAN MOBILE INTERNET CONNECTION SPEEDS

#	LOCATION	↓ DL	▲YOY	↑ UL	LATENCY
01	UNITED ARAB EMIRATES	179.61	+34.5%	22.90	20
02	QATAR	160.33	+41.9%	22.93	20
03	SOUTH KOREA	138.46	+18.8%	17.40	27
04	NORWAY	131.23	+10.7%	18.00	26
05	DENMARK	123.66	+31.3%	19.32	18
06	KUWAIT	119.79	+47.9%	21.44	18
07	CHINA	116.70	+33.0%	25.96	26
08	NETHERLANDS	114.28	+6.0%	17.99	22
09	SAUDI ARABIA	101.88	+9.3%	15.44	29
10	BULGARIA	97.60	+3.5%	20.24	20

SLOWEST MEDIAN MOBILE INTERNET CONNECTION SPEEDS

#	LOCATION	↓ DL	▲YOY	↑ UL	LATENCY
137	AFGHANISTAN	4.04	-25.0%	1.55	38
136	CUBA	4.96	-45.6%	4.22	137
135	VENEZUELA	6.29	+5.2%	3.77	44
134	HAITI	7.23	-33.4%	5.46	24
133	YEMEN	8.54	-48.7%	6.99	25
132	TAJIKISTAN	9.25	+15.0%	5.84	24
131	GHANA	9.55	+22.0%	9.64	28
130	SOMALIA	9.83	+27.0%	7.48	23
129	BOLIVIA	9.93	-31.0%	8.87	27
128	CAMEROON	10.74	-2.2%	7.78	27

Всичко е една голяма битка за ВНИМАНИЕ



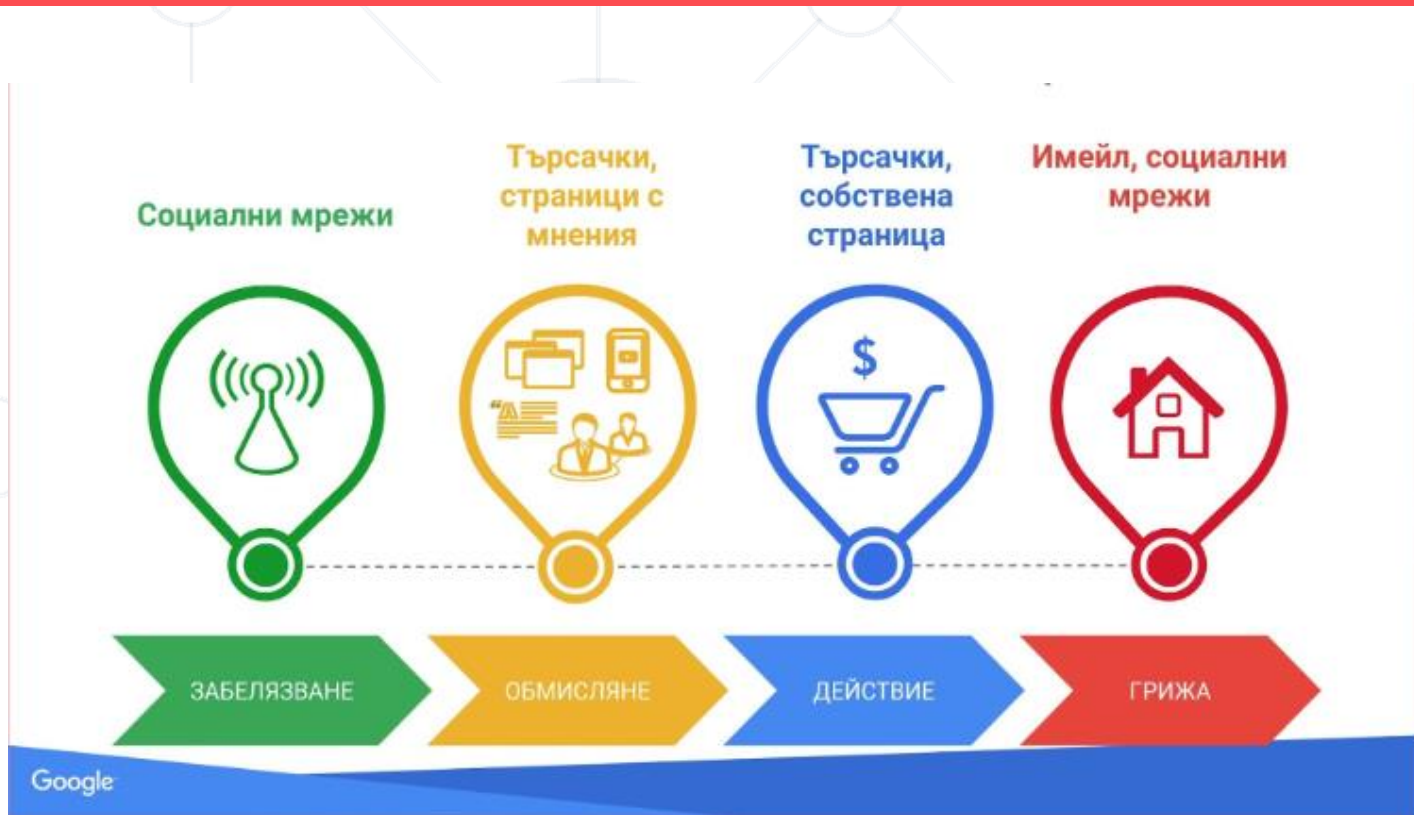
Какво си мислят хората,
че правим по цял ден



Новият път на клиента



Какво всъщност правим:



Ти си различен човек в различните платформи...както и в живота :)

Which message on which channel?

Proprietary + Confidential



Facebook
I love cutting hair



Twitter
Cutting #hair of
@Timothy



LinkedIn
I'm a very experienced
hairdresser



Google
Who else loves cutting hair?



Pinterest
A few pictures of
haircuts under "Men
haircuts"



Instagram
A fresh picture of a
new summer haircut
#summerhair



YouTube
See my special hair
cutting technique
for curls



Niche-Network
An exclusive network of
barbers specialized in
men haircuts



2/3

от гледаните видеа
глобално са
под 10 минути

По-къси
On-the-Go и Lean Forward



1/3

от гледаните видеа
глобално са
над 10 минути

По-дълги
Lean Backward

plora

Моменти на консумация



I-want-to-know moments

65%

of online consumers look up more information online now versus a few years ago.²

66%

of smartphone users turn to their phones to look up something they saw in a TV commercial.³



I-want-to-go moments

2X

increase in "near me" search interest in the past year.⁴

82%

of smartphone users use a search engine when looking for a local business.⁵



I-want-to-do moments

91%

of smartphone users turn to their phones for ideas while doing a task.⁶

100M+

hours of "how-to" content have been watched on YouTube so far this year.⁷



I-want-to-buy moments

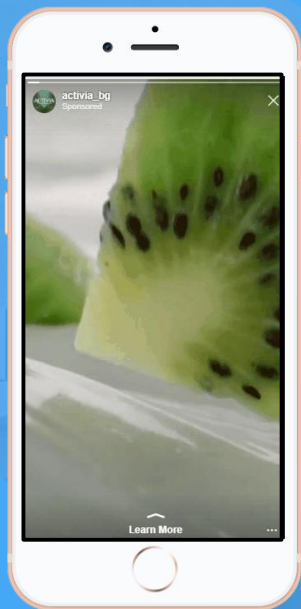
82%

of smartphone users consult their phones while in a store deciding what to buy.⁸

29%

increase in mobile conversion rates in the past year.⁹

Начинът, по който хората консумират видео през мобилни устройства



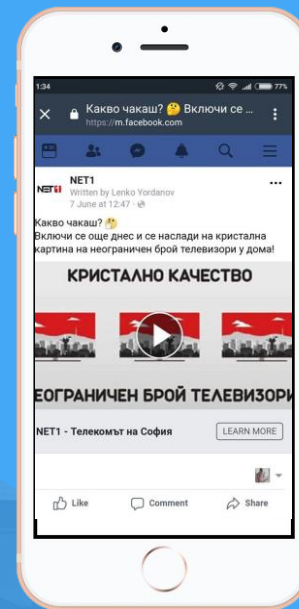
On-the-Go

Кратки видеа във Feed
Instagram Stories



Lean Forward






Canvas
Carousel
Collection



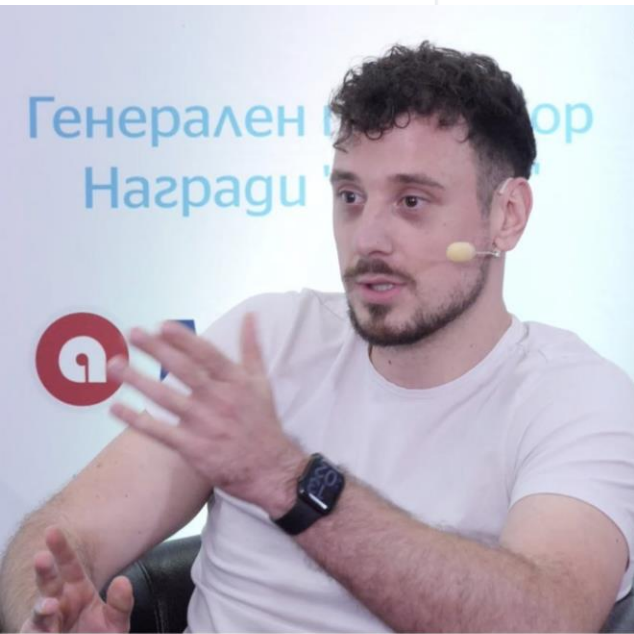
Lean Backward

Дълги видеа във Feed
In-Stream видеа

А сега КОНКРЕТНО

-  **Make Your Website a Priority:** Having a professional, user-friendly website is crucial in real estate, and investing in SEO optimization is essential.
-  **Create Social-Media Accounts:** Establish a presence on popular social media platforms like Facebook, Twitter, Instagram, and LinkedIn to reach a wider audience and consider using social media ads.
-  **Start Developing Content:** Content creation is key, including blog posts, photos, and videos, to provide information and support to potential clients.
-  **Offer Virtual Tours:** Virtual tours can save time and help potential clients view properties without visiting in person.
-  **Provide Proof of Your Success:** Use social proof through client reviews and highlight any awards to build trust and credibility.

Благодаря Ви!



+359883425080

- MainBrandAmbassador **@SoftUni**
- Founder & CEO **@CreateXDigitalAgency**
Founder & Managing partner **@Native.ntv**
- Host&Chairman **@ДигиталноДело**



Aleksandar Ivanov



daskalalex