

Trendonderzoek Snapchat (AR-filters)

Snapchat is de laatste jaren steeds populairder geworden. Niet alleen in gebruik maar ook voor marketing doelen. Er worden steeds meer interactieve campagnes gevoerd op Snapchat en de resultaten daarvan zijn veelbelovend. Dit betekent dus dat het gebruik van AR filters ook steeds meer wordt. Dit is niet alleen op Snapchat maar ook op andere mediums zoals Instagram.

Statistieken gebruik Snapchat

Snapchat had in 2013 slechts 5 miljoen actieve gebruikers per dag, in 2016 waren dit er al 100 miljoen. In dat zelfde jaar logde 54% van de gebruikers dagelijks in op het medium. Van deze dagelijkse snapchatters ziet ongeveer de helft dagelijks het geofilter, dit is het filter dat je krijgt op bepaalde plekken. Het meest belangrijk van allemaal voor het project is dat de Snapchat AR filters dagelijks 16 miljoen gebruikers bereiken.

De groei van het aantal actieve gebruikers per dag is erg groot, waar er in 2016 iets meer dan 100 miljoen waren, zijn er in 2017 173 miljoen actieve gebruikers per dag. Het aantal Snaps dat verzonden wordt dagelijks, zijn er 3 biljoen.

In 2018 is het aantal actieve gebruikers per dag weer gestegen, namelijk met 15 miljoen. Er zijn nu dus 188 miljoen actieve gebruikers per dag. Er worden gemiddeld 34 minuten per dag gespended op Snapchat. Verder ziet nog steeds 40 tot 60 procent van de gebruikers, dagelijks een geo filter.

Het aantal dagelijkse gebruikers op Snapchat is dus de laatste 3 jaar met ongeveer 80 miljoen gestegen. Meer dan de helft van de gebruikers logt dagelijks in op het platform en de dagelijkse gebruikers spenderen gemiddeld 34 minuten per dag op Snapchat. Het aantal bereikte mensen met Snapchat AR filters, per dag was in 2016 16 miljoen. Dit aantal is naar verwachting nog verder gestegen. Tot slot ziet nog steeds 40 tot 60 procent van de dagelijkse gebruikers de geo filters dagelijks.

Marketing in combinatie met AR filters

Snapchat is een goed voorbeeld voor marketing combineren met (AR) filters. Ook op Facebook is dit mogelijk maar dit is niet zo populair in het gebruik van filters. Door te adverteren via Snapchat filters kun je de creativiteit van je bedrijf toepassen. De "Millennial users" hebben het gebruik van AR filters geïntegreerd in hun dagelijks leven, er worden dan ook meer dan 3 biljoen snaps per dag verzonden.

Snapchat heeft ondertussen al honderden gesponsorde filters gehad, een van de beste was van Taco Bell. Zij kregen meer dan 224 miljoen views voor hun filter. Deze manier van marketing geeft bedrijven een bepaald karakter. Ze betrekken de gebruikers op een interactieve en leuke manier bij hun campagnes. Het is een manier van marketing die blijft groeien en steeds populairder zal gaan worden.

Statistieken campagnes

GatoradeDunk filter

Voor de 50e Superbowl in de US had Gatorade een speciaal AR filter op Snapchat gemaakt. Je kon een selfie maken (of filmen) en je zag dan dat je werd ondergegooid met Gatorade. Dit wordt vaak gedaan na het winnen van finales in Amerika. Om de lens te promoten hadden ze Serena Williams ingezet om het te delen op social media. Tijdens de Superbowl had het filter meer dan 100 miljoen views en uiteindelijk zelfs meer dan 165 miljoen. Deze campagne was een groot succes, ze hebben het een jaar later zelfs nog een keer gedaan maar dan op een net iets andere manier.

Taco Bell

Taco Bell had een filter op Snapchat dat je je gezicht kon plaatsen in een taco. Dit filter was een groot succes, ze hadden namelijk meer dan 224 miljoen views in slechts 24 uur. Dit kwam neer op 0.03 cent per view.

X-Men

Om de nieuwe X-Men film te promoten hebben ze de hele dag Snapchat overgenomen. Alle filters waren in de stijl van X-Men, naar verwachting zorgde dit voor meer dan 1.5 biljoen views in één dag.

Sphero Star Wars

Om nieuw speelgoed van Star Wars te promoten hebben ze Snapchat influencers ingeschakeld. Het product was binnen een aantal uur uitverkocht en ze kregen meer dan 10 miljoen views tijdens hun campagne.

Terminator

Voor de nieuwe Terminator film hadden ze een speciaal AR filter gemaakt op Snapchat. Met dit filter kon je zelf de Terminator worden. Ze hebben Arnold Schwarzenegger (acteur in de film) dit filter laten delen op Facebook en het kreeg meer likes en views dan normaal. Cross mediaal is dus ook een manier om je filter te promoten.

Air-Jordan

Om de nieuwe Air-Jordans te promoten was er een speciaal Snapchat filter. Door een snapcode te scannen zag je Michael Jordan door de lucht vliegen en een bal in de basket dunken. Door de campagne waren de schoenen binnen 25 minuten uitverkocht. De filter had een gemiddelde afspeeltijd van 80 seconde, normaal is dit 15 tot 20 seconde voor een gesponsorde lens.

Conclusie

Snapchat is dus een platform wat blijft groeien en steeds populairder wordt, vooral onder de jongere doelgroep (Millennial users). De gebruikers zijn elk jaar flink gegroeid en ook het aantal minuten gependend op het platform wordt steeds groter. Verder wordt het gebruik van Snapchat als marketingkanaal ook steeds populairder. Het bereik is erg groot en de vorm van marketing op Snapchat is erg uniek. Je kunt je bedrijf net op een andere manier laten zien, dan op elk ander platform.