

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA NETWORKS REGARDING SALES

INFLUENȚA REȚELELOR DE SOCIALIZARE ASUPRA VÂNZĂRILOR

Conf.univ.dr. Daniel MOISE

Lect.univ.dr. Maria Loredana POPESCU

Conf.univ.dr. Mihaela Diana OANCEA NEGESCU

Abstract: *The need of communication has never been greater in our today lives. In this study we are trying to reveal if potential customers they think is reliable and they take into consideration of purchasing products that are promoted on social media networks. Social media networks have grown in power an influence over the last years as never before, reaching over 3.4 billion unique users worldwide. They can be consider a truly catalyst of communication. The study represents a desk research regarding how social media networks influence the process of purchasing products and services.*

Key words: *social media networks, communication, influence, cognitive dissonance,*

JEL CLASIFICATION : M31, M37

1. O scurtă introducere în lumea Rețelelor Sociale Media

Organizațiile sunt din ce în ce mai conștiente de faptul că publicitatea tradițională și utilizată cu preponderență de marile companii nu mai are același efect scontat și impact asupra clienților potențiali. Chiar mai mult comunicarea în masă prin obișnuitele canale, precum: TV-ul, radio-ul și presa scrisă nu mai reușesc să ajungă la segmentul de piață dorit. Iar în ceea ce privește internetul nu este de ajuns ca o firmă să realizeze un site web pe care să îl lase pur și simplu în eterul digital fără a îl promova. Diferite studii de specialitate au arătat faptul că dacă la o căutare după anumite cuvinte cheie site-ul companiei nu se află nu doar pe primele trei pagini de rezultate ale motoarelor de căutare, dar chiar printre primele 5 rezultate ale căutării, există șanse infime ca respectivul website să fie accesat, iar procesul de achiziție să poată începe. Printre cele mai folosite motoare de căutare din lume, putem menționa: Google, Yahoo, Baidu, Bing și Ask.

2. Piața Rețelelor Sociale Media din România și Republica Moldova

Prezenta lucrare își propune să analizeze impactul Rețelelor Sociale din România și Republica Moldova asupra vânzărilor. Acest lucru este reflectat și prin analiza comparativă, în figura numărul 1, intitulată "Cele mai utilizate motoare de căutare online România vs Republica Moldova", a celor mai folosite motoare de căutare, la care apelează atât cetățenii români și cei din Republica Moldova, cel mai utilizat motor de căutare, ce este în topul preferințelor avînd un procent de 98,22% respectiv 93,49%.

Ce este interesant de observat faptul că motoare de căutare gen Yandex și DuckDuckGo, în Republica Moldova dețin o cotă de piață de 2.95% și 1.3%. Pe de altă parte, în România, DuckDuckGo deține doar 0,18%, fiind depășit de Bing cu 0,79% și Yahoo! Cu 0,64%. Un alt aspect ce ar putea face subiectul unor cercetări ulterioare și în aprofundime, este datorat că în Republica Moldova există motoare de căutare ce dețin o cotă de piață mai mare de unu la sută, lucru care nu este întâlnit și în România. În elaborarea datelor au fost luate în calcul căutările nu doar de pe calculatoare PC-uri, Desktopuri, Televizoare Smart dar și a aparatelor mobile precum smartphone-urile, dar și tablete sau console de joc. Dacă acum câțiva ani se afirma, în cazul companiilor, faptul că dacă nu pot fi găsiți sau nu sunt prezente pe internet, nu există; din păcate această afirmație s-a

extins și în ceea ce privesc prezența nu doar a organizațiilor pe rețelele de socializare dar și în cazul indivizilor.



Figura nr 1 Cele mai utilizate motoare de căutare online România vs Republica Moldova

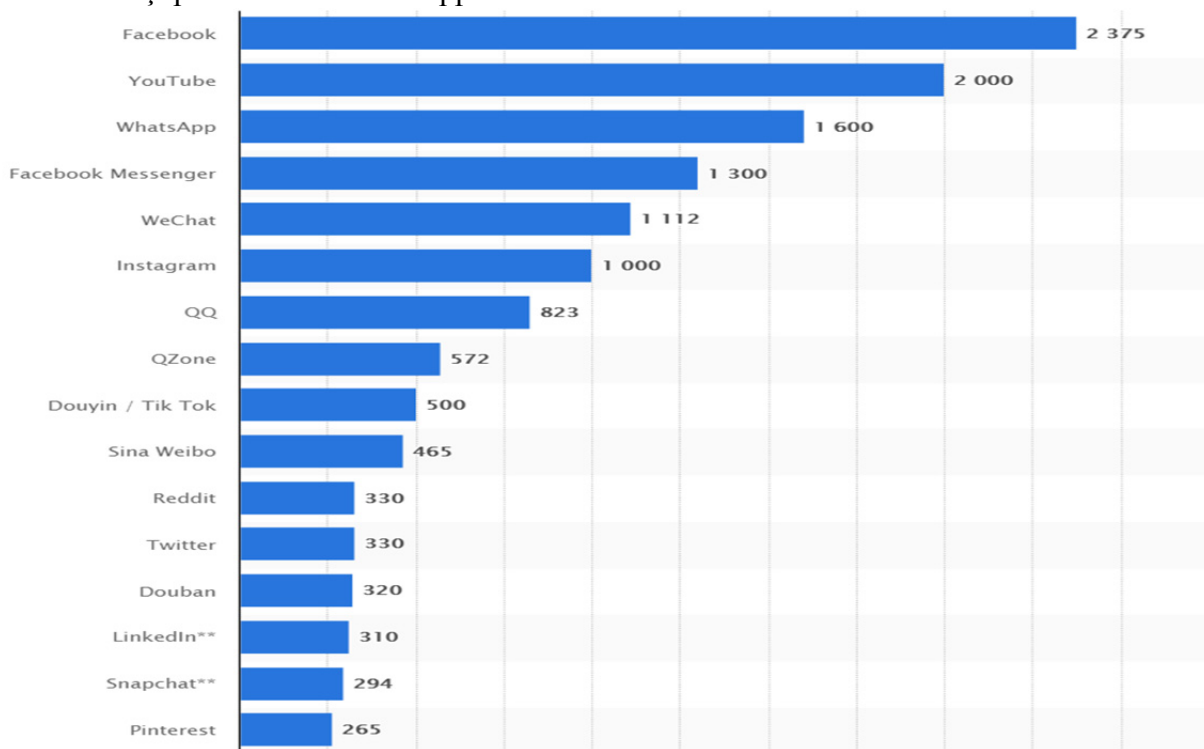
Sursa: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/romania> <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/moldova>

Istoria rețelelor de socializare media, putem afirma că este destul de recentă spre deosebire crearea internetului (Andrews, 2019), ce a fost dezvoltat în anul 1960 odată cu apariția ARPANET. În ceea ce privesc celelalte modalități de comunicare media în masă, precum presa scrisă care în Europa a apărut în anul 1556 când au fost emise de guvernul Veneției lunar "Notizie scritte". În 1920 organizația condusă de antreprenorul Enrique Telémaco Susini a pus fundamentele pentru transmiterea în mod regulat a programelor pentru divertisment în Argentina prin intermediul radioului. Iar primul program TV a putut fi vizionat la Târgul Internațional de la Paris în 1900.

Rețelele sociale media (McFadden, 2018) au apărut în anul 1988 odată cu lansarea IRC, ce le permitea utilizatorilor să schimbe mesaje între ei în timp real, rezultând astfel chatul. În 1996 a fost lansat website-ul sixdegrees.com considerat a fi primul site de rețele sociale ce permitea crearea de profile, liste de prieteni dar și afiliere la diferite instituții de învățământ. Friendster a apărut în 2002, fiind o platformă construită în Malaiezia și a fost privită ca un pionier în ceea ce privesc rețelele sociale, care între timp a dispărut. La distanță de un an a fost lansat pentru business rețeaua socială LinkedIn. Dar în 2004 a luat ființă regele suprem al rețelelor de socializare media și mai exact Facebook care a cunoscut o creștere fulminantă cu aproape peste 2 miliarde de utilizatori de pe întreg mapamondul. La diferență de un an a fost lansat platforma de streaming online de scurte metraje video Youtube. Twitter a fost lansat în 2006 și are mulți adepți în special în mediul politic și nu numai fiind intens utilizat de cel mai puternic "om din lume", președintele Statelor Unite ale Americii, Donald Trump. În 2009 a fost lansată aplicația Whatsapp care nu doar că este oferită gratuit și interfața cu utilizatorul poate fi considerate prietenoasă cu utilizatorul, dar mai mult nu are nici un fel de reclame. Pot fi menționate și alte rețele sociale, ce au apărut ca o alternativă la cele enumerate mai devreme, ce au un succes în special în rândul tinerilor, ca Instagram, Filters și în Snapchat ce e fundamentat pe disparția mesajelor, poveștirilor și filmulețelor după 24 de ore, spre deosebire de Facebook, care înmagazinează toate aceste informații ale propriilor utilizatori. Limitele rețelelor de socializare poate fi îngrădită doar de imaginația oamenilor, iar un bun exemplu poate fi oferit de platforma TikTok ce a fost lansată în 2017 unde persoanele ce își deschid conturi pot să editeze, creeze dar și să distribuie prietenilor conținut video. Dacă în 2010 erau puțin sub un miliard de utilizatori unici a rețelelor de socializare media, în 2019 sunt (Kemp, 2019) peste 3,48 de miliarde de utilizatori la nivel global.

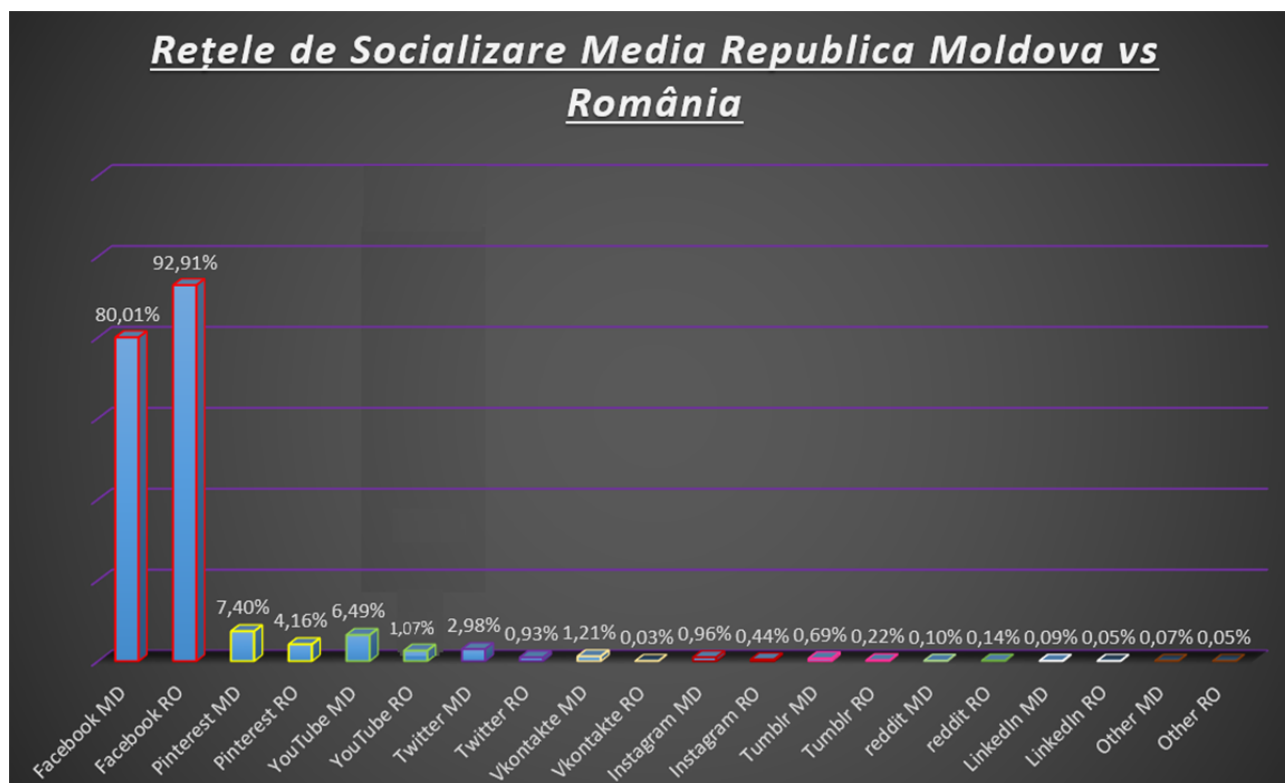
În iulie 2019 cele mai populare rețele de socializare media, ordonate după numărul de useri activi, date exprimate în milioane, se prezintă după cum poate fi observat și din graficul nr 1.

Astfel pe primul loc se situează Facebook, cu 2.375 milioane utilizatori, pe locul doi, YouTube cu 2.000 milioane și pe locul trei WhatsApp cu 1.600 utilizatori.



Graficul nr. 1 Număr de utilizatori activi din Iulie 2019

Source: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>



Gaficul nr. 2 Rețelele de socializare Media Republica Moldova vs România

Adaptat si prelucrat dupa date și informații obținute de pe <https://gs.statcounter.com>

Din analiza datelor prezentate în Graficul nr.2, putem trage câteva concluzii, astfel în ambele țări piața rețelelor de socializare este dominată de Facebook, cu o cotă de piață de 92,91% în România și 80,01% în Moldova. Pe locul doi în România cât și în Moldova este Pinterest, cu 4,16%, respectiv 7,40%. Pe locul trei în România cât și în Moldova, este YouTube cu 1,07% și respectiv 6,49% în Moldova cotă de piață. Celelalte rețele de socializare sunt noi pe piața din cele două țări însă succesul acestora este mai mare în rândul segmentului reprezentat de tineri, care sunt mult mai deschiși în a accesa noi rețele de socializare. Telefoanele inteligente au fost cele care au revoluționat vânzările în on-line, astfel consumatorul zilelor noastre nu trebuie să aibă un anumit loc să acceseze social-media, ci telefoanele inteligente îl ajută să aibă un acces mult mai facil din 2007, când a apărut pe piață primul Iphone ce oferea asemenea facilități. Această facilitate oferită de telefoanele inteligente a reprezentat un salt important, ce a permis consumatorului să acceseze de oriunde informații despre produsele și serviciile companiilor.

Studiul își propune să analizeze modul cum o strategie orientată spre on-line, după ultimele schimbări ce se manifestă pe piață în materie de monedă utilizată și confidențialitate, poate influența vânzările. Am analizat ultimele noutăți în materie de răspuns la impactul rețelelor de socializare asupra piețelor, astfel Facebook a inițiat un proiect ce prevede existența unei criptomonede dezvoltată de gigantul dorește să o lanseze pe piață. Reacțiile din partea băncilor centrale dar și a Rezervei Federale a SUA nu au întârziat să apară și să solicite informații suplimentare asupra impactului pe care aceasta îl va avea (www.startupcafe.ro) Țările care au exprimat public puncte de vedere asupra acestui aspect au fost Franța și Germania, care au văzut în această criptomonedă un risc real legat de suveranitatea statelor din Uniunea Europeană. Inițiatorii altor monede digitale au văzut în Libra un competitor real, aceștia oferind infrastructura dar și tehnologie necesară pentru crearea monedelor. Motivul pentru care emitenții se vor lovi însă de opoziția conducerii țărilor din zona Uniunii Europene este legat de faptul că acestea trebuie să controleze câte monezi digitale ar trebui emise dar și ce rezerve ar trebui să dețină pentru susținerea acestora (www.mediafax.ro).

Mark Zuckerberg – CEO Facebook, și-a exprimat public dorința de a orienta misiunea companiei sale spre asigurarea confidențialității utilizatorilor platformei (Sandler, 2019).

Din acest punct de vedere, platforma va dezvolta noi instrumente care să ajute utilizatorul să urmărească activitatea contului său dar și să prevină eventuale utilizări ale datelor personale. Spre exemplu, instrumentul Off-Facebook Activity, prezintă utilizatorilor un rezumat al informațiilor pe care alte aplicații le-au trimis către Facebook și le permite să îl șteargă din contul lor. Alte instrumente vor ajuta utilizatorii ca datele personale să fie folosite în viitor pentru a reprezenta ținte pentru campanii. Toate aceste îmbunătățiri aduse platformei nu pot să oprească în totalitate utilizarea datelor personale, mai ales în etapele de înscriere pe platformă, iar din acest punct de vedere trebuie urmărit impactul pe care aceste restricții îl pot avea asupra vânzărilor.

CONCLUZII

În concluzie, o strategie de succes legată de rețelele de socializare trebuie să reușească să realizeze diferența între miile de mesaje publicitare cu care consumatorii sunt asaltați zilnic și mesajul tău. Din acest punct de vedere trebuie utilizată o strategie de marketing care să vizeze segmentarea pieței și diferențierea strategiei pe segmentul dorit pentru eficientizarea activității în mediul on-line. Prezentul studiu a analizat acest aspect pe piața din România și Republica Moldova și a reliefat faptul că piețele prezintă similitudini referitoare la top trei cele mai utilizate rețele de socializare, respectiv Facebook, Pinterest și YouTube. Eficiența rețelelor de socializare în creșterea vânzărilor este dată de realizarea unor recomandări bune, pe baza cărora consumatorul să ia o decizie avantajoasă; identificarea intențiilor consumatorului prin consultarea istoricului paginilor

acesate, a zonelor sale de interes; expunerea ofertelor care prezintă o atractivitate ridicată din partea consumatorilor; oferirea de informații în timp real, ținând cont de multitudinea de alternative pe care consumatorul le are în acest mediu și care nu presupun deplasarea fizică a caestuia ci doar accesarea de informații de la concurență.

BIBLIOGRAFIE

- Abdulah M., 2017, *The Impact of Social-media on Sales*, <https://www.entrepreneur.com/article/297990>
- Ahmad I., 2018, <https://www.socialmediatoday.com/news/the-history-of-social-media-infographic-1/522285/>,
- Andrews E., 2019, Who invented the internet?, <https://www.history.com/news/who-invented-the-internet>
- Frogameni V. , 2012, *Social-media influence on sales*, <https://www.business2community.com/social-media/social-medias-influence-on-sales-0147795>, accesat la data de 15.09 2019
- Kemp S., 2019, *Digital trends 2019: Every single stat you need to know about the internet*, <https://thenextweb.com/contributors/2019/01/30/digital-trends-2019-every-single-stat-you-need-to-know-about-the-internet/> , accesat l data de 17 septembrie 2019
- Lua A., 2019, *21 Top Social Media Sites to consider for your Brands*, <https://buffer.com/library/social-media-sites>, accesat l data de 18 septembrie 2019
- McFadden C., 2018, *A Chronological History of Social Media*, <https://interestingengineering.com/a-chronological-history-of-social-media>
- Sandler.R, 2019, *Facebook Introduces A Tool That May Make It Harder For Websites to Track You*, <https://www.forbes.com/sites/rachelsandler/2019/08/20/facebook-introduces-a-tool-that-may-make-it-harder-for-websites-to-track-you/#16275d507c01>, accesat la data de 16.09 2019
- * <http://www.gemius.ro/all-reader-news/audienta-si-topul-retelelor-de-socializare-din-romania.html>, accesat la data de 20 septembrie 2019
- *<https://www.socialmediatoday.com/news/the-history-of-social-media-infographic-1/522285/> accesat la data de 10 septembrie 2019
- *<https://www.antevenio.com/usa/a-brief-history-of-social-networks/> accesat la data de 12 septembrie 2019
- *<https://makeawebsitehub.com/social-media-sites/> accesat la data de 13 septembrie 2019
- *<https://buffer.com/library/social-media-sites> accesat la data de 13 septembrie 2019
- *<https://www.gemius.com/all-reader-news/romania-top5-social-networks.html> accesat la data de 15 septembrie 2019
- *<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2018-moldova-january-2018> accesat la data de 17 septembrie 2019
- *<https://www.goodfirms.co/resources/social-media-usage-trends-research> accesat la data de 14 septembrie 2019
- *<https://www.gemius.com/e-commerce-news/reaching-young-adults-a-targeting-mission-impossible-5227.html> accesat la data de 14 septembrie 2019
- *<https://www.gemius.com/e-commerce-news/the-end-of-the-tv-era-is-near-an-interview.html> accesat la data de 12 septembrie 2019
- *<https://www.smarthostingplans.com/analytics/top-social-media-apps-worldwide-for-q2-2019-by-downloads/> accesat la data de 13 septembrie 2019
- *<https://www.startupcafe.ro/marketing/firme-publicitate-tehnologie-public-tinta-deep-learning.htm> accesat la data de 16 septembrie 2019
- *<https://www.startupcafe.ro/marketing/facebook-activity-sterge-date-istoric-aplicatii-afaceri-reclame.htm> accesat la data de 17 septembrie 2019
- *<https://www.mediafax.ro/economic/26-de-banci-internationale-vor-cere-lamuri-din-partea-facebook-in-privinta-criptomonedei-libra-18399399> accesat la data de 19 septembrie 2019
- *<https://www.startupcafe.ro/afaceri/libra-facebook-rival-exchange-criptomonedede.htm> accesat la data de 16 septembrie 2019