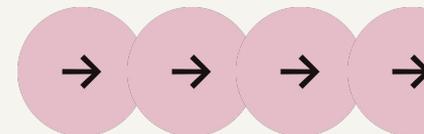
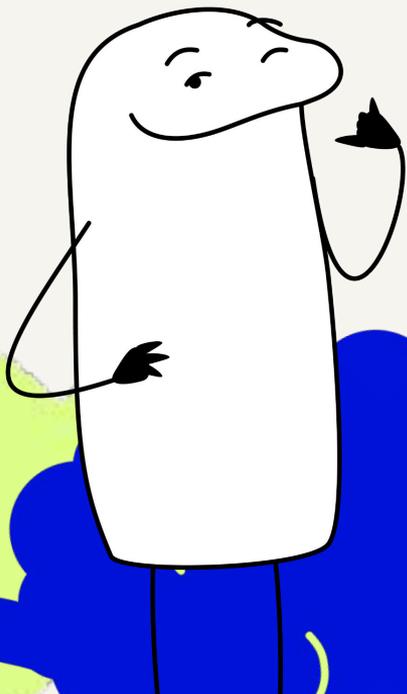


РОЗВИТОК



соцмереж в Україні

До та під час повномасштабного вторгнення



Д&МІ

OMG
agency

Загально про ринок реклами

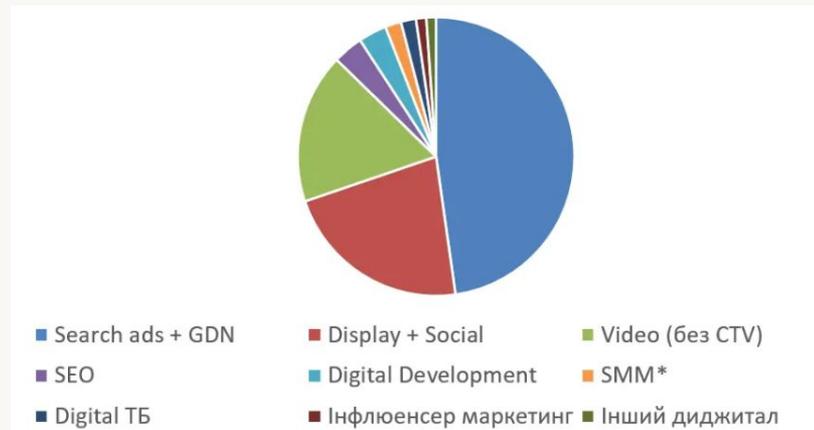


Digital – лідер рекламного ринку

За результатами дослідження Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК) та IAB Україна, рекламний ринок у 2024 році демонструє позитивну динаміку, попри війну та економічні виклики, що постають перед галуззю.

Загальний ріст ринку склав 29% у порівнянні з 2023 роком, а обсяг рекламного ринку досяг 54,3 млрд грн.

Digital-реклама зберігає позицію лідера. У 2024 році обсяг digital склав 41,7 млрд грн (+25% до 2023 року), що становить 78,8% від загального рекламного ринку (з урахуванням Digital ТБ). Найбільше зростання серед Digital інструментів цього року показали SMM (+60%), Відеореклама без СTV (+42%), а також Search ads + GDN (+30%). В абсолютному значенні бюджети розподілилися наступним чином:



Category	2024, млн грн	Доля
Search ads + GDN	20288	48%
Display + Social	9367	22%
Video (без СTV)	7410	17%
SEO	1491	4%
Digital Development	1400	3%
SMM*	793	2%
Digital ТБ	750	2%
Інфлюенсер маркетинг	510	1%
Інший диджитал	477	1%

Digital – лідер рекламного ринку

Загальний рекламний ринок у 2025 році прогнозується на рівні 69,2 млрд грн (+27%). Digital-реклама залишатиметься основним драйвером зростання, з очікуваним збільшенням бюджету на 28%.

Найбільший вклад зроблять пошук (+40%) та відеореклама (+14%). ТБ реклама також збереже позитивну динаміку (+24%).

Category	2021, млн грн	2022, млн грн	2023, млн грн	2024, млн грн	Change 2024 vs 2023, %	2025, млн грн	Change 2025 vs 2024, %
Digital (Internet) , усього	32225	20071	33259	41736	25	53604	28
Display + Social	5037	3105	8500	9367	10	10771	15
Video (без CTV)	7326	2989	5236	7410	42	8469	14
Search ads + GDN	17835	12485	15606	20288	30	28403	40
Інфлюенсер маркетинг	494	198	408	510	25	612	20
SMM*	840	394	496	793	60	1189	50
SEO	n/a	554	1165	1491	28	1789	20
Digital Development	n/a	n/a	1450	1400	-3	1750	25
Інший диджитал	693	346	398	477	20	621	30
ТБ-реклама, всього	13642	2604	3870	5800	50	7175	24
Digital ТБ	n/a	n/a	450	750	67	900	20
Реклама в пресі	1599	342	357	387	8	435	12
ООН Media	4098	1756	3244	4626	43	5742	24
Радіо реклама	855	333	865	1035	20	1295	25
Рекламний ринок, усього	52419	25106	42045	54334	29	69151	27

*Примітка: категорія SMM включає лише медійні бюджети, розміщені через профільні агенції.
Дослідження Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК) та IAB Україна у 2024р, зведені UAMASTER

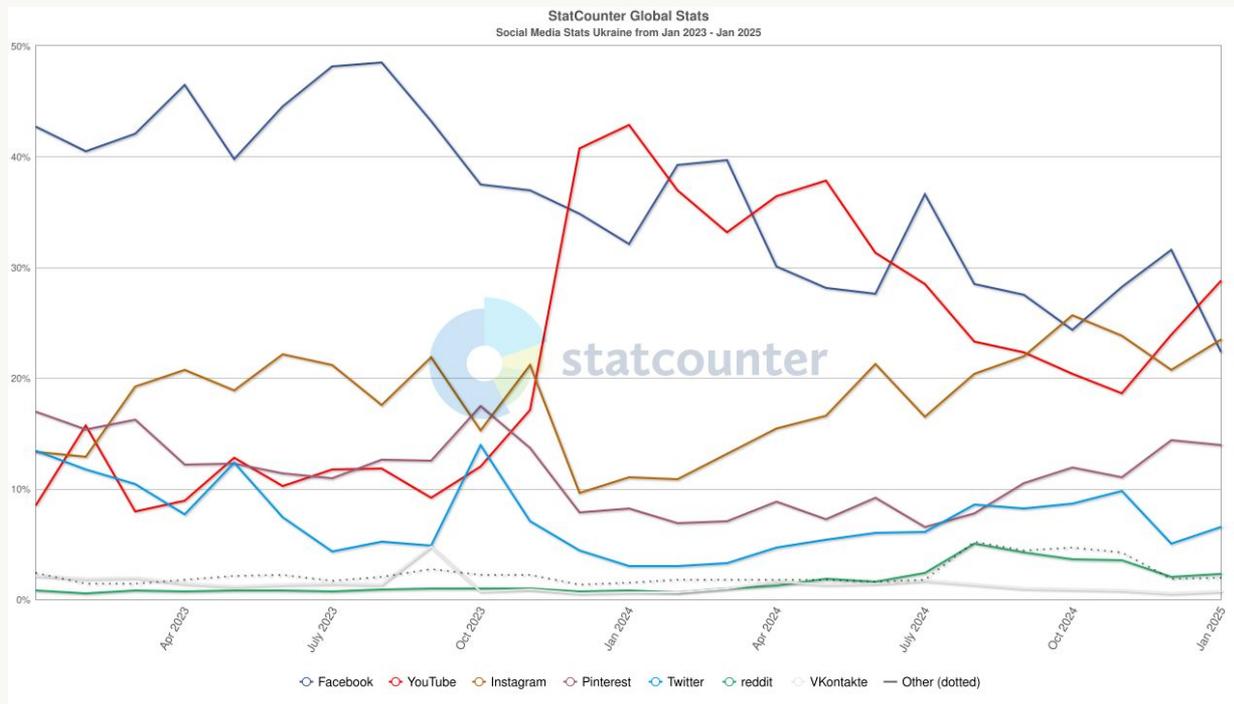
Загально про розвиток SMM



З грудня 2023 року дуже зросли показники у YouTube, де з травня попит почав зменшуватися, але знову, з грудня (вже 2024 року) показники знову підвищуються.

Інстаграм, не дивлячись на постійні скачки та спади інтересу - має досить помітний загальний тренд на зростання попиту.

Facebook з січня 2023 року поступово знижує свої позиції

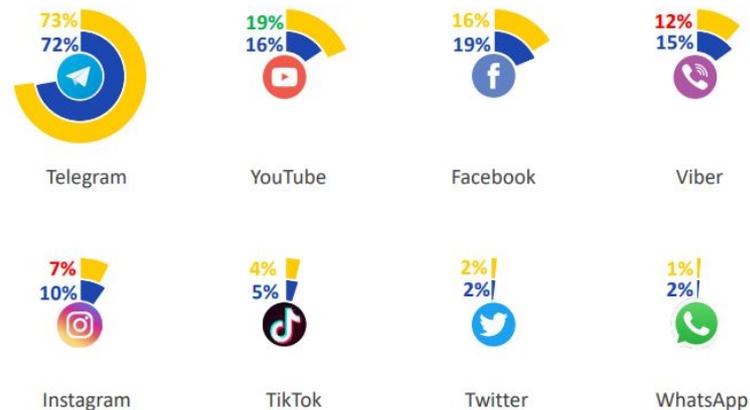


Користування соціальними мережами для спілкування, 2023-2024



■ 2024 ■ 2023

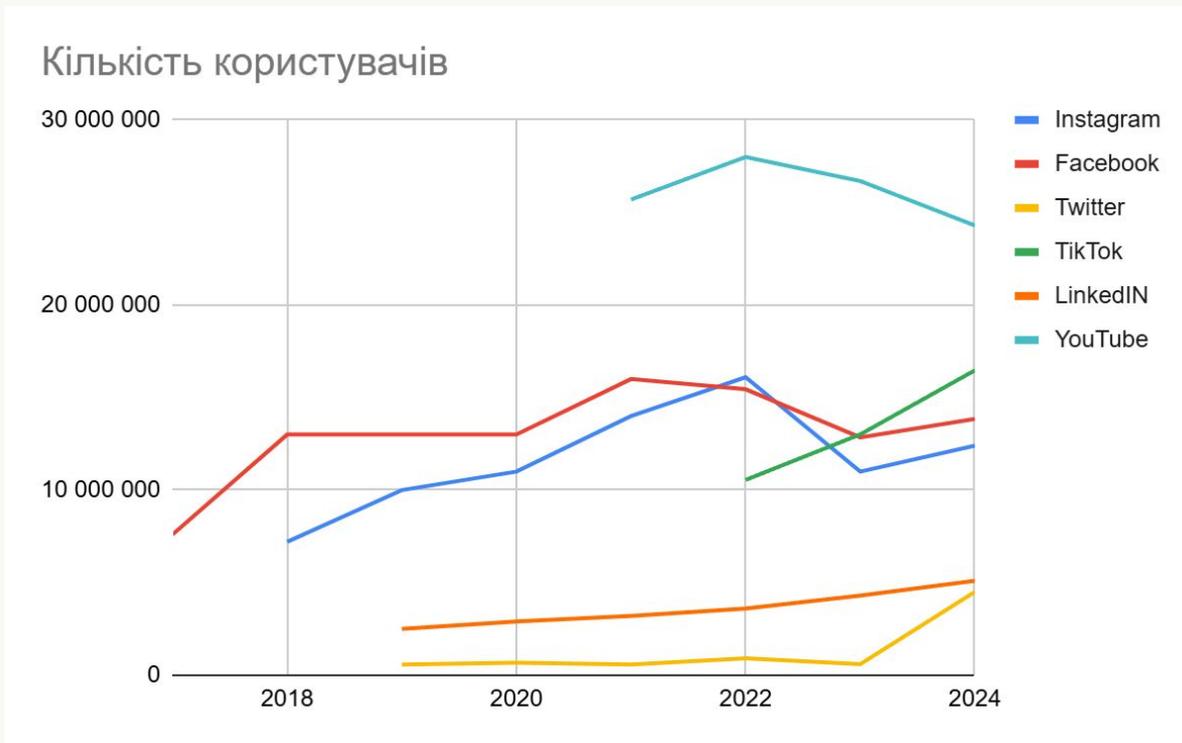
Переважна мережа для отримання новин в соціальних мережах, 2023-2024



У 2024 році Telegram продовжує залишатися основною соціальною мережею для спілкування та споживання новин, демонструючи зростання щодо охоплення та значно перевищуючи показники інших соціальних мереж. Використання YouTube збільшилось як у контексті загального залучення, так і в контексті споживання новин. У Viber та Instagram спостерігається зниження інтересу до новин.

Найстабільніша соціальна мережа, що постійно зростає за кількістю підписників (незалежно від ситуації в країні) - LinkedIn.

YouTube має найбільші показники по кількості користувачів, а Twitter - найменшу.



Прогноз розвитку соціальних мереж в Україні

Найбільш активними каналами по зростанню аудиторії на 2025 рік, будуть: Twitter, TikTok та YouTube

Загально, окрім цих каналів досить активним є зростання використання Telegram каналів (не з боку споживання новин, а комунікації з людьми та брендами)

		2022	2023	2024	2025
Популяція		43 330 000	36 070 000	37 420 000	35 759 333
Активні SMM користувачі		31 100 000	26 700 000	24 300 000	29 590 000
Instagram	Користувачів	16 100 000	11 000 000	12 400 000	14 914 286
	Чоловіків	39,10%	41,60%	37,20%	38,89%
	Жінок	60,90%	58,40%	62,80%	61,11%
Facebook	Користувачів	15 450 000	12 850 000	13 850 000	15 951 786
	Чоловіків	39,50%	42,10%	40,80%	39,61%
	Жінок	60,50%	57,90%	59,20%	60,39%
Twitter	Користувачів	910 400	595 900	4 500 000	8 404 100
	Чоловіків	72,90%	65,30%	48,80%	32,30%
	Жінок	27,10%	34,70%	51,20%	67,70%
TikTok	Користувачів	10 550 000	13 010 000	16 470 000	19 263 333
	Чоловіків	41,10%	46,70%	48,30%	52,57%
	Жінок	58,90%	53,30%	51,70%	47,43%
LinkedIn	Користувачів	3 600 000	4 300 000	5 100 000	5 360 000
	Чоловіків	53,30%	54,30%	51,20%	52,25%
	Жінок	46,70%	45,70%	48,80%	47,75%
YouTube	Користувачів	28 000 000	26 700 000	24 300 000	24 800 000
	Чоловіків	46,80%	46,90%	47,10%	46,85%
	Жінок	53,20%	53,10%	52,90%	53,15%

Медіаспоживання цільової аудиторії

		Instagram	Facebook	TikTok	YouTube	LinkedIN	X
18-24	Жінки	14,2%	5,7%	13,5%	2,8%	14,0%	12,4%
	Чоловіки	10,3%	3,3%	14,4% 🏆	3,3%	14,6%	17,4% 🏆
25-34	Жінки	15,1%	10,9%	12,6%	5,9%	26,4%	14,7%
	Чоловіки	12,1%	8,0%	20,3% 🏆	6,4%	28,4% 🏆	24,3% 🏆
35-44	Жінки	14,2%	13,4%	6,7%	10,1%	6,3%	7,3%
	Чоловіки	8,1%	10,9%	9,9% 🏆	10,1%	8,3% 🏆	15,9% 🏆
45-54	Жінки	9,5%	12,0%	5,0%	9,2%		
	Чоловіки	4,3%	8,4%	6,5%	8,7%		
55-64	Жінки	5,7%	10,2%	5,5%	9,1%		2,0%
	Чоловіки	2,1%	6%	5,6%	7,1%		4,1%
65+	Жінки	3,2%	7,5%		11,0%		
	Чоловіки	1,2%	3,7%		6,3%		

Threads

Згідно з дослідженнями за квітень 2025 року:

Стать:

Чоловіки — 57% 🏆
Жінки — 43%

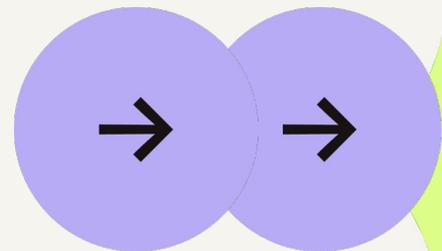
Вікові групи:

18–24 роки — 20.4%
25–34 роки — 28.7% 🏆
35–44 роки — 19.2%

(інші вікові групи не розкриті)

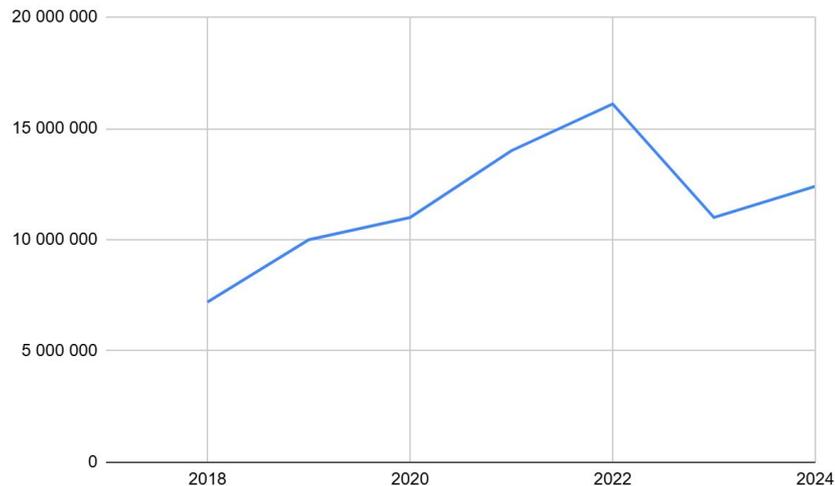
*Дані в таблиці з дослідження datareportal 2025, дані по Threads — resourcera

Instagram



Загальна інформація

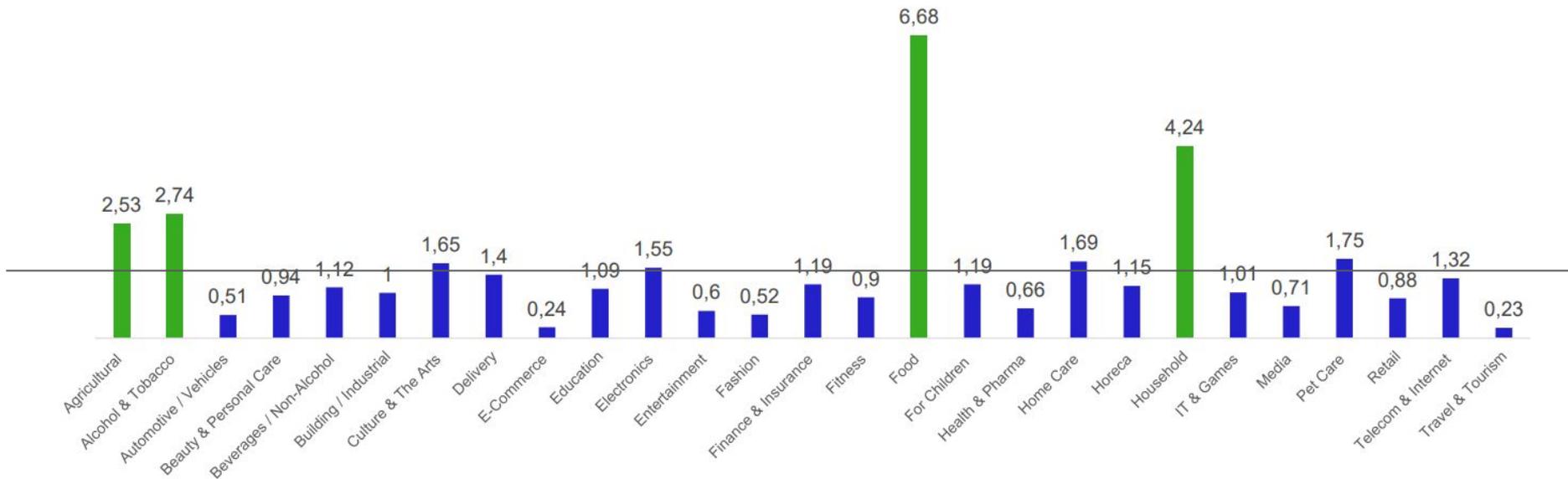
		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Instagram	Користувачів	7 200 000	10 000 000	11 000 000	14 000 000	16 100 000	11 000 000	12 400 000
	Чоловіків	39%	40%	40%	38,40%	39,10%	41,60%	37,20%
	Жінок	61%	60%	60%	61,60%	60,90%	58,40%	62,80%



Кількість підписників знизилася у 2022 році й на цей момент повністю не відновилася, але вже починає збільшуватися.

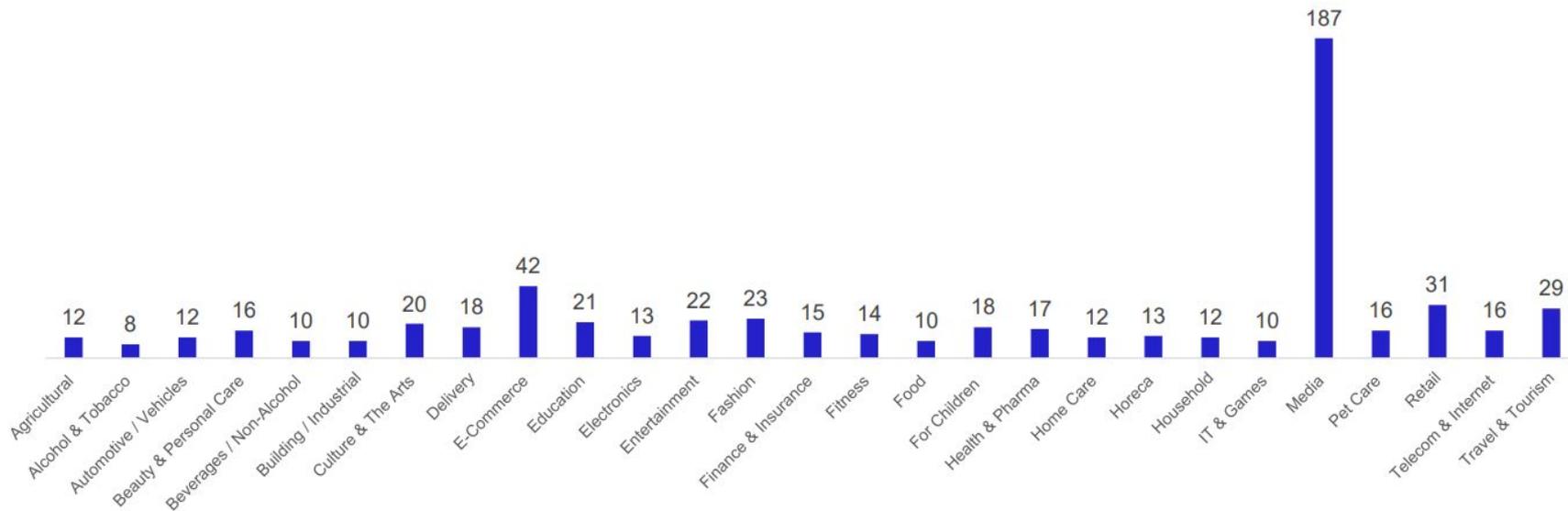
Жіноча аудиторія постійно переважає чоловічу на цьому каналі.

Середній ER в Україні - 1,45%



* Згідно дослідження IAB 2023.

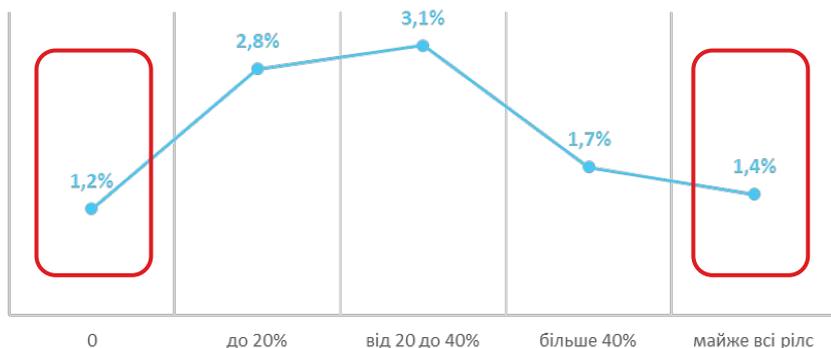
18 ПУБЛІКАЦІЙ НА МІСЯЦЬ — СТАНДАРТ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ в Instagram



- Найбільша кількість публікацій в категорії Media, наступні за кількістю E-Commerce, Retail та Travel & Tourism.
- 18 публікацій є оптимальною кількістю для всіх категорій

ЩО МИ ЩЕ ВІДМІТИЛИ:

Вплив відео на залучення (ER):



Рекомендуємо!

Використовувати відео у контенті Instagram, але не будувати на ньому весь контент.

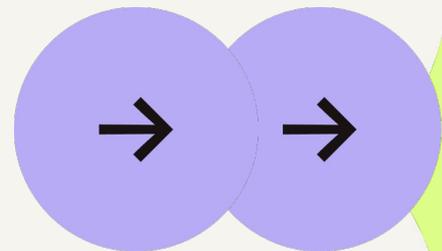
Дослідження Meta показало, що додавання Reels до маркетинг-міксу збільшує:

- Приріст запам'ятовування реклами на 54%
- Намір купити на 93%

Відео, де показано обличчя людини (дорослого або дитини), мають CTR на 27% вище від середнього.

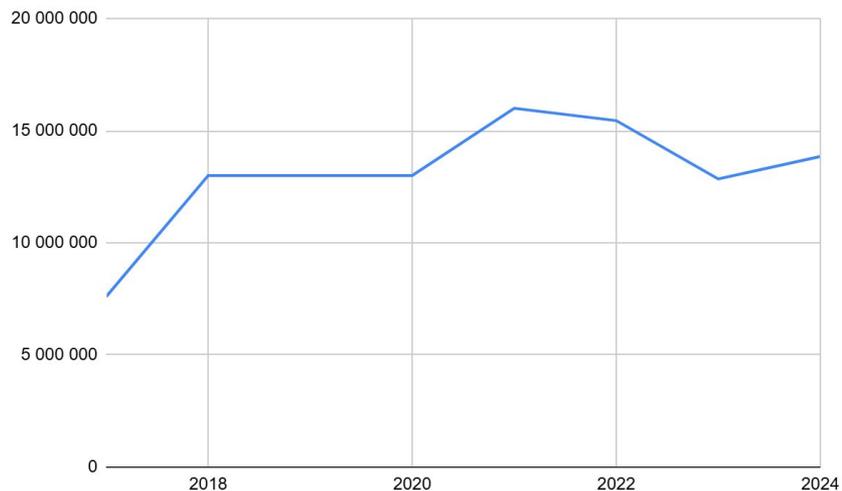
*Згідно дослідження IAB 2023. Для отримання результатів було проаналізовано 610, серед яких кожний бренд публікував хоча б 2 пости протягом 3-х останніх місяців, або по 1 посту кожного місяця

Facebook



Загальна інформація

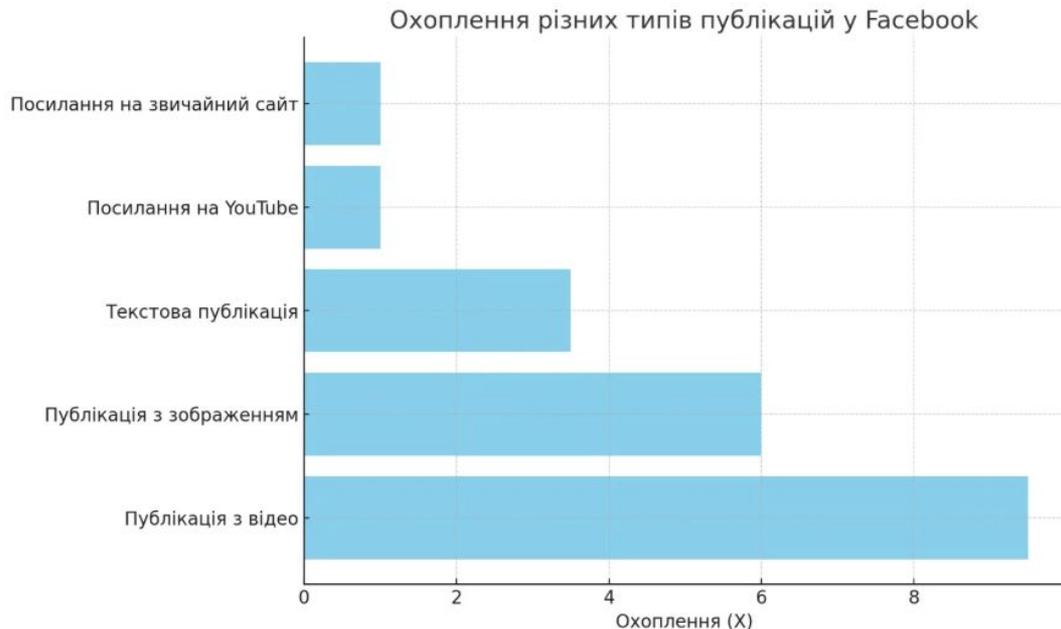
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Facebook	Користувачів	7 600 000	13 000 000	13 000 000	13 000 000	16 000 000	15 450 000	12 850 000	13 850 000
	Чоловіків	44%	43%	41%	40%	40,10%	39,50%	42,10%	40,80%
	Жінок	56%	57%	59%	60%	59,90%	60,50%	57,90%	59,20%



Кількість підписників знизилася у 2022 році й на цей момент повністю не відновилася, але вже починає збільшуватися.

Жіноча аудиторія постійно переважає чоловічу на цьому каналі.

Що по охопленню? Де краще ставити коментарі?



Інвестуйте у Відеоконтент.

Відеоконтент є найефективнішим для залучення аудиторії. Facebook віддає перевагу відео, завантаженим безпосередньо на платформу, що позитивно впливає на охоплення. Оскільки відео досягають найбільшого охоплення, варто інвестувати у створення якісного відеоконтенту, який буде цікавим та залучаючим для вашої аудиторії.

Уникайте Посилань.

Публікації з посиланнями мають менше охоплення, тому варто використовувати їх обережно. Якщо необхідно поділитися посиланням, спробуйте зробити це у коментарях до основного посту.

Платна реклама.

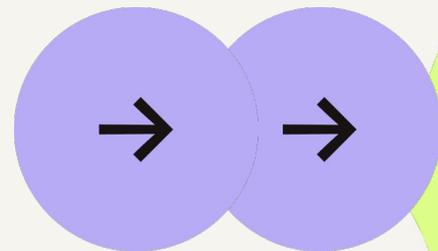
За результатами досліджень, органічне охоплення в Facebook постійно зменшується. Лише 2-5% підписників вашої сторінки побачать публікацію, якщо ви не використовуєте рекламу в Facebook для просування публікацій. Якщо вам потрібно збільшити охоплення, закладайте витрати на Meta Ads в свій бюджет.

Корисна інформація

Оскільки Google стикається з антимонопольним контролем і зростанням витрат на рекламу, Facebook підтримує відносно стабільні ціни та продуктивність для рекламодавців.

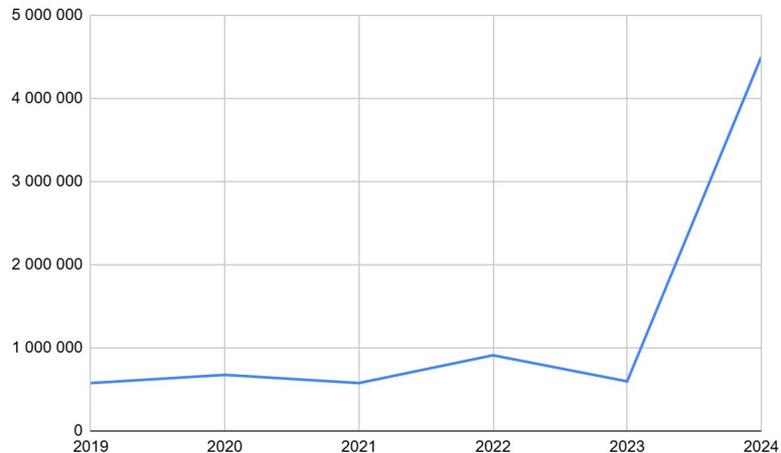
- Середній CTR (коефіцієнт клікабельності) для кампаній з генерації лідів: 2.53% (зросло з 2.50% у 2023 році)
- Середня вартість за клік для кампаній з генерації лідів: \$1.88 (знизилась з \$1.92)
- Середній коефіцієнт конверсії для кампаній з генерації лідів: 8.78% (зросло з 8.25%)
- Середня вартість за лід: \$21.98 (знизилась з \$23.10)

Twitter



Загальна інформація

		2019	2020	2021	2022	2023	2024
Twitter	Користувачів	575 000	674 000	576 000	910 400	595 900	4 500 000
	Чоловіків	73%	69,90%	80,50%	72,90%	65,30%	48,80%
	Жінок	27%	30%	19,50%	27,10%	34,70%	51,20%



Кількість підписників різко злетіла у 2024 році. В основному через те, що активно додалися нові користувачі - жінки.

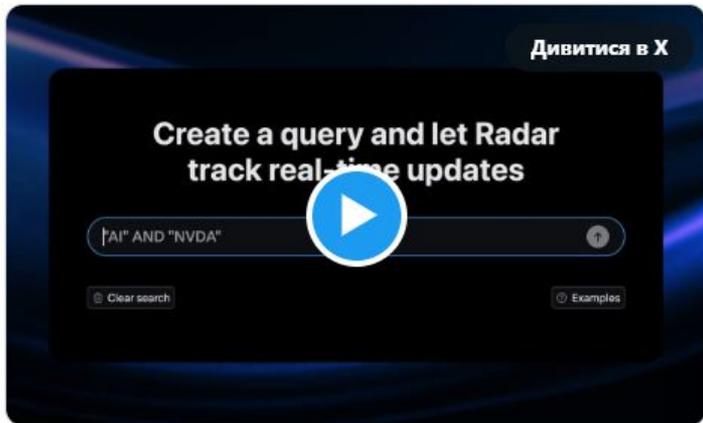
До цього року в підписниках значно переважали чоловіки.



Today, we're expanding the roll-out of Radar, our real-time trend analysis tool (formerly known as Insights).

With Radar, you can be among the first to spot emerging trends as they happen.

Access is rolling out to select Premium+ users starting today. This is an early version... [Показати більше](#)



9:05 пп · 18 жовт. 2024



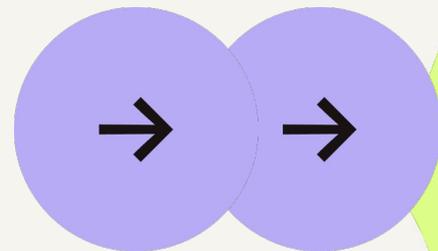
2,8 тис. Відповісти Копія посл.

Компанія X представила новий аналітичний інструмент 'Radar', який вже починає з'являтися у користувачів Premium+.

Цей інструмент, спочатку презентований у серпні, дозволяє користувачам налаштовувати відстеження ключових слів і моніторити обсяг розмов з плином часу, що допомагає бізнесам відстежувати тренди у своїй ніші та оптимізувати свою стратегію.

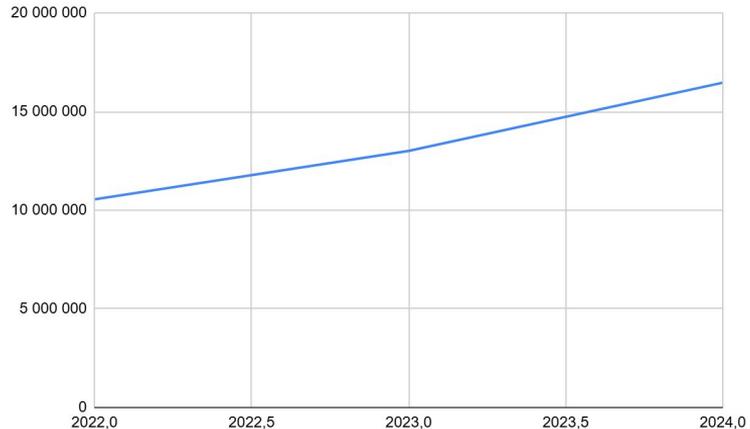
'Radar' є частиною розширених функцій, доступних у X Pro, Media Studio та чат-боті Grok AI. Цей новий інструмент також дозволяє видаляти рекламу з досвіду користування додатком, що є важливим перевагою для бізнес-користувачів.

TikTok



Загальна інформація

		2022	2023	2024
TikTok	Користувачів	10 550 000	13 010 000	16 470 000
	Чоловіків	41,10%	46,70%	48,30%
	Жінок	58,90%	53,30%	51,70%



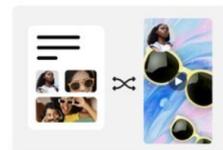
З 2022 року кількість користувачів активно зростає.

Основна аудиторія - жінки, але вони випереджають усього на 3,4,% чоловіків

Symphony Creative Studio

Основні функції інструменту:

- Цифрові аватари: Індивідуально налаштовувані AI-аватари, які можуть представляти бренд у відео. Вже популярні в Китаї для стримів із продажів.
- Багатомовна підтримка: Можливість створення контенту різними мовами для виходу на глобальні ринки.
- Кастомізація: Генеровані ролики можна редагувати та адаптувати під потреби бренду.



Generate & remix videos

Quickly generate new videos from basic info.



Avatar videos

Add a narrator to deliver your video script.



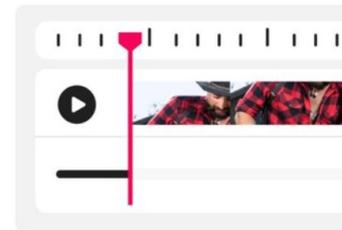
Generate avatar

Narrate scripts with your own generated avatar.



Translate & dub videos

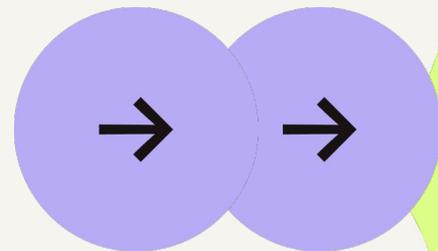
Dub your videos into different languages.



Video editor

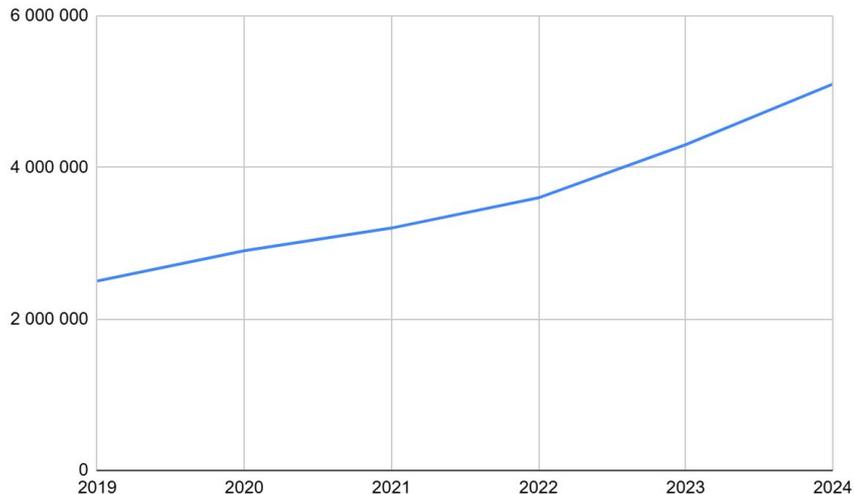
Edit your video with TikTok-style features.

LinkedIn



Загальна інформація

		2019	2020	2021	2022	2023	2024
LinkedIn	Користувачів	2 500 000	2 900 000	3 200 000	3 600 000	4 300 000	5 100 000
	Чоловіків	53%	54,20%	51,90%	53,30%	54,30%	51,20%
	Жінок	47%	45,80%	48,10%	46,70%	45,70%	48,80%



Найстабільніший канал з точки зору постійного зростання кількості користувачів.

Основна аудиторія - чоловіки. Станом на зараз, розрив між чоловіками та жінками складає усього 2,4%.

Microsoft тестує Performance Max з інтеграцією LinkedIn

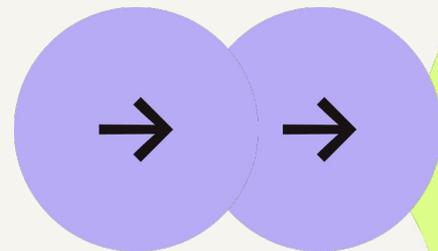
Маркетологи у шести ключових країнах — США, Канаді, Великій Британії, Австралії, Франції та Німеччині — отримають доступ до професійних даних LinkedIn.

Ці дані включають інформацію про компанії, галузі та функції роботи користувачів. Завдяки такій інтеграції таргетинг стане значно точнішим, адже маркетологи зможуть враховувати професійні інтереси та характеристики своєї аудиторії.

Особливо цінним це нововведення буде для B2B-сегмента, де точне визначення цільової аудиторії відіграє ключову роль у досягненні результатів. За допомогою професійних даних LinkedIn компанії зможуть ефективніше просувати свої пропозиції серед відповідних фахівців та приймати обґрунтовані маркетингові рішення.

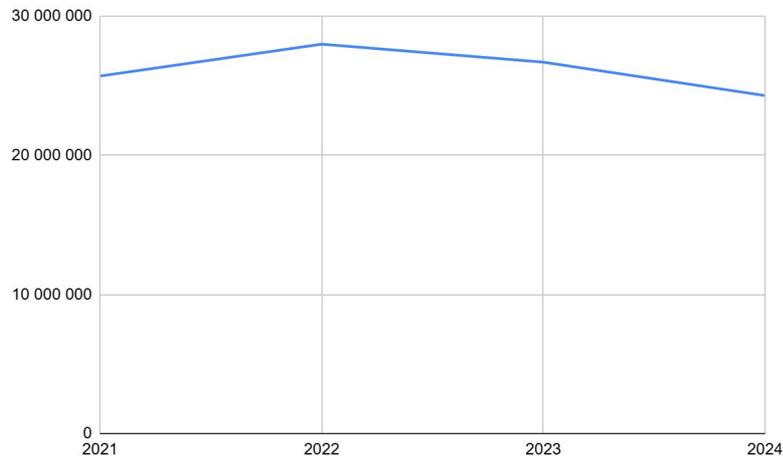
Чекаємо в Україні після тестів

YouTube



Загальна інформація

		2021	2022	2023	2024
YouTube	Користувачів	25 700 000	28 000 000	26 700 000	24 300 000
	Чоловіків	47,40%	46,80%	46,90%	47,10%
	Жінок	52,60%	53,20%	53,10%	52,90%



Має найбільшу кількість підписників серед усіх каналів, але потроху з 2022 року зменшується кількість підписників.

Основна аудиторія - жінки.

YouTube тестує новий формат реклами: Cost-Per-Hour Masthead

Як це працює:

Рекламодавці можуть придбати конкретні години перед, під час або після важливих подій, гарантуючи повне володіння усіма показами Masthead на десктопах, мобільних пристроях, підключених телевізорах і планшетах.

Такий підхід дозволяє забезпечити максимальну видимість під час найбільш критичних маркетингових моментів.

Потенційні сценарії використання:

- Великі запуски продуктів
- Часові оголошення
- Кампанії до свят
- Реклама під час прямиотрансмісійних подій
- Маркетинг на культурних моментах

Перевіряємо у кожного клієнта наявність

Про тренди SMM 2025 року



Комунікаційні маяки на 2025 рік

UGC + EGC

Контент, що створений користувачами бренду та співробітниками - зміцнює довіру аудиторії. Цей формат демонструє реальні враження, що робить їх особливо переконливими.

Оmnіканальність та кросплатформеність

Бути у всіх платформах, взаємодіяти з інфлюєнсерами на кожному його каналі, щоб глибше розкривати довіру до бренду та збільшувати точки контакту

Спільноти у коментарях та інтерактиви

У 2025 році зовнішні взаємодії бренду стануть набагато більш стратегічними. Розділ коментарів стає додатковим простором для реклами та ефективних комунікацій

B2Z

В 2025 році це майбутнє буде за зумерами. Молода аудиторія все частіше знайомиться з брендом саме в соцмережах. Цей показник підскочив до 36% серед покоління зумерів

Креативні платформи та амбасадори

Вже недостатньо просто зробити огляд продукції чи порекомендувати її - потрібна єдина концепція, що націлена на залучення аудиторії та довірою аудиторії до обличчя бренду

Колаборації

Неочікувані колаборації стають трендом 2025 року. Чим різноманітніші бренди в колаборації - тим цікавіше. Чим більше сумісних проявів - тим більше охоплення

Трендова детоксикація та соціальна відповідальність в ДНК

Більшість модного контенту природним чином відводить ваш бренд від того, чим він відомий. Збільшується фокус на соціальні прояви. Бренд оцінюють за його соціальні сенси

→ Більше про тренди 2025



Тренди в дизайні соцмереж



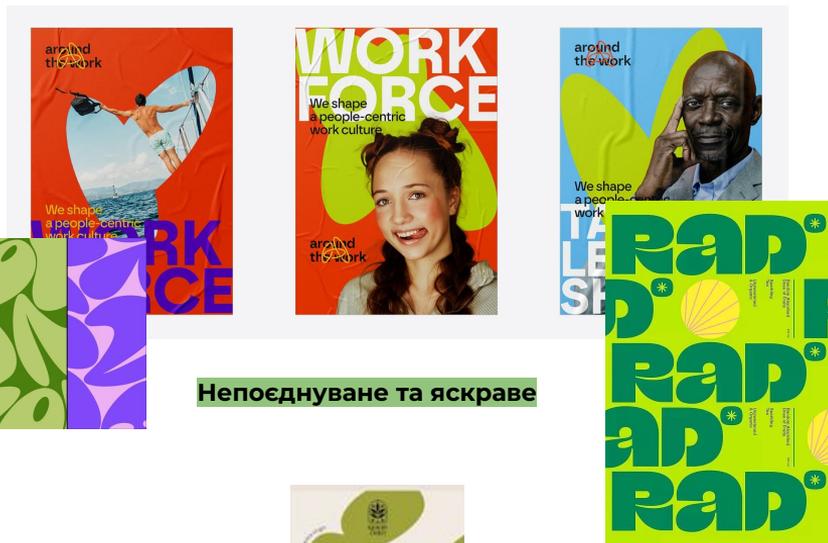
Dynamic gradients

(для фонів, плашек і т.д. Цей тренд вносить свіжість і динамічність. Можна інтерпретувати як смак і соковитість фруктів)



Абстракція і спрощення

(для фонів, плашек, додаткових елементів)



Непоєднане та яскраве

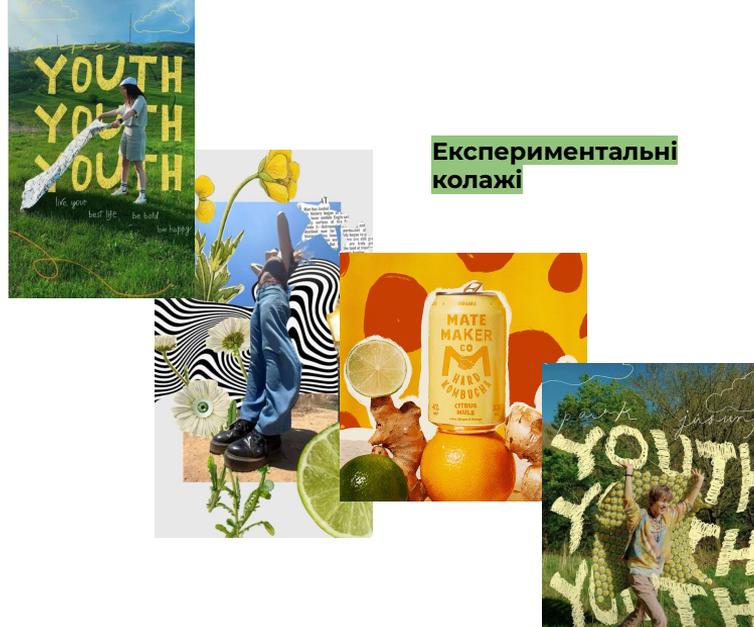
Тренди в дизайні соцмереж

Персонаж

інтеграція персонажа в фото/
окрема рубрика



Експериментальні колажі



Інтеграція ШІ

гіпербалізм, грайливість, фантазія



Дякуємо за увагу!

Д ДУМІНІ

