


מגמות פיננסיות ברשת

רבעון 1 2017





Fake News

מלחמה של הרשתות החברתיות ביצרני החדשות המזויפות בישראל תבוא לידי ביטוי בהעצמה של פלטפורמות חדשות מוכרות חשיבות ה-  נבור לאומי קארד והעסקים הבאים איתה במגע



וידאו

הנגשות ותעדופים נוספים של יכולות הוידאו לייב ו-VR סרטוני הוידאו ברשת ימשיכו לזכות לחשיפה אורגנית של עשרות/מאות אלפי צפיות תחרות חוקה בין ה-Stories לסנאפצ'אט

שירות לקוחות ובוטים

התחרות על שירות הלקוחות הדיגיטלי מחריפה ומחייבת סטנדרט של מהירות ומקצועיות השירות הבנקאי בעולם עובר מהדסקטופ למובייל, מאתרים לאפליקציות Live Bots נכנסים לשימוש בעולם, אבל המטרנד עדין לא על סף חדירה בישראל



מגמות במדיה החברתית

שינויים בפרסום

עלייה בהיקף הפרסום בדיגיטל, בעיקר בתחום המשפיענים וה-Native
מחייב את המותגים להבין גם בפרסום וגם בתוכן ולשלב ביניהם

מעבר מ-E-Commerce ל-F-Commerce

נמשכת המגמה שהחלה ב-2016 של מכירה ישירה באמצעות הרשתות החברתיות
אומץ בישראל ע"י עשרות מותגים, רובם עדיין לא מבצעים שימוש מלא ביכולות ליצירת קשר מתמשך עם הצרכן
התחזקות משמעותית בעולם ברכישות אונליין וכתוצאה מכך בצורך לכרטיסי אשראי דיגיטליים

#TRENDING

מעל 4.5 מיליון משתמשים ישראלים פעילים, בעיקר בגילאי 20-40 הרשת משיקה שינויים טכנולוגיים רבים דוגמת קידומי הוידאו והלייב, הרובומים וה-Stories חברות האשראי מובילות ברשת ובראשן לאומי קארד (220,000 עוקבים) וישראלכרמ (210,000 עוקבים)



מעל 1.5 מיליון משתמשים ישראלים פעילים, בעיקר צעירים ובני נוער מותגים ישראלים רבים מתחילים לעבוד עם הרשת, לא רק בתחומי האופנה והלייפסטייל פרופיל האינסטגרם הפעיל ביותר במגזר הפיננסי שייך לבנק לאומי (17,000 עוקבים) ואחריו בפער ניכר בנק דיסקונט (8,000 עוקבים) ולאומי קארד (2,3000 עוקבים)

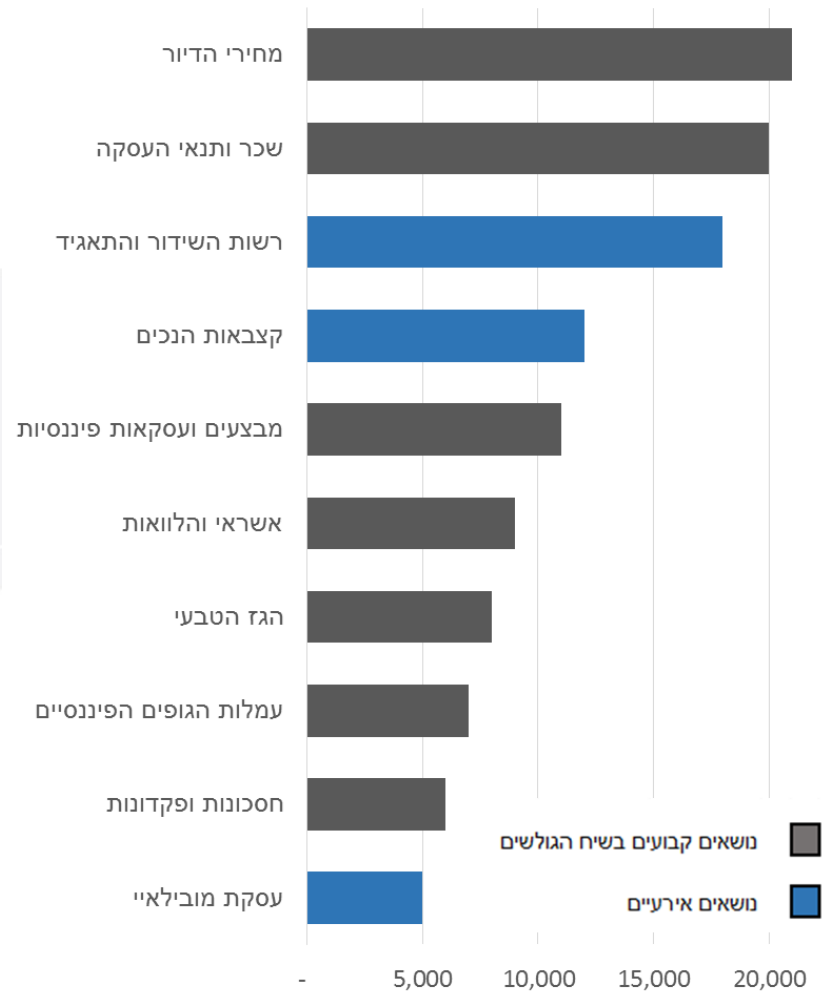


20 אלף משתמשים פעילים בלבד, אולם הרשת מגיעה לקהל איכותי הכולל פוליטיקאים, כתבים ואנשי ברנו'ה מגמת ירידה משמעותית בפעילות העולמית של הרשת, סיכון לפשיטת רגל מרבית הגופים הפיננסיים לא משקיעים בטוויטר או זוכים למאות עוקבים בלבד המובילים הם בנק לאומי (5,000 עוקבים), בנק ירושלים (2,000 עוקבים) ובנק הפועלים (1,900 עוקבים)



לא נתפסת כרשת חברתית אלא כערוץ תוכן לוידאו הפונה בעיקר לצעירים מותגים ישראלים רבים פעילים ברשת בעל היקף ההשקעה הנמוך בנק לאומי וישראלכרמ (7,000 עוקבים) מובילים בהיקף האהדה ואחריהם בנק הפועלים ודיסקונט (5,000 עוקבים)

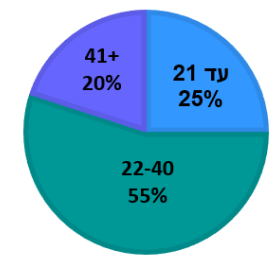
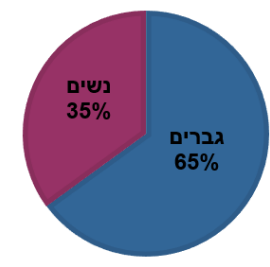


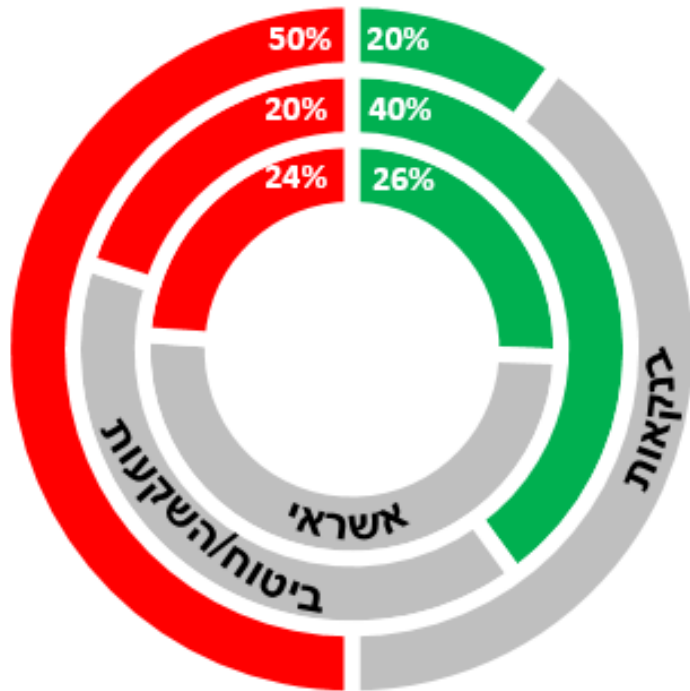


מאה אלף שיחות ברשת בחודש בנושאים פינוסיים, הרוב ללא אזכור לגוף כלשהו.

הנושאים המובילים בחודשים האחרונים מראים עד כמה הגולש הישראלי מוטרד ממצבו הפיננסי: התייעצויות בנושאי דיור, שכר, אשראי, עמלות ועוד.

מרבית המתייעצים הם מבוגרים צעירים (סטודנטים או משפחות צעירות).





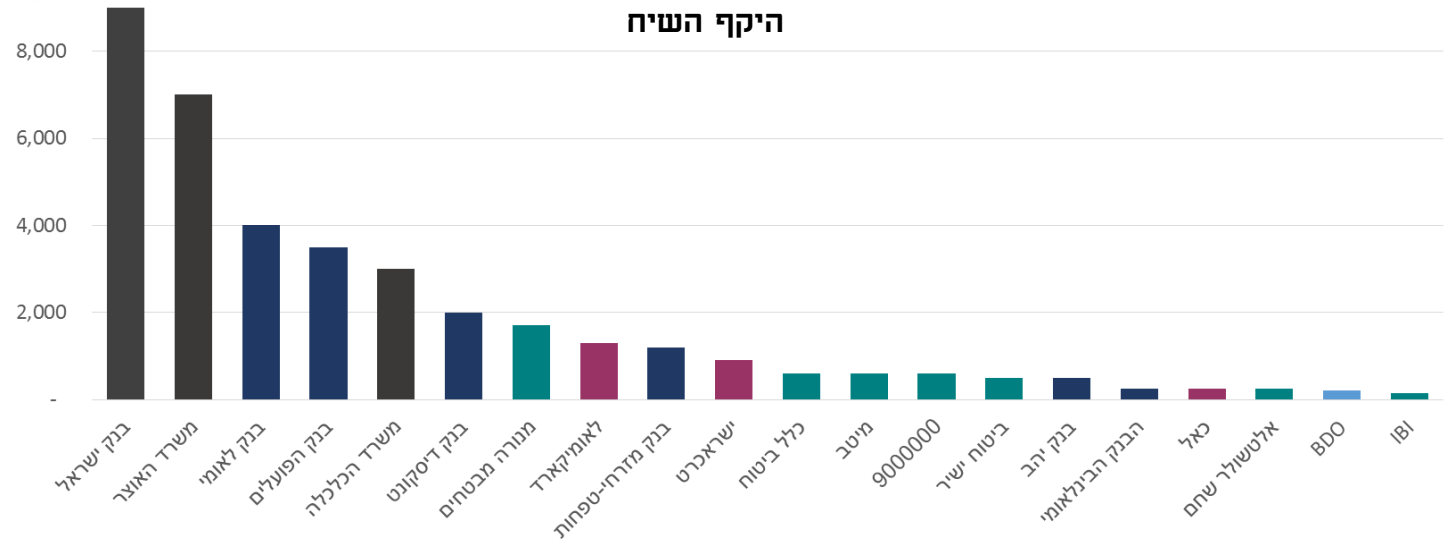
הבנקים זוכים להיקף האזכורים הגבוה ביותר (12 אלף ברבעון) וגם לשיעור הביקורת הגבוה ביותר. את השיח מובילים בפער ניכר בנק לאומי ובנק הפועלים.

גופי הביטוח והאשראי זוכים להיקף אזכורים רחב (5,000 ברבעון) בעיקר בשל ריבוי הגופים הפעילים בתחום. גופים אלה נמצאים בשיח הן בהיבט של מבצעים והן בציטוטי המלצות ההשקעה של האנליסטים מטעמם.

חברות האשראי זכו ל-2,500 אזכורים ברבעון האחרון, כאשר לאומיקארד מובילה בחשיפה.

גופים פיננסיים אחרים דוגמת בתי השקעות, חברות ייעוץ ועוד זוכים למאות אזכורים בלבד.

היקף השיח



נכסים דיגיטליים

