**45% budżetów na influencerów jest marnowana – nowe dane alarmują!**

**Influencer marketing rośnie w siłę, ale nowe dane wskazują na poważny problem. Według najnowszego raportu CreativeX aż 45% budżetów na promowane treści twórców w ekosystemie Meta jest nieskuteczne. Eksperci ostrzegają, marki ślepo wierzą w „autentyczność”, zapominając o fundamentach skutecznej reklamy.**

**W 2024 roku globalne wydatki na influencer marketing przekroczyły 24 miliardy dolarów. To historyczny rekord i jednocześnie, jak pokazuje najnowsza analiza CreativeX, ogromne pole strat. Raport oparty na 1,6 miliona reklam i 2 miliardach dolarów wydatków ujawnia, że niemal połowa środków przeznaczonych na współpracę z twórcami nie przynosi oczekiwanych rezultatów.**

***Rynek influencerów przypomina dziś gorączkę złota. Każdy chce zdążyć przed końcem fali. Ale kiedy spojrzymy na dane, widzimy, że emocje często wygrywają z rozsądkiem*. *Raport CreativeX jest jak kubeł zimnej wody. Pokazuje, że autentyczność to za mało. Jeśli marki nie nauczą się łączyć jej z zasadami efektywnej komunikacji, będą po prostu przepalać budżety* – komentuje Borys Marushchak, Performance Marketing Manager wi Harbingers.**

**CreativeX zidentyfikował 3 główne przyczyny marnotrawstwa w kampaniach z influencerami:**

1.

**Brak marki na początku wideo – tylko 51% reklam pokazuje markę w ciągu pierwszych 3 sekund, choć to kluczowy moment, zanim użytkownik przewinie dalej.**

2.

**Ignorowanie bezpiecznych stref ekranów – jedynie 3% reklam twórców jest dostosowanych do interfejsów platform takich jak Instagram czy TikTok.**

3.

**Nieoptymalna długość materiałów wideo – mniej niż połowa twórców stosuje się do rekomendacji długości treści.**

**Zastosowanie tych trzech zasad może zwiększyć wskaźnik ukończenia oglądania reklam nawet o 20% i obniżyć koszty kampanii.**

**Raport zwraca też uwagę na pozytywy. Influencerzy mają naturalne wyczucie formatu i potrafią humanizować treści, co zwiększa oglądalność o 38% oraz używać dźwięku narracyjnie, co podnosi wskaźnik obejrzenia całego wideo o 26%.**

**Źródło raportu:**

 [**Are Creators Really Effective? — CreativeX 2024**](https://learn.creativex.com/are-creators-really-effective)