

A woman with dark hair and bangs, wearing a striped shirt, is sitting on the floor and looking at a tablet held by a young boy with glasses. A young girl with curly hair, wearing a denim jacket, is standing next to them, also looking at the tablet. They are in a room with wooden chairs and a white cloth hanging in the background.

YouTube Kullanan Modern Anneler Kendi Ebeveynlik Biçimlerini Keşfediyorlar

Yazar

Kate Stanford

Yayınlanan

Maggio 2017

Konular

Video, seyyar,

Annelerin YouTube'u daha çok yalnız başına izlediklerini biliyor muydunuz? Anneler Günü şerefine annelerin (#AllTheMoms) çevrimiçi video izleme biçimlerini inceliyoruz. Google ve Ipsos Connect işbirliğiyle yapılan yeni araştırmaya göre YouTube'daki anneler arasında altı trend söz konusu.

think with **Google**

Happy Mother's Day to
#AllTheMoms

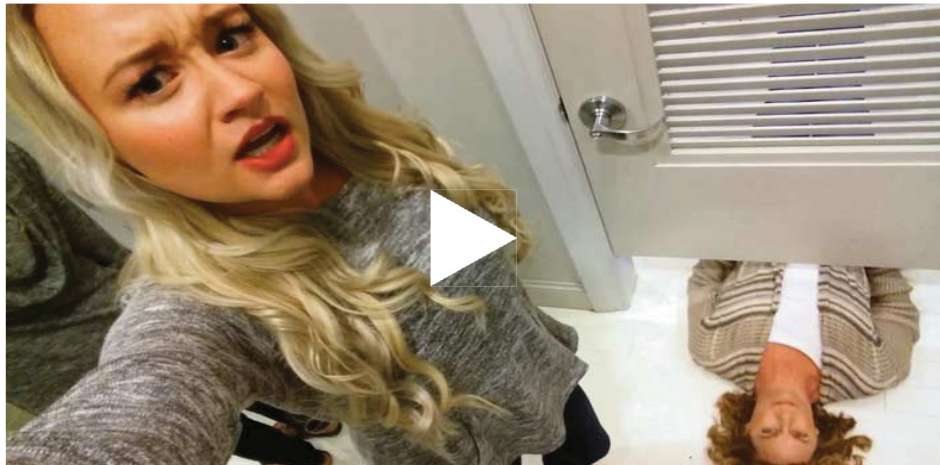


Anelik birleştirici bir güçtür. Her ne kadar annelerin favori videoları kendileri kadar çeşitli olsa da YouTube'daki anneler, video izlemelerinin üç temel nedeni konusunda birleşiyorlar: YouTube'da video izlemelerinin 1 numaralı nedeni eğlence. Bunu sırasıyla öğrenim ve çocuklarıyla birlikte video izleme takip ediyor.¹ YouTube'daki tüm anneleri (#AllTheMoms) tanımanıza yardımcı olacak, tüketicilere ilişkin altı bilgiyi aşağıda bulabilirsiniz:

1. Annelerin mobil olmaları daha olası

Annelerin akıllı telefon kullanmaları babalara kıyasla büyük oranda daha olası.² Cricket Wireless, geçtiğimiz yıl #PhotoMombing için bir harekette teknoloji konusunda bilgili annelerin sevgisini kazanarak YouTube Ads Leaderboard'da yer aldı:

#PhotoMombing: Because
Moms Are the Bomb!



2. Anneler YouTube'da genellikle tek başlarına zaman geçiriyorlar

Annelerin YouTube'da video izlemelerinin 1 numaralı nedeni, eğlenmek ve rahatlamaktır.³ Annelerin sadece kendilerine ayırdıkları bu zamanı hak ettiğini kabul ediyoruz. Clinique, What'sUpMoms adlı YouTube içerik oluşturucusuyla işbirliği yaparak bu trendi yakaladı:

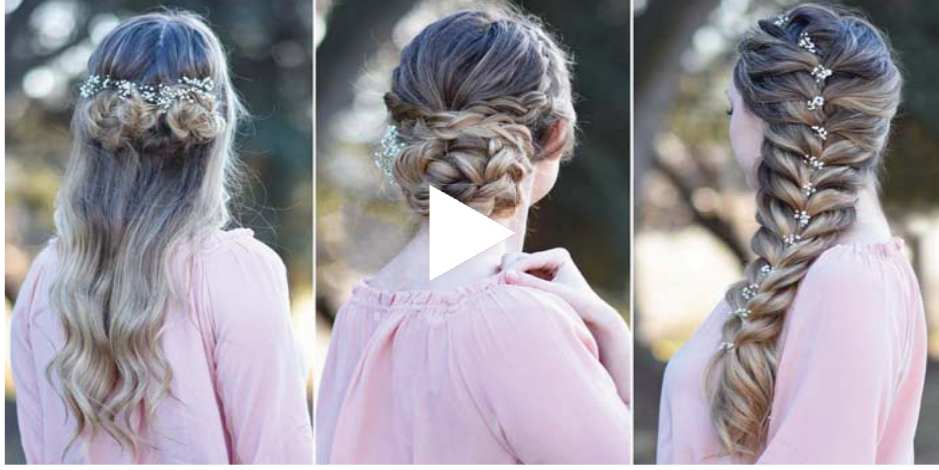
Am I Getting OLD?!?
(Funny Clinique Ad)



3. Anneler rehberlik alabilecekleri videolar istiyorlar

Annelerin YouTube'da video izlemelerinin 2 numaralı nedeni, kendileri için ipucu aramaktır: 10 anneden 7'si, ebeveynlik konusunda yardım almak için YouTube'a geliyor.⁴ Sıradan konulardan önemli konulara kadar yanıt arayan annelerin çoğu, online videolara başvuruyor.⁵ YouTube'da "mezuniyet balosu saçı" konusunda ilginin yükseldiği zamanlarda Cute Girls Hairstyles gibi içerik oluşturucular, ailelere yönelik eğitici videolarla hazır bulunuyor:

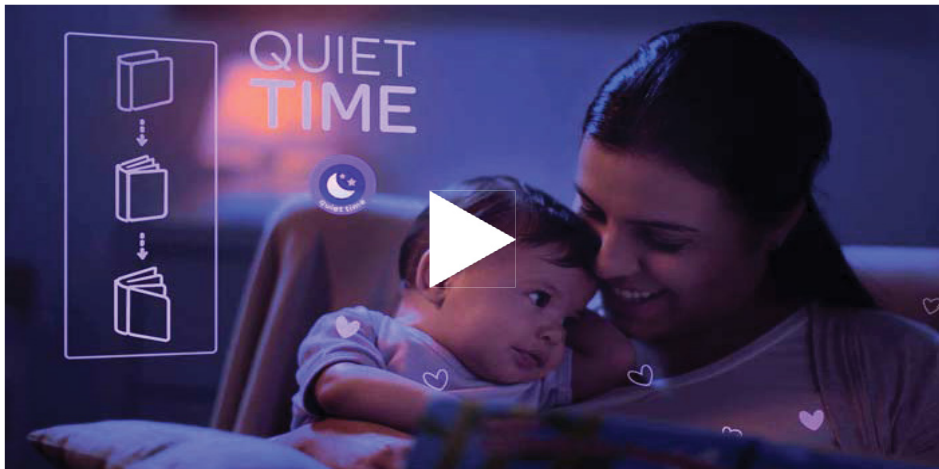
3 Prom Hairstyles | Updo |
Cute Girls Hairstyles



4. Markaların ebeveynlik konusundaki rehberliklerine açıklar

Annelerin %70'inden fazlası, ebeveynlik konularında yardım aradığı sırada YouTube'daki markaların veya şirketlerin videolarına açık.⁶ Markalı videoları buluyorlar: Ebeveynlik konularında yardım almak amacıyla YouTube videolarına başvuran annelerin yarısından fazlası, markalar veya şirketler tarafından hazırlanan videoları izliyor.⁷ Johnson's Baby, bebek uyutmaya yönelik adım adım açıklamalı eğitici videolarıyla ihtiyaç duyulduğu anlarda ulaşılabilen, mükemmel bir marka örneği:

How To Get Baby To Sleep
with a Bedtime Routine |
JOHNSONS®



5. Anneler en yakın arkadaşlarıyla bağlantı kurmak için YouTube'da video izliyorlar

10 anneden 7'si, çocuğunu en iyi arkadaşlarından biri olarak gördüğünü söylüyor.⁸ Eğlence ve ipucu arayan annelerin YouTube'da video izlemelerinin 3 numaralı nedeni, biricikleri olan çocuklarıyla birlikte video izlemek.⁹ Hasbro, ebeveynlerin ve çocukların birlikte izleyecekleri düşüncesiyle "Hanazuki" adlı orijinal bir YouTube dizisi hazırladı. Bu şov, farklı ruh hallerine ve hislere sahip olmanın ve bunları keşfetmenin normal olduğu mesajını veriyor ve ebeveynlerle çocuklar arasında bu konuya dair sağlıklı sohbetlerin fitilini ateşliyor:



Hanazuki - Season 1 Trailer

6. Anneler YouTube'da kendi kişisel tutkularının peşinden gidiyorlar

Anneler YouTube'da kaya tırmanışından yemek pişirmeye kadar kişisel tutkularının peşinden gidiyorlar. Ancak çocuk sahibi olduktan sonra bunları yapmaya devam ettiklerini söyleme olasılıkları babalara kıyasla büyük oranda daha az.¹⁰ YouTube'da eğitici videolar hazırlayarak tutkusunu mesleğe dönüştüren bir anne ve annecanne olan, Missouri Star Quilt Company kanalından Jenny ile tanışın.

Missouri Star Quilt Co.
uses YouTube and Video
Ads to grow their business



Modern anneliğin eşsiz yönlerini diğer markaların nasıl işlediğini şu oynatma listesinde keşfedebilirsiniz: Ads That Recognize #AllTheMoms.

Kaynaklar

^{1-4, 6-10} Google/Ipsos Connect, ABD, “İnsan Hikayeleri: X Kuşağı ve Y Kuşağı Ebeveynler”, en az ayda bir kez çevrimiçi olan ve birlikte yaşadıkları 18 veya altı yaşta çocukları olan 18–54 aralığındaki kadınlar, sayı = 1.242, en az ayda bir kez çevrimiçi olan ve birlikte yaşadıkları 18 veya altı yaşta çocukları olan 18–54 aralığındaki erkekler, sayı = 813, Eylül 2016.

⁵ Google/TNS, Annelere yönelik kitle araştırması, Nisan 2015.