

13 najważniejszych statystyk marketingu w mediach społecznościowych dla digital marketerów

1. Social media marketing – statystyki
2. Reklamy w social mediach – statystyki
3. Facebook – statystyki
4. Instagram – statystyki
5. LinkedIn – statystyki
6. Pinterest – statystyki
7. TikTok – statystyki
8. X (Twitter) – statystyki
9. YouTube – statystyki
10. Video marketing – statystyki
11. Influencer marketing – statystyki
12. Zachowanie konsumentów – statystyki
13. Social media w małych firmach – statystyki

Wykorzystaj statystyki social media marketingu, by zwiększyć konwersje z Landingi

Autorka

13 najważniejszych statystyk marketingu w mediach społecznościowych dla digital marketerów

#1 Social media marketing – statystyki

1. 5,22 miliarda użytkowników – tyle osób korzysta z social mediów, co stanowi 63,8% światowej populacji.
2. Średnio 2 godziny i 19 minut dziennie – tyle czasu spędza przeciętny użytkownik na scrollowaniu.
3. 90% osób korzysta z social mediów na telefonach – mobile to dziś domyślna forma konsumpcji treści.
4. W ciągu ostatniego roku przybyło 259 milionów nowych użytkowników, co daje wzrost o 5,4% rocznie.
5. Ponad 80% całego ruchu w internecie to wideo – treści wideo dominują, nie tylko w social mediach.
6. Ponad 40% internautów szuka informacji o produktach właśnie w social mediach.
7. Tylko 25% użytkowników ufa platformom społecznościowym, jeśli chodzi o dane osobowe.

#2 Reklamy w social mediach – statystyki

1. Ponad 70% firm wykorzystuje social media w działaniach marketingowych.
2. Globalne wydatki na reklamy w social mediach mają w 2025 roku przekroczyć 200 miliardów dolarów.
3. Sprzedaż w ramach social commerce (czyli zakupy bezpośrednio przez platformy społecznościowe) ma w 2025 sięgnąć ponad 600 miliardów dolarów.
4. Ponad 50% konsumentów woli kontaktować się z markami przez social media niż przez inne kanały obsługi klienta.
5. Marki, które wykorzystują treści generowane przez użytkowników (UGC), notują wzrost zaangażowania o 20%.
6. Ponad 70% marketerów przyznaje, że zmiany algorytmów wymusiły korekty w strategii działań w social mediach.

7. Millenialsi odpowiadają za 33% globalnych wydatków w social commerce, zaraz za nimi są Gen Z – 29% i Gen X – 28%.
8. Przychody z social commerce mają osiągnąć 1,08 biliona dolarów do 2028 roku.

#3 Facebook – statystyki

1. Ponad 3 miliardy aktywnych użytkowników miesięcznie czyni Facebooka największą platformą społecznościową na świecie.
2. 86% marketerów korzysta z Facebooka – to najpopularniejsze narzędzie do prowadzenia kampanii.
3. Największą grupą demograficzną są mężczyźni w wieku 25–34 lata (18,4% globalnej widowni), następnie mężczyźni 18–24 (13,5%) i kobiety 25–34.
4. 39% konsumentów dokonuje zakupów bezpośrednio na Facebooku, co czyni go najczęściej wybraną platformą do podejmowania decyzji zakupowych.
5. Przeciętny Amerykanin spędza na Facebooku 32 minuty dziennie.
6. Facebook to trzecia najczęściej odwiedzana strona na świecie – zaraz po Google i YouTube.
7. Zasięg Facebook Reels wzrósł o 13% w 2024 roku.
8. Zasięg organicznych postów spadł o 41% w 2024 roku.

#4 Instagram – statystyki

1. Instagram ma 2 miliardy aktywnych użytkowników miesięcznie.
2. Ponad 25 milionów firm prowadzi aktywne działania na Instagramie.
3. 82% użytkowników social mediów ma konto na Instagramie – to druga najczęściej używana platforma po Facebooku (90%).
4. Ponad 500 milionów kont korzysta z Instagram Stories każdego dnia.
5. Reklamy na Instagramie mają potencjalny zasięg 1,74 miliarda osób.

6. Największą grupą demograficzną są mężczyźni w wieku 18–24 lata (16,5% globalnej widowni).
7. 72% użytkowników Gen Z wybiera Instagram jako preferowany kanał kontaktu z marką w social mediach.
8. Zasięg Reels spadł o 20% w 2024 roku.
9. Zaangażowanie pod postami wzrosło o 6,63%, a pod Reels o 5,62%.

#5 LinkedIn – statystyki

1. LinkedIn ma ponad 1 miliard użytkowników w ponad 200 krajach.
2. 43% wszystkich użytkowników social mediów ma profil na LinkedInie.
3. Największą grupę użytkowników stanowią Amerykanie – ponad 234 miliony kont.
4. Na LinkedInie działa ponad 67 milionów stron firmowych.
5. Konta z 2–50 tysiącami obserwujących zanotowały w 2024 roku wzrost zaangażowania o 14,2%.
6. Tylko około 1% użytkowników miesięcznie publikuje treści co tydzień, ale to właśnie oni generują aż 9 miliardów wyświetleń.
7. Ponad 50,6% użytkowników LinkedIna na świecie ma od 25 do 34 lat – to główna grupa wiekowa platformy.
8. 87% rekruterów korzysta z LinkedIna jako głównego narzędzia do zatrudniania, a 67% uważa, że kandydaci pozyskani przez tę platformę są wyższej jakości.
9. 1 na 4 użytkowników LinkedIna codziennie wchodzi w interakcję z treściami publikowanymi przez marki.
10. Najwięcej zaangażowania na LinkedInie generują posty tekstowe i statyczne grafiki.

#6 Pinterest – statystyki

1. Pinterest ma około 553 miliony aktywnych użytkowników miesięcznie.
2. Użytkownicy zapisują tygodniowo ponad 1,5 miliarda Pinów na ponad 10 milionach tablic.

3. 70% użytkowników Pinterest to kobiety.
4. Millenialsi stanowią największą grupę wiekową, odpowiadając za 35% użytkowników.
5. Najwięcej użytkowników ma USA – 89,1 miliona, następnie Brazylia (37,14 mln) i Meksyk (19,45 mln).
6. 93% użytkowników korzysta z Pinterest w planowaniu zakupów, a 87% dokonało zakupu zainspirowanego przez Pina.
7. Średni czas spędzany przez użytkownika na platformie to 1 godzina i 49 minut miesięcznie.
8. Pinterest przeznaczył w ubiegłym roku na reklamę 145,6 miliona dolarów.

#7 TikTok – statystyki

1. TikTok ma ponad 1,2 miliarda aktywnych użytkowników miesięcznie.
2. W IV kwartale 2024 roku platforma wygenerowała ponad 1 miliard dolarów przychodu globalnego.
3. TikTok notuje około 2,65 miliarda wizyt miesięcznie.
4. Zasięg reklamowy TikToka to aż 1,56 miliarda osób.
5. W 2024 roku co minutę dodawanych było 16 tysięcy nowych wideo.
6. 54,3% użytkowników to mężczyźni, 45,7% to kobiety.
7. Średni czas spędzany na TikToku to 95 minut dziennie.
8. 54% użytkowników codziennie wchodzi w interakcje z treściami marek.
9. TikTok promuje obecnie dłuższe treści (1–3 minuty) i oryginalny dźwięk, stawiając na autentyczność i storytelling.

#8 X (Twitter) – statystyki

1. X ma około 611 milionów aktywnych użytkowników miesięcznie na całym świecie.

2. Codziennie publikowanych jest ponad 500 milionów tweetów.
3. 60,3% użytkowników to mężczyźni – stanowią większość bazy użytkowników.
4. 58% użytkowników X ma mniej niż 35 lat.
5. Około 1 na 5 użytkowników pochodzi z USA.
6. Przeciętny użytkownik spędza na platformie 34 minuty i 6 sekund dziennie.
7. X notuje 2,5 miliarda wizyt z urządzeń mobilnych (42,78%) i 1,9 miliarda z komputerów (57,22%).
8. Tweety z wideo generują 10 razy więcej zaangażowania niż te zawierające wyłącznie tekst.

#9 YouTube Social Media Statistics

1. W 2024 roku YouTube miał ponad 2,5 miliarda aktywnych użytkowników miesięcznie, co czyni go drugą największą platformą społecznościową po Facebooku.
2. 78% użytkowników social mediów ma konto na YouTube.
3. Codziennie na YouTube oglądanych jest ponad miliard godzin treści wideo.
4. Co minutę dodawanych jest ponad 500 godzin nowych materiałów.
5. Ponad 100 milionów osób subskrybuje YouTube Premium.
6. Reklamy na YouTube przyciągają uwagę o 57% dłużej niż reklamy na innych platformach digitalowych.
7. Ponad 70% czasu oglądania przypada na urządzenia mobilne.
8. Użytkownicy spędzają na YouTube więcej czasu niż na jakiegokolwiek innej platformie społecznościowej – niemal dwa razy więcej niż na TikToku.
9. W 2024 roku YouTube wygenerował 36 miliardów dolarów przychodu z reklam.
10. Potencjalny zasięg reklamowy platformy to 2,5 miliarda osób.
11. Ponad połowa użytkowników YouTube preferuje dłuższe filmy marek, ale klipy trwające 31–60 sekund to drugi najchętniej oglądany format.

#10 Video marketing – statystyki

1. Codziennie 100 milionów osób ogląda treści wideo online.
2. 85% filmów na Facebooku oglądanych jest bez dźwięku.
3. 73% widzów decyduje w ciągu pierwszych 30 sekund, czy obejrzy film do końca – 43% podejmuje decyzję już po 15 sekundach.
4. 39% konsumentów chętniej ogląda wideo do końca, jeśli ma ono napisy.
5. 91% firm uwzględnia wideo w swojej strategii marketingowej.
6. Wartość globalnego rynku reklam wideo online ma wzrosnąć z 104,65 mld dolarów w 2024 do 140,18 mld w 2025 roku.
7. 69% firm inwestuje w płatne reklamy wideo.
8. 30% marketerów twierdzi, że wideo ma dziś większe znaczenie niż... ich własna strona internetowa.

#11 Influencer marketing – statystyki

1. Wartość rynku influencer marketingu ma wzrosnąć z 24 miliardów dolarów w 2024 do 32,55 miliarda w 2025 roku.
2. 49% konsumentów dokonuje zakupu co najmniej raz w miesiącu pod wpływem treści tworzonych przez influencerów.
3. 82% marketerów uważa, że influencer marketing dostarcza leady najwyższej jakości.
4. Średnio marki przeznaczają 25% budżetu marketingowego na współpracę z influencerami.
5. Instagram to najczęściej wybierana platforma do influencer marketingu – korzysta z niej 57,1% marketerów. Na drugim miejscu jest TikTok z wynikiem 51,6%.
6. 66,4% marketerów przyznaje, że wykorzystanie AI poprawiło efektywność kampanii z influencerami.
7. 93% influencerów ocenia jakość treści marki w social mediach przed podjęciem współpracy.
8. Ponad 60% marek współpracowało już z wirtualnymi influencerami.

9. Średni koszt pojedynczej współpracy z influencerem to 257 dolarów.
10. 77% influencerów to kobiety.
11. TikTok i Instagram pozostają najpopularniejszymi platformami w kampaniach z twórcami.

#12 Zachowanie konsumentów – statystyki

1. 56% dorosłych użytkowników internetu robi zakupy online co tydzień.
2. 81% konsumentów przyznaje, że social media skłoniły ich do nieplanowanego zakupu przynajmniej kilka razy w roku, a 28% – co najmniej raz w miesiącu.
3. Prawie 75% kupujących oczekuje odpowiedzi od marki w ciągu 24 godzin lub szybciej.
4. 73% użytkowników social mediów deklaruje, że wybierze konkurencję, jeśli marka nie odpowie na ich wiadomość.
5. Facebook (40%) i YouTube (32%) to najczęściej wybierane platformy do sprawdzania opinii przed zakupem.

#13 Social media w małych firmach – statystyki

1. 96% małych firm wykorzystuje social media w swojej strategii marketingowej.
2. 77% małych firm w USA polega na social mediach w zakresie sprzedaży, marketingu i obsługi klienta.
3. 71% małych firm korzysta z social mediów głównie w celach marketingowych.
4. 44% firm stawia na zwiększenie rozpoznawalności marki dzięki social mediom.
5. 83% publikuje treści kilka razy w tygodniu.
6. Autentyczność ma największe znaczenie – odbiorcy chętniej reagują na prawdziwe treści niż chwilowe trendy.
7. 78% małych firm planowało zwiększyć budżet na marketing digitalowy.

Wykorzystaj statystyki social media marketingu, by zwiększyć konwersje z Landingi

Jeśli chcesz, żeby marketing naprawdę działał, musisz oprzeć go na danych. Najskuteczniejsze marki wykorzystują statystyki, by precyzyjnie dopasować kampanie, zwiększyć zaangażowanie i trafiać z przekazem dokładnie tam, gdzie trzeba.

Analizując liczbę aktywnych użytkowników na platformach takich jak LinkedIn czy X, średni czas spędzany na TikToku czy efektywność reklam na YouTube, możesz zsynchronizować strategię z realnym zachowaniem odbiorców. Dodaj do tego współpracę z influencerami, trend voice search i skuteczne generowanie leadów, a przestajesz gonić za kliknięciami – zaczynasz budować ruch i wyniki.

Chcesz strategii, która naprawdę działa? Twórz landing page'e, które konwertują, zwiększaj zaangażowanie i zdobywaj wartościowe leady z [Landingi](#)!

— Autorka

Marta Byrska

Content Specialist

Marta Byrska to doświadczona specjalistka ds. treści, która biegle włada językiem angielskim, polskim i ukraińskim. Od ponad 4 lat z sukcesem rozwija swoją karierę w marketingu i copywritingu, skupiając się na tworzeniu angażujących historii i treści zoptymalizowanych pod SEO. Jako absolwentka filologii Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, umiejętnie łączy swoją lingwistyczną biegłość z pasją do kreatywnego pisania.