

A videó mint marketing eszköz

Az online videós kommunikáció világszerte egyre nagyobb teret hódít, hiszen a közösségi csatornák és a videó megosztó portálok marketing szempontból lassan átveszik a televízió „egyeduralmát”, sőt enyhe túlzással mondhatjuk, hogy lassan helyettesítik is azt.

Azoknak a vállalkozóknak, cégvezetőknek, akik a termékeik, szolgáltatásaik népszerűsítésében, propagálásában gondolkodnak, nem szabad figyelmen kívül hagyniuk a videós kommunikáció lehetőségét. A statisztikák szerint ugyanis a videós megjelenítések több, mint 20%-al hatékonyabbak a hagyományos képi és banner megjelenítéseknél. Köszönhető mindez annak, hogy egy egyszerű képpel ellenében a videó sokkal informatívabb, impulzívabb és több élvezeti elemet tartalmazhat.

Érdeemes belegondolni abba, hogy ma már a közösségi oldalakon is egyre több videóval, videós reklámannyaggal találkozunk. Még az Instagramm is változtatott eddigi stratégiáján és rövid videók feltöltését is engedélyezi, ebből pedig egyenesen következik, hogy ha meg akarjuk szólítani az internetezőket, érdemes videó kommunikációban is gondolkodni.

A videós kommunikáció esetében fontos szempont lehet a költségvetés, a ráfordítható keret, hiszen míg egy pár másodperces televíziós reklám több száz ezer fontos költséget jelenthet, addig az interneten ingyenesen jeleníthetjük meg promóciós videóinkat, reklámannyagainkat a közösségi médiában illetve saját YouTube csatornánkon is.

Ahhoz, hogy videós kommunikációnk elérje a megfelelő hatást érdemes néhány alapszabályt betartani:

- A videók elkészítését érdemes valamilyen aktualitáshoz kötni. Például új termék bemutatása, akciók, leértékelések, kupon napok stb.
- Mint minden reklámnál, a videónál is szem előtt kell tartani a célt és meg kell határozni a célközönséget. A videó mindig az adott célközönség igényeinek megfelelően készüljön, mert ellenkező esetben nem fogja elérni a várt hatást.
- A videó vagy reklámfilm ne legyen túl hosszú, legyen lényegretörő és érdekes. Fontos tény, hogy ha a videó első 10-15 másodperce nem fogja meg a nézőt, akkor nem fogja végig nézni a videót, ezért lényeges, hogy a fontos részek a videós anyag elejére kerüljenek.

Érdeemes kipróbálni ezt a marketing eszközt is, hiszen egy jó videós kommunikációval hatékonyan növelhetjük a marketing tevékenységünk sikerességét.