

VÝHODY VIDEA V MARKETINGU

[eternis]

Je na čase si to přiznat – **čtení je práce.**

Při sledování videa se v klidu usadíte a vnímáte obsah pasivně. Bavíte se. A čím více videem zaujmete, tím více **potencionálních zákazníků** oslovíte, a to znamená **větší prodej**. To je přeci základní smysl marketingu.

Je to tak jednoduché? Bohužel se dá vytvořit video, které tyto cíle nesplní a naopak prodej klesne. Co je klíčové k úspěchu je **správný výběr tématu** a kvalita provedení. Video je nejmocnější marketingový nástroj i díky těmto poznatkům:

POZORNOST

- denně nás zastihne 3 000 marketingových sdělení
- lidé mají 4x větší zájem o video než o text
- náhled videa v emailu způsobí 2x–3x větší zájem

EMOCE

- lidé se rozhodují o nákupu v 1. řadě na základě emocí, racionalizují až poté
- 82% nakupujících nechtějí hovořit s obchodním zástupcem dukud nejsou odhodláni ke koupi

ZŘETELNOST

- divák zpracuje video 60 000x rychleji v porovnání s textem
- kombinace obrazu a zvuku zaručí lepší srozumitelnost díky tzv. teorii duálního kódování

Díky těmto schopnostem videa dokážete vaše publikum zaujmout. Video je zároveň náročnější na vytvoření, proto je důležité vyhrazený rozpočet a zdroje využít moudře.

VÝBĚR VHODNÉHO TÉMATU

- čím vaše služba/produkt nejvíce pomáhá zákazníkovi?
 - jaký problém zákazník nejčastěji řeší? Na co se často ptá?
 - o co se zákazník nejvíce zajímá?
 - jaké jsou nejdůležitější vlastnosti vašeho produktu?
- Odpovědi na tyto základní otázky jistě nějaké vhodné téma neleznete.

Ted' už nezbývá než takové video vytvořit.

FACEBOOK VÍ, ŽE...

- ...lidé stráví 2x více času na stránce s videem než s textem
- ...lidé sdílějí video 3x častěji než jiný druh obsahu
- ...zákazník nakoupí se 144% větší pravděpodobností po shlédnutí videa
- ... lidé věnují videu na Facebooku a Instagramu 5x více času než statickému obsahu