



ایده‌هایی برای بازاریابی ویدیویی

هر زمان یک اپلیکیشن یا تکنولوژی جدید از راه می‌رسد، بازاریاب‌ها یکی از اولین کسانی هستند که آن را آزمایش می‌کنند تا بتوانند به وسیله آن محتوا خلق کنند. این به آن دلیل است که بازاریاب‌ها به طور مداوم سعی می‌کنند توجه مخاطب خود را جلب کنند و اغلب این کار به وسیله نوآورانه‌ترین روش‌های ممکن صورت می‌گیرد. در واقع نوآوری عنصر جدایی‌ناپذیر کار بازاریاب‌ها است. در حال حاضر، یکی از بهترین روش‌ها برای جذب مخاطب تولید ویدیو است. نترسید، منظور ما فیلم‌های ۱۲۰ دقیقه‌ای نیست! اقبال کاربران فضای مجازی بیشتر به سوی ویدیوهای کوتاه و حتی‌الامکان ۶۰ ثانیه‌ای است. هیچ راه فراری وجود ندارد.

اگر می‌خواهید به مشتریان بیشتری دسترسی پیدا کنید و در تمام پلت‌فرم‌های تبلیغاتی موجود حضور داشته باشید، باید محتوای ویدیویی تولید کنید.

مخاطبان شما دوست دارند به تماشای محتوای ویدیویی برندهای مختلف بنشینند و

رقبایتان نیز به سرعت در حال تولید انواع ویدیوهای جذاب هستند. در پژوهشی که در سال ۲۰۱۷ صورت گرفت، مشخص شد که نیمی از بازاریابها برای تولید ویدیو در سال جدید آماده هستند و برای آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند و بر اساس موسسه سیسکو، محتوای ویدیویی حدود ۶۹ درصد از ترافیک اینترنت را در سال ۲۰۱۸ از آن خود خواهد کرد. می‌گویند یک عکس به اندازه هزار کلمه حرف در خود دارد و گاهی اوقات، ویدیو بهترین پلتفرمی است که می‌توانید برای توضیح یک مفهوم یا آموزش یک عملکرد به مشتریانان به کار بگیرید. ویدیوهای آموزشی کوتاه یکی از پر طرفدارترین محتواهایی بودند که در سال گذشته مورد استفاده قرار گرفتند. چرا که مفید، ساده و پرکاربرد بودند.

آیا شما هم آماده‌اید که به عنوان بخشی از استراتژی بازاریابی‌تان به تولید ویدیو بپردازید؟ ما در این مقاله ایده‌ها و تمریناتی به شما می‌دهیم تا بتوانید فیلم‌هایی تولید کنید و سپس آن‌ها را در برنامه بازاریابی‌تان بگنجانید.

ایده‌هایی برای بازاریابی ویدیویی

بسیاری از بازاریابها می‌دانند که باید به تولید ویدیو بپردازند؛ اما وقتی که می‌خواهند این کار را شروع کنند، نمی‌دانند باید دقیقا چه کار کنند. به همین خاطر ایده‌هایی را گردآوری کرده‌ایم که هم می‌توانید آن‌ها را برای ویدیوهای زنده (لایو) و هم ویدیوهای از پیش ضبط شده به کار بگیرید.

ایده‌هایی برای ویدیوهای از پیش ضبط شده

ابتدایی

به صورت گروهی و به همراه اعضای تیمتان به مشتریان جدید خود خوشامد بگویید یا از خریدشان تشکر کنید.

دموی ویدیویی از محصولات خود بگیرید (به عنوان مثال، می‌توانید بسته محصول را

باز کرده و محتویات آن را نشان دهید- کاری که آن را آن باکس کردن می‌نامند). یک فایل GIF بسازید و در آن نحوه به کارگیری محصول خود را نمایش دهید. ویدیوها ۱۵ ثانیه‌ای از تجربه مشتریان قبلی در استفاده از محصولاتتان بگیرید. ابتدای هر فصل ویدیویی پر انرژی برای سلام و عرض ادب کردن به مخاطبان بسازید.

متوسط

ویدیوهای آموزشی طولانی‌تر در مورد محصول گرفته یا آموزش روی تخته وایت‌برد را امتحان کنید.

فیلمی کوتاه در مورد شرکت خود، ماموریتی که دارید و نگرستان بگیرید. با افراد مشهوری که در حیطه شما مشغول به کار هستند، مصاحبه کنید و فیلم بگیرید.

از برخی مشتریان خود به صورت تصادفی دعوت کنید به دفتر کار شما بیایند و در مورد تجربه‌شان در استفاده از محصولات شما صحبت کنند. ویدیوهای قبل و بعد بسازید و در آن، تغییر حاصل شده بعد از استفاده از محصولتان را نمایش دهید.

پیشرفته

فیلمی کامل در مورد معرفی و استفاده از محصول خود تهیه کنید. پست‌های وبلاگتان را به ویدیوهای کوتاه و آموزشی تبدیل کنید و آن فیلم را در زیر آن پست قرار دهید.

با اعضای کلیدی مجموعه مصاحبه و فیلم تهیه کنید. برای هر کدام از فراخوان‌هایی که در سایتتان گذاشته‌اید، ویدیو بسازید. (برای قسمت «تماس با ما»، «استفاده از دوره آزمایشی رایگان» و «ما را به دوستانتان معرفی کنید و اعتبار رایگان بگیرید»)

ایده‌هایی برای ویدیوهای لایو

از ویدیوهای لایو فیس‌بوک، اینستاگرام یا توئیتر برای فیلم‌برداری از همایش‌هایی



استفاده کنید که شما، مدیران‌تان یا مدیرعامل‌تان در آن شرکت کرده‌اید. یک جلسه با کارمندان یا بازدیدکنندگان شرکت‌تان بگذارید و به پرسش و پاسخ بپردازید.

ویدیویی زنده تحت عنوان «یک روز در شرکت ایکس» تهیه کرده و با رویی خوش همه اعضا را به مخاطبان‌تان معرفی کنید و از اتفاقات جالب در محیط کار بگویید.