



برترین روندهای ویدیو مارکتینگ در ۲۰۲۰

اگر بخواهیم به نوع شاخصی از محتوا اشاره کنیم که در دهه گذشته تسلط بی‌چون و چرایی بر بازار داشته، قطعاً باید از ویدیوهای آنلاین نام ببریم. ویدیو بهترین ابزار برای اشتراک‌گذاری اخبار، ایجاد علاقه در مردم نسبت به کسب‌وکارشان، افزایش فروش، تعریف داستان‌های تحول‌ساز، آموزش و سرگرم کردن مردم است. در حال حاضر **ویدیو مارکتینگ** از همیشه قدرتمندتر است.

با بهبود امکانات تولید ویدیو و وجود انواع کانال‌های بازاریابی و رسانه‌های اجتماعی برای نشر آن‌ها، ویدیوهای آنلاین رشد چشمگیری داشته‌اند.

["message_box text_color="light]

مطالعه شرکت انیمیشن‌سازی ویزول نشان می‌دهد که امروزه ۶۶ درصد مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند ویدیویی درباره یک محصول ببینند، تا اینکه مطلبی درباره‌اش بخوانند.

گوگل می‌گوید که ۵۵ درصد خریدارانش حتی زمانی که مشغول خرید از فروشگاه فیزیکی هستند، ویدیوهای آنلاین مربوط به محصول موردنظرشان را تماشا می‌کنند. یوتیوب هم در طول هفته بسیار بیشتر از همه شبکه‌های تلویزیونی به مخاطبان ۱۸ تا ۴۹ ساله دسترسی دارد.

[message_box/]

این آمار نشان می‌دهد که نگرش مصرف‌کنندگان در سال‌های اخیر متحول شده است و کسب‌وکارها کاملاً متوجه این تغییر هستند. حالا تیم‌های خلاق بودجه‌های بیشتری برای بازاریابی ویدیویی در نظر گرفته‌اند و تصمیم دارند این مبلغ را در سال‌های آینده گسترش دهند. همچنین ویدیو مارکتینگ به رایج‌ترین و محبوب‌ترین نوع بازاریابی تبدیل شده است.

چرا؟ زیرا یک ویدیوی عالی می‌تواند ارزش زیادی به کسب‌وکارتان ببخشد تا علاقمندان بیشتری جذب کنید، برند شاخص‌تری بسازید یا فروش‌تان را افزایش دهید.

همان‌طور که در سال‌های اخیر شاهد بوده‌ایم، روندهای جدیدی در این حوزه ظهور کرده و روش ما برای تولید، مصرف و اشتراک‌گذاری ویدیوها را متحول کرده‌اند. در این مقاله به ۵ روند ویدیو مارکتینگ می‌پردازیم که به آن‌ها نیاز دارید.

۱. ویدیو مارکتینگ با موبایل کاملاً مرسوم شده است

استفاده از ویدیوهای موبایلی در استوری‌های فیس‌بوک، اینستاگرام و یوتیوب بسیار محبوب شده و به ابزاری مهم برای جلب توجه مخاطب سردرگم تبدیل شده است. با این‌وجود همچنان ویدیوهایی در استوری‌های اینستاگرام می‌بینیم که ۵۰ درصد تصویر را پر می‌کنند و جمله‌ای با خط کج و معوج زیرشان نوشته شده است.

دلیل این اتفاق چیست؟ متأسفانه ویدیو مارکتینگ با موبایل فوراً محبوب نشد، زیرا در ابتدا تکنولوژی لازم برای ویرایش و تبدیل یک ویدیوی معمولی به ویدیوی موبایلی درجه یک در دسترس همه نبود.

پس اگر قبلاً می‌خواستید از ویدیوی محصول خود با یک پس‌زمینه زیبا یک ویدیوی عمودی درآورید، مجبور بودید یک ادیتور ویدیو استخدام کنید یا حتی صحنه موردنظرتان را دوباره فیلم‌برداری کنید. در آن زمان موانع زیادی در تولید ویدیوها وجود داشت.

اما حالا این روند تغییر کرده است، زیرا هر روز اپ‌های جدیدی برای ویرایش ویدیو به بازار می‌آیند. ظهور پلتفرم‌هایی مثل Lumen5 و Biteable به برندها امکان می‌دهد که به سرعت ویدیوهای موبایلی خیره‌کننده‌ای بسازند. همچنین ابزارهای ویرایش حرفه‌ای مثل Premiere Pro نیز گزینه‌ای جدید به نام Auto Reframe یا چارچوب‌بندی خودکار اضافه کرده‌اند که به کمک آن می‌توانید ابعاد ویدیوها را به دلخواه تغییر دهید.

واضح است که ویدیوهای جدید از اندازه معمول فراتر رفته‌اند، بسیار بزرگتر و باکیفیت‌تر شده‌اند و تماشای آن‌ها برای کاربران مطلوب‌تر است.

همچنین یادتان باشد که زیرنویس‌ها جزیی اساسی در تولید ویدیوهای موبایلی متقاعدکننده هستند، زیرا کاربران ۸۰ درصد ویدیوهای موبایلی را بی‌صدا تماشا می‌کنند. برای نوشتن زیرنویس در ویدیوها می‌توانید از نرم‌افزار Rev استفاده کنید.

۲. در ویدیو مارکتینگ، ویدیوهای اطلاعات محور از همه محبوب‌تر هستند

همه دوست دارند بر اساس اطلاعات موثق بازاریابی کنند؛ اما فقط تعداد کمی از عهده این کار برمی‌آیند. دلیلش این است که تصمیم‌گیری بر پایه اطلاعات دشوار است و معمولاً اطلاعات کافی و بدون سانسور و تعصب در دسترس نیست.

با این حال، بازاریابان از اهمیت اطلاعات و نقش آن در تولید ویدیوهای دیجیتال کاملاً آگاهند.

مهم‌ترین دلیل آن‌ها برای کسب این آگاهی و تغییر روش، رقابت شدید است. حالا تعداد کسب‌وکارها و تبلیغ‌گرها از همیشه بیشتر است و به همین دلیل دسترسی به تعداد مشخصی از مخاطبان بسیار گران‌تر شده است. تنها راه شاخص شدن و کاهش هزینه‌ها، تولید ویدیوهای اطلاعات‌محور و بازاریابی با آن‌ها است.

مثلاً بعضی تبلیغ‌کنندگان به اطلاعات جمعیت‌شناختی توجه می‌کنند و کمپین‌های تبلیغی خود را بر اساس آن طراحی و بهینه‌سازی می‌کنند. تولید ویدیوهای اختصاصی بر اساس گروه سنی، محل سکونت، مرحله عمر و غیره روش خوبی است.

آیا متوجه شده‌اید که بازدید از ویدیوهای‌تان در ثانیه دهم کاهش می‌یابد و در ثانیه سی‌ام خیلی کمتر می‌شود؟

شاید لازم نباشد که همه منابع خود را به تولید یک ویدیوی ۵ دقیقه‌ای اختصاص دهید، بلکه به محتوایی نیاز دارید که کمتر از ۳۰ ثانیه باشد یا به تدوین‌گری که چند ویدیوی ۱۵ ثانیه‌ای از ویدیوی ۵ دقیقه‌ای‌تان درآورد.

ویدیوهای اطلاعات‌محور بر پایه اطلاعاتی خاص و منسجم تهیه می‌شوند و این اطلاعات می‌توانند در تعیین جلوه‌های تصویری ویدیو، تبلیغات گنجانده‌شده در آن و نوع ارائه ویدیو به شما کمک کنند.

استفاده از تست‌های دوگزینه‌ای (AB Testing) برای تعیین محتوای ویدیو به‌خصوص ویدیوی تبلیغاتی اطلاعات بیشتری را در اختیارتان می‌گذارد و متوجه می‌شوید که مخاطب به کدام محتوا واکنش مثبت‌تری نشان می‌دهد.

مثلاً، می‌توانید دو شروع متفاوت برای یک ویدیوی واحد (که یکی سوالی را مطرح می‌کند و دیگری آماری ارائه می‌دهد) را به نظرسنجی بگذارید و ببینید کدام واکنش بهتری از مخاطبان می‌گیرد. بعد از امتحان گزینه‌های مختلف، نظر دقیق‌تری برای تولید ویدیوهای آینده پیدا می‌کنید که مطابق با ترجیحات مخاطبان باشد.

در مجموع، کسب و تحلیل اطلاعات به شما کمک می‌کند تا تبلیغ‌های شخصی‌تر و جذاب‌تری تهیه کنید و در ویدیو مارکتینگ موفق‌تر شوید.

۳. تولید ویدیو ساده‌تر شده است

تا همین چند سال پیش، تولید ویدیوهای دیجیتال به سرمایه‌گذاری کلانی نیاز داشت. باید یک دوربین عالی می‌خریدید و مبلغ زیادی را صرف خرید پرژکتور، نرم‌افزارهای گران ویرایش ویدیو و میکروفون‌های گران‌قیمت برای کاهش صداهای مزاحم می‌کردید.

در دو سال گذشته و با ظهور نرم‌افزارها و ابزار متنوع آنلاین که امکان تولید ویدیو را برای اکثر افراد فراهم کرده است، همه این روندها تغییر کرده است.

حتی پلتفرم‌های اجتماعی مثل اینستاگرام، تیک‌تاک و اسنپ‌چت با معرفی انواع ابزار تولید ویدیو، سرمایه‌گذاری کلانی روی تولید ویدیو کرده‌اند.

حالا ابزارهای مختلفی از جمله Canva در اختیار دارید که به شما امکان می‌دهد در کنار تولید محتوای خلاقانه، ویدیوهای باکیفیتی هم برای نیازهای بازاریابی بسازید.

تولید سریع‌تر ویدیو مزایای مهمی برای تیم بازاریابی دارد:

- بازاریابی سریع‌تر
- هزینه‌های کمتر
- کیفیت مشابه یا برتر نسبت به ویدیوهای قبلی
- استفاده آزادانه از ایده‌های خلاق
- ارتقای تجربه تبلیغاتی شرکت

ویدیو مارکتینگ هیچ‌گاه تا این حد در دسترس همگان نبوده است و همین باعث شده که خیلی از شرکت‌های دنیا به نیروگاه‌های بازاریابی محتوا تبدیل شوند. انواع

ابزار در دسترس برای تعریف داستان‌های دنباله‌دار، انجام کارهای خلاقانه، ویرایش‌های سنگین و ساخت ویدیو بر اساس قالب، باعث رشد چشمگیر تولید ویدیو شده است.

۴. لایوها یا پخش‌های زنده دوباره محبوب شده‌اند

در سال ۲۰۱۹، تعداد بازدیدکنندگان ویدیوهای آنلاین به ۲.۶ میلیارد نفر رسید که در مقایسه با ۷۰۰ میلیون نفر سال ۲۰۱۶، رشد چشمگیری داشت. حالا که تماشای ویدیوهای آنلاین با چنین سرعتی در حال رشد است، انواع خاصی از محتوا از جمله ویدیوهای زنده (لایو) خیلی محبوب شده‌اند.

لایوها چیز جدیدی نیستند و مدت‌ها وجود داشته‌اند، اما تولید آن‌ها در دو سال اخیر بسیار افزایش یافته و برندها به روش‌های مختلفی از آن‌ها استفاده کرده‌اند. جالب این که فرمت این ویدیوها هم دگرگون شده است، شکل ویژه‌ای به خود گرفته است، در دسترس همه برندها است و مزایای زیادی به ارمغان آورده است.

یک مثال خوب، شرکت Adobe است که در یوتیوب کانالی به نام Adobe Creative Cloud دارد.

Adobe رهبر بازار در تولید نرم‌افزارهای خلاقانه است و یکی از اصلی‌ترین ترفندهای آن‌ها برای تسلط بر بازار، برگزاری رویدادهای لایو است. در این رویدادها، کارشناسان Adobe درباره یک موضوع خاص به بینندگان توضیح می‌دهند و آن‌ها را با خود همراه می‌کنند، روندهای جدید را به آن‌ها نشان می‌دهند یا چالش‌های خلاقانه مطرح می‌کنند تا مخاطبان را درگیر کنند.

نتیجه این کار چه بوده است؟

کانال این نرم‌افزار در یوتیوب ۷۶۵ هزار عضو علاقه‌مند دارد و تعداد بازدید از این کانال و تعداد اعضای آن هر ماه به طرز چشمگیری افزایش می‌یابد.

اکنون، برندهای بیشتری از پلتفرم‌های جدید و مناسب مثل استوری‌ها یا لایوهای اینستاگرام، توییتر و فیس‌بوک استفاده می‌کنند و از آن‌ها برای ارتباط بیشتر با مخاطبان و ارائه نسخه واقعی و بی‌سانسور برندشان بهره می‌برند.

۵. ویدیوهای اختصاصی درصد مشارکت مخاطبان را به شدت افزایش داده است

با این‌که ترفندهای قدیمی زیادی برای جلب توجه مخاطبان وجود دارد، استفاده از ویدیوهای اختصاصی بهترین ترفند است. یک ویدیوی اختصاصی ویدیویی است که برای یک مخاطب خاص شخصی‌سازی شده و به شکل منحصربه‌فردی او را جذب می‌کند.

یکی از راه‌های تولید ویدیوهای اختصاصی، شخصی‌سازی آن برای یک مخاطب خاص است. مثلاً اگر می‌خواهید واکنش هوشمندانه‌ای به یک توییت خاص داشته باشید، می‌توانید آن را در قالب یک ویدیو بیان کنید.

در سال‌های اخیر شاهد ظهور پلتفرم‌هایی برای تولید ویدیوهای اختصاصی بوده‌ایم.

با استفاده از تکنولوژی ساخت ویدیوهای اختصاصی، می‌توانید هر ویدیو را برای دریافت‌کننده‌اش و بر اساس ویژگی‌های منحصربه‌فرد او مثل اسم، شرکتی که با آن کار می‌کند، عکس پروفایل یا عنوان شغلی‌اش شخصی‌سازی کنید.

بهترین قسمت این کار چیست؟

لازم نیست هر بار یک ویدیوی اختصاصی برای هر شخص تولید کنید، بلکه می‌توانید بارها و بارها از یک ویدیوی واحد استفاده کنید. این ویدیوها چارچوب‌های مشخصی دارند و با اضافه کردن ویژگی‌های هر فرد به آن‌ها، یک ویدیوی اختصاصی و شخصی برای او تولید می‌کنید.

مزایای تولید یک ویدیوی اختصاصی عبارتند از:

- مشارکت بیشتر مخاطب
- نرخ بیشتر باز کردن ایمیل‌ها
- روابط و تماس قوی‌تر
- نرخ کلیک بیشتر

Vidyard پلتفرم فوق‌العاده‌ای برای تهیه ویدیوهای اختصاصی است.

سخن نهایی

از آنجاکه نرخ استفاده از ویدیوهای آنلاین افزایش چشمگیری داشته است، باید استراتژی خود را برای بازاریابی ویدیویی بهینه کنید. از روندهای بالا استفاده کرده و تقویمی برای خود درست کنید. ویدیوهایی که قرار است تولید کنید و ابزار لازم برای تولید آن‌ها را مشخص کنید.

["message_box text_color="light]

نکات مهم

- ویدیو مارکتینگ با موبایل بسیار مرسوم شده است و تولید ویدیو بر پایه اطلاعات درست منجر به بهینه‌سازی خلاقانه و دور از تعصب می‌شود.
- ظهور ابزار کاربردی، تولید ویدیوها را به کاری آسان تبدیل کرده و باعث پیدایش انواع کارآفرینان ویدیوساز شده است.
- ویدیوهای زنده (لایوها) بسیار محبوب شده‌اند.
- بازاریابی ویدیویی اختصاصی، کاربر را در مرکز توجه قرار می‌دهد و راه را برای گفتگوهای همدلانه و مشارکتی باز می‌کند.

[message_box/]

