



## نکاتی مهم در بازاریابی ویدیویی

وقتی صحبت از کسب‌وکار به میان می‌آید، حضور آنلاین قدرتمند اهمیت زیادی پیدا خواهد کرد. می‌توانید به شکل‌های گوناگونی برای کسب‌وکاران نشانی تجاری ایجاد کنید؛ اما ویدیو محبوبیتی بیش از پیش پیدا کرده و مردم مایلند که محتوایشان را از طریق ویدیو عرضه کنند. **بازاریابی ویدیویی** موضوع کارآمدی است که می‌توانید آن را به استراتژی ساخت نشان تجاری‌تان بیفزایید و با تعداد زیادی از مردم ارتباط برقرار کنید.

در سال ۲۰۱۴ پژوهشی در مورد انواع روش‌های بازاریابی صورت گرفت و از همان موقع مشخص شد که بازاریابی ویدیویی در حال افزایش است. در سال ۲۰۱۶، بیش از ۷۰ درصد از بازاریاب‌ها از ویدیو استفاده کرده که میزان رضایت ۸۲ درصدی آن‌ها حاکی از موفقیت این روش است.

۶۳ درصد از این بازاریاب‌ها عنوان کرده‌اند که باز هم می‌خواهند به همین روش ادامه دهند. آمارها نشان می‌دهد سه هدف اصلی استفاده از **بازاریابی ویدیویی** عبارت‌اند

از:

۱. آگاه‌سازی در مورد نشان تجاری

۲. تولید مشتری

۳. ایجاد تعهد در مشتری

## هدف بازاریابی ویدیویی چیست؟

به چند دلیل ویدیو وسیله‌ای عالی برای برقراری ارتباط با مخاطبان است. تفاوتی ندارد که کسب‌وکار کوچک و تازه‌کاری داشته باشید یا از مدت‌ها پیش کارتان را شروع کرده باشید. مخاطبان شما به هر حال ویدیوها را نگاه کرده و آن را از طریق شبکه‌های ارتباط جمعی آنلاین برای دوستانشان ارسال می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی نقش بسزایی در بازاریابی نشان تجاری شما دارند؛ با توجه به مدت‌زمانی که مردم به طور روزانه در این شبکه‌ها می‌گذرانند و با توجه به افزایش مدت زمان آپلود ویدیو در شبکه اینستاگرام، باید در نظر داشته باشید که تا چه حد می‌توانید از این شبکه‌ها بهره ببرید. اولین دلیلی که باید ویدیو را در استراتژی بازاریابی خود بگنجانید این است که مخاطبان نسبت به شما احساس و تعهد پیدا کنند. دیدن همیشه تاثیرگذارتر از خواندن است. مردم همیشه دوست دارند با افراد واقعی و احساسات واقعی سروکار داشته باشند.

## چه چیزی باعث موفقیت استراتژی بازاریابی ویدیویی شما می‌شود؟

هر موضوعی که در ویدیوی خود بگنجانید، به ارزش نشان تجاری‌تان اضافه شده و به نوعی رشد می‌کند. چه این ویدیوها تفریحی و خنده‌دار باشند و چه برای آگاهی و آموزش مردم ساخته شده باشند، می‌توانند نقش مهمی در ساخت نشان تجاری شما

ایفا کنند. در ضمن به یاد داشته باشید که هر چقدر هم ویدیوهای شما خلاقانه باشند، باز باید به مخاطبانتان توجه کرده و سلیقه‌شان را در نظر بگیرید. باید بدانید آن‌ها به چه چیزهایی علاقه دارند و چه چیزی می‌خواهند بدانند؟ این‌ها سوالاتی است که باید در هنگام ساخت ویدیو از خود بپرسید.

## احساسات را برانگیزید

اگر یک استراتژی بازاریابی ویدیویی بتواند کاری کند که احساسات زیادی در مخاطبان ایجاد شود. ارزش زیادی به نشان تجاری خود خواهد افزود. زمانی که احساسات مردم برانگیخته شود، آن‌ها ویدیوی مورد نظر را بارها و بارها به اشتراک می‌گذارند و نقد و بحث زیادی حول محور آن ایجاد خواهد شد. ویدیوهای خوب و احساسی برای چنین منظوری عالی هستند که نقش زیادی در ساخت نشان تجاری محصول مورد نظر ایفا کردند.

## به مخاطبان خود پیاموزید

گاهی اوقات بهترین و محبوب‌ترین ویدیوها آن‌هایی هستند که چیزی را به مردم می‌آموزند. تهیه فایل آموزشی ویدیویی انجام کاری خاص به شدت مورد استقبال قرار می‌گیرد. هر از چند گاه چیزی را در گوگل جست‌وجو می‌کنید؟ این روشی عالی برای درگیر کردن مخاطب و نشان دادن تخصص‌تان به اوست.