



چرا ویدیوی تبلیغاتی شما ویروسی نمی‌شود؟

موفق شدید! بالاخره نخستین سری از ویدیوی تبلیغاتی‌تان را تهیه و در شبکه اجتماعی‌تان ارسال کرده‌اید. فیلم‌نامه نوشته‌اید، کارگردانی و تدوینش کرده‌اید و در نهایت در یکی از پلتفرم‌های آنلاین ارسال کرده‌اید. دیگر فقط باید روی مبل بنشینید، استراحت کنید و ببینید تعداد بیننده‌های کلیپتان ثانیه به ثانیه بیشتر می‌شود.

جالب بود، مگر نه؟ اصلا از این خبرها نیست؟

من هم چند سال پیش که نخستین سری ویدیوهایم را ساختم، به شدت ناامید شدم. خشکم زده بود که چرا اصلا هیچ‌کس کلیپ مرا نگاه نمی‌کند! پیش خودم فکر می‌کردم که مجموعه تصویری فوق‌العاده‌ای ساختم و هرکسی از دیدنش لذت می‌برد؛ اما این‌طور نشد. کجای کار را اشتباه کرده بودم؟

کاش چیزهایی را که امروز می‌دانم، آن موقع می‌دانستم. مشکل آن زمان من یکی از رایج‌ترین مشکلاتی است که هنوز هم بازاریاب‌ها با آن سر و کله می‌زنند. به همین

خاطر تصمیم گرفتم که فهرستی از رایج‌ترین اشتباهات در زمینه بازاریابی ویدیویی بنویسم و در اختیار شما بگذارم.

۱. فیلم‌هایتان خیلی طولانی هستند

پژوهش‌های جدید نشان می‌دهند که بازه توجه انسان بسیار کوتاه‌تر از قبل و حدوداً هشت ثانیه شده است! علاوه بر این، بیش از دوسوم کاربران ترجیح می‌دهند که فیلم‌های تبلیغاتی کوتاه‌تر از یک دقیقه باشند. خلاصه اینکه مختصر و مفید فیلم بسازید. هیچ‌گاه توصیه برایان هالیگان مدیرعامل مجموعه HubSpot را فراموش نمی‌کنم که می‌گفت: «شما در حیطه بازاریابی در واقع دارید از مشتری می‌خواهید ذهنش را چند لحظه به شما قرض دهد.» وقتی از کسی چیزی قرض می‌گیرید، باید نسبت به بازه زمانی آن حساس باشید و به آن احترام بگذارید.

معمولاً همه خودشان به ذهنشان نیاز دارند، پس وقتی که می‌خواهید یک فیلم تبلیغاتی بسازید، به یاد داشته باشید که دارید ذهن مشتری را چند لحظه قرض می‌گیرید.

البته این بدان معنا نیست که باید ویدیوهایی هشت‌ثانیه‌ای (مطابق با بازه توجه انسان!) بسازید. مگر در هشت ثانیه چند کلمه می‌توان حرف زد؟ اما زمانی که فیلمتان را ساختید، مطمئن شوید که آن ثانیه‌های نخستین بسیار جذاب باشد؛ زیرا در همان چند لحظه اول باید نظر مخاطب را به خود جلب کنید.

۲. به سراغ مخاطبان مناسبی نرفته‌اید

من عاشق فیلم‌هایی هستم که از حیوانات گرفته‌شده‌اند. شاید شما هم این‌طور باشید. همه این ویدیوها را دوست دارند؛ اما این ویدیوها چه ربطی به برند شما دارند؟!

هر بار که یک محتوای ویدیویی تولید کردید، از خودتان سوال کنید «این ویدیو چه ارتباطی به برند من دارد؟» البته شاید بتوانید ویدیویی بسازید که هم به برندتان مربوط باشد، هم مناسب مخاطبانتان باشد و هم چند ثانیه فیلم از حیوان محبوبتان در آن وجود داشته باشد.

وقتی می‌خواهید محتوای ویدیویی تولید کنید، یکی از مهم‌ترین عواملی که باید در نظر بگیرید این است که بدانید مخاطبانتان، چه مخاطبان فعلی و چه آتی، دوست دارند چه چیزی تماشا کنند؟ جدا از مقوله سرگرمی به این نیز فکر کنید که چه چیزی به دردشان می‌خورد؟ چه چیزی توجهشان را جلب می‌کند و باعث خوشحالی‌شان می‌شود؟

۳. از کانال نامناسبی استفاده می‌کنید

وقتی به بازاریابی ویدیویی فکر می‌کنیم، اولین کانالی که به ذهنمان می‌رسد، یوتیوب است و البته که فرضیه اشتباهی نیست. بالاخره حدود یک‌سوم از کل کاربران اینترنت از یوتیوب استفاده می‌کنند؛ اما یوتیوب تنها کانالی نیست که بتوانید از آن استفاده کنید، همچنین تنها جایی نیست که بتوانید مخاطبانتان را پیدا کنید؛ به عنوان مثال باید بدانید که فیس‌بوک محبوب‌ترین شبکه اجتماعی است که فقط در ایالات متحده ۷۹ درصد از کاربران اینترنت از آن استفاده می‌کنند. اگر بخواهید تمرکزتان را فقط روی یک کانال، مثلاً یوتیوب، بگذارید، بخش اعظمی از کاربرانی را که در شبکه‌های دیگری نظیر اینستاگرام هستند، از دست می‌دهید.

به همین خاطر بهتر است بدانید که مخاطبان هدف شما در کدام شبکه‌های اجتماعی فعال هستند و وقتشان را در دنیای مجازی چطور می‌گذرانند. به این ترتیب به خوبی خواهید توانست محتوای مفیدی خلق کرده و در مکانی درست به اشتراک بگذارید.

۴. محتوای ویدیوی تان را در شبکه‌های دیگر به اشتراک نمی‌گذارید

در ادامه نکته قبلی این را نیز باید بدانید که نباید فقط و فقط به یک شبکه بسنده کنید؛ زیرا به این ترتیب میزان دیده شدن خود را محدود خواهید کرد.

درست است که باید کانال درستی برای خود انتخاب کنید اما این دلیل نمی‌شود که محدودیت سفت و سختی برای استفاده از دیگر شبکه‌های اجتماعی برای خود قائل شوید.

۵. عنوان فایل ویدیوی تان گمراه‌کننده است

شاید با مسئله «طعمه کلیک» آشنا باشید؛ استفاده از عناوین یا تصاویر جلب توجه کننده در ابتدای فایل ویدیوی برای وادار کردن مخاطب به کلیک روی ویدیوی مورد نظر این مسئله را کاملاً ببوسید و کنار بگذارید، چرا که جریمه سنگینی از لحاظ سئو و مسائل مربوط به شبکه‌های اجتماعی خواهید پرداخت؛ مثلاً فیس‌بوک عنوان کرده است که از ماه می تمام ویدیوهای گزارش شده به عنوان «طعمه کلیک» را حذف کرده و حساب کاربری مورد نظر را تا مدتی خواهد بست.

به عبارت دیگر، شاید وسوسه شوید که عنوان خیره‌کننده‌ای برای ویدیوی تان در نظر بگیرید تا تعداد دفعات دیده شدن آن افزایش پیدا کند؛ اما در نهایت جریمه این کار را باید بپردازید که حداقل آن بدنامی نزد مخاطبانتان خواهد بود.