

ВИДЕО: ДОРОГОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ ИЛИ ДОСТУПНЫЙ ИНСТРУМЕНТ?

Татьяна Бадикина
Promo.TechArt

28 / 05 / 2015



Видео: дорогое решение для крупных компаний или доступный инструмент?

РАЗВИТИЕ ВИДЕОРЫНКА В РУНЕТЕ: СТАТИСТИКА

3 МЕСТО

по размеру онлайн-
аудитории видео в России

15 МЛРД

видео в среднем за месяц
просматривается в Рунете

2,5 РАЗА

рост потребления видео-
контента за прошедший год

*данные TNS
и comScore



—
Видео: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИДЕО В МАРКЕТИНГЕ

1. Привлечение новых пользователей:

- с видеохостингов и поиска по видео
- из основной выдачи
- рост позиций за счет улучшения
поведенческих факторов
- пользователи делятся видео между
собой





—
Видео: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИДЕО В МАРКЕТИНГЕ

2. Эффективная работа с уже привлеченными посетителями

- возможность дать больше информации
- легкость восприятия
- можно задействовать больше каналов
- большая убедительность

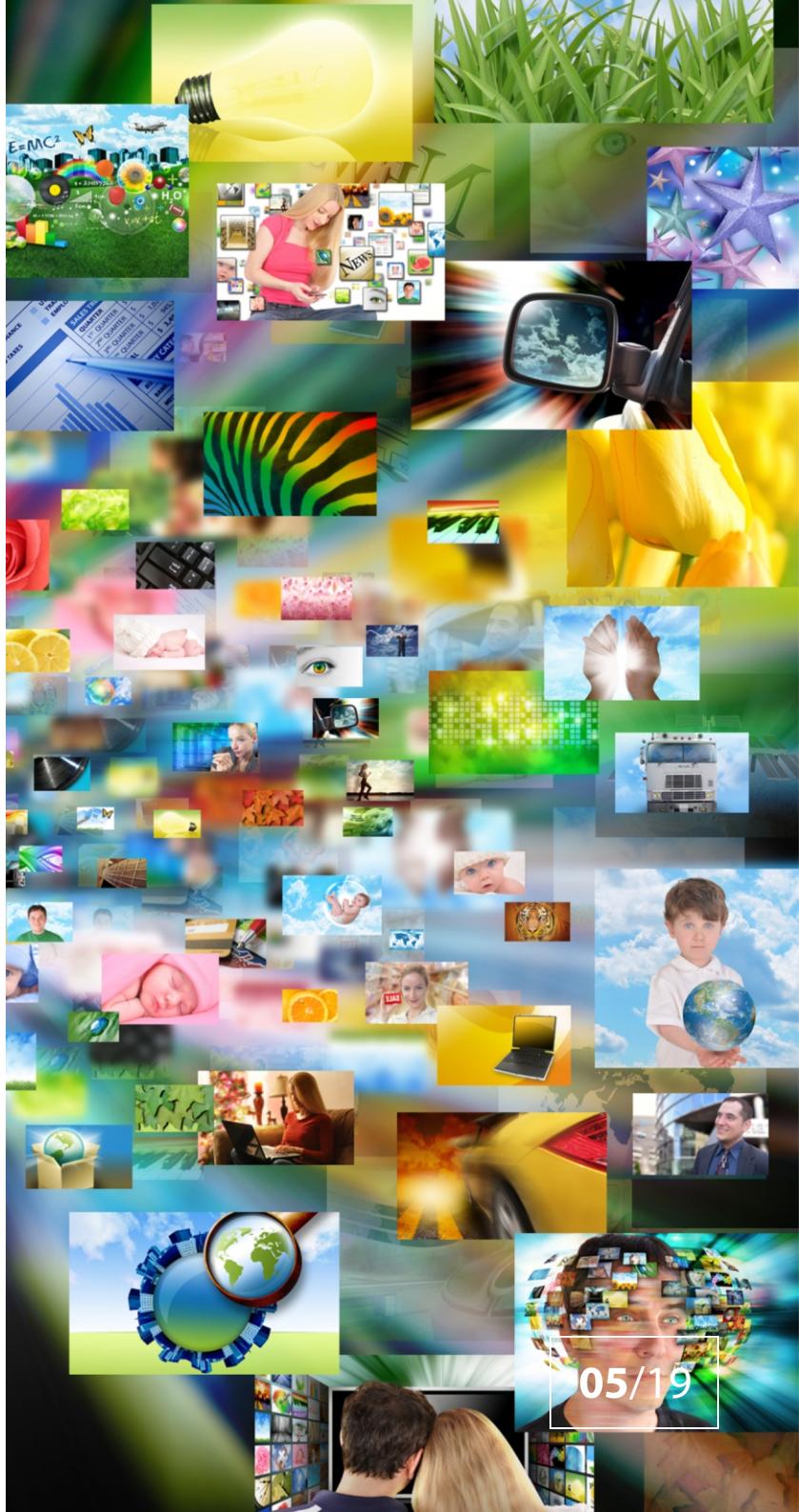




—
Видео: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

В КАКИХ СЛУЧАЯХ ЛУЧШЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ВИДЕО?

- ролик направлен на бизнес-аудиторию
- видео направлено на международную аудиторию
- продукт является дорогостоящим и статусным
- требуется видео со сложным сюжетом и большим хронометражом





Видео: дорогое решение для крупных компаний или доступный инструмент?

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ВИДЕОКОНТЕНТА





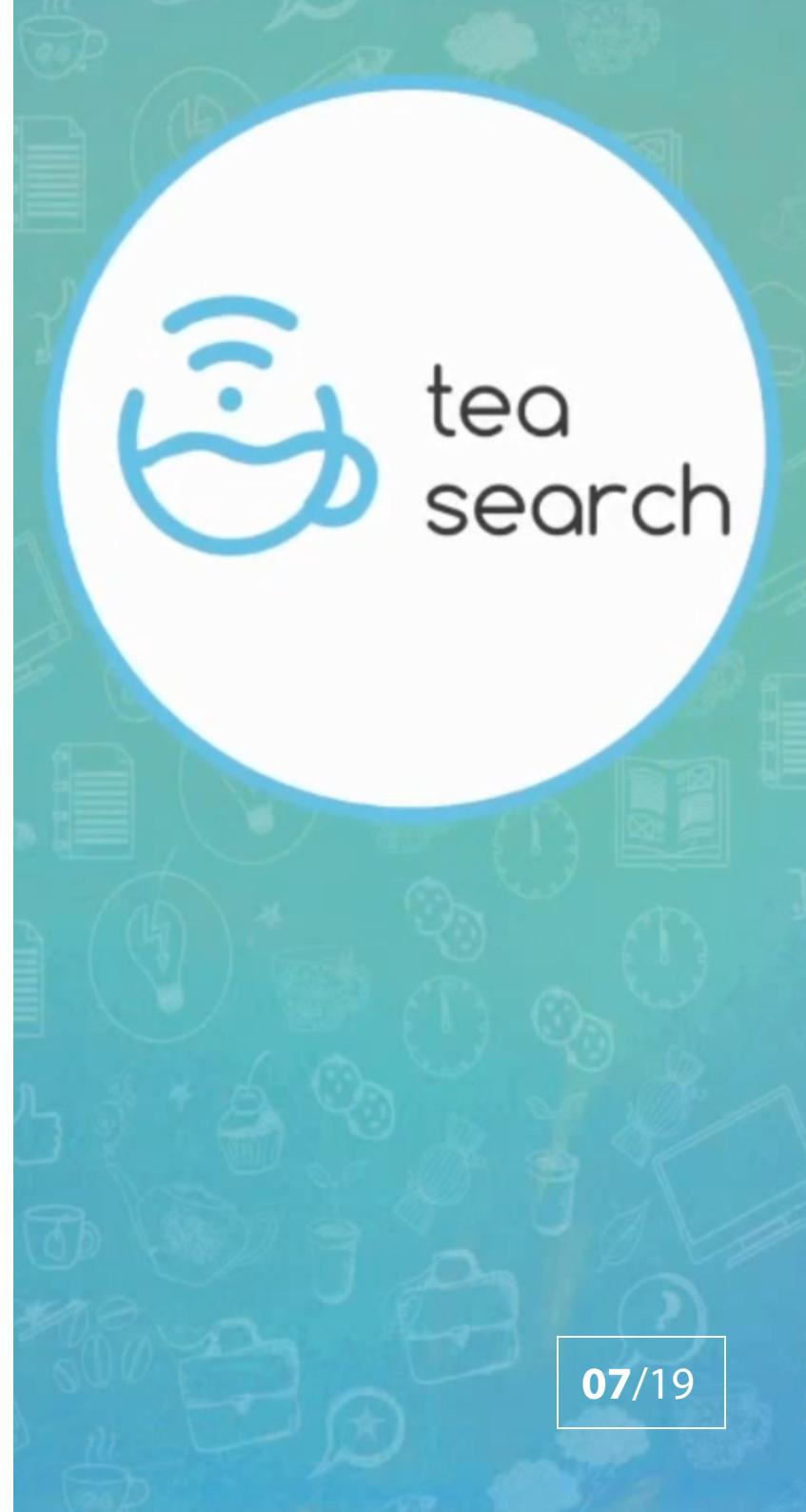
—
Видео: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

1. Рекламный ролик о продукте

Ролик-трейлер — продает **решение**
проблемы с помощью продукта.



https://vk.com/video221354688_169996379?list=ab3080402429c623b2





—
Видео: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

1. Рекламный ролик о продукте

Ролик-презентация — продает **сам продукт**



<https://www.youtube.com/watch?v=9xPYrk4b6tk>





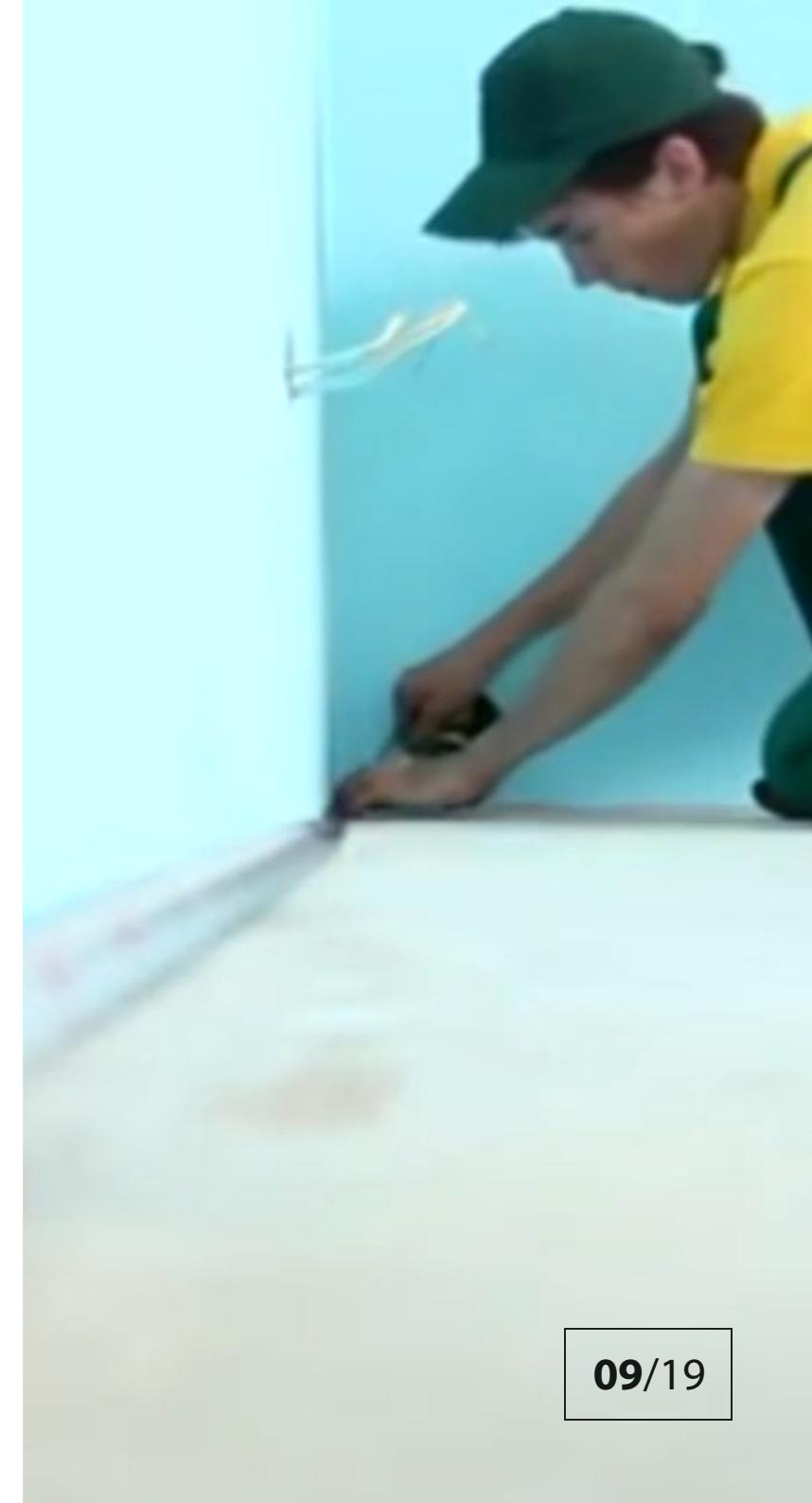
—
Вideo: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

2. Видеоинструкция

ВидеоИнструкция — помогает
пользователю разобраться с особенностями
выбора и применения товара.



https://www.youtube.com/watch?v=Q1_NPiEV2nU





—
Вideo: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

3. Видеоотзыв

Видеоотзыв — убеждает, стимулирует
принять решение о покупке



<http://www.youtube.com/watch?v=JWcw1fE9yEk>





—
Видео: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

4. Видеодемонстрация

Видеодемонстрация — показывает «товар лицом»



http://www.youtube.com/watch?v=58q2_q5igcU

Leto style



Видео: дорогое решение для крупных компаний или доступный инструмент?

5. Имиджевое видео

Имиджевое видео — формирует лояльность к бренду

- о компании
- о продукте



<http://www.youtube.com/watch?v=GFE4rkSaKOY>





—
Видео: дорогое решение для крупных компаний или доступный инструмент?

ВИРУСНОЕ ВИДЕО

Вирусное видео

Вирусное видео — ролик, способный самостоятельно распространяться по сети и набрать большое количество просмотров в течение короткого времени



<http://www.youtube.com/watch?v=3XmBUYC8tfs>



—
Видео: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

СОВЕТЫ ПО СЪЕМКЕ ЛЮБИТЕЛЬСКОГО ВИДЕО:

1. Подготовка подробного сценария обязательна!

- обучайте
- отвечайте на вопросы
- расскажите о наблюдениях и экспериментах
- развенчайте миф
- расскажите историю
- покажите то, что обычно остается «за кадром»





—
Видео: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

СОВЕТЫ ПО СЪЕМКЕ ЛЮБИТЕЛЬСКОГО ВИДЕО:

- 2. Заинтересовать зрителя нужно в первые 10-20 секунд**
- 3. Не затягивайте видео:
длительность продающего
ролика ~ 1-2 минуты**
- 4. Заканчивать нужно призывом
к действию**

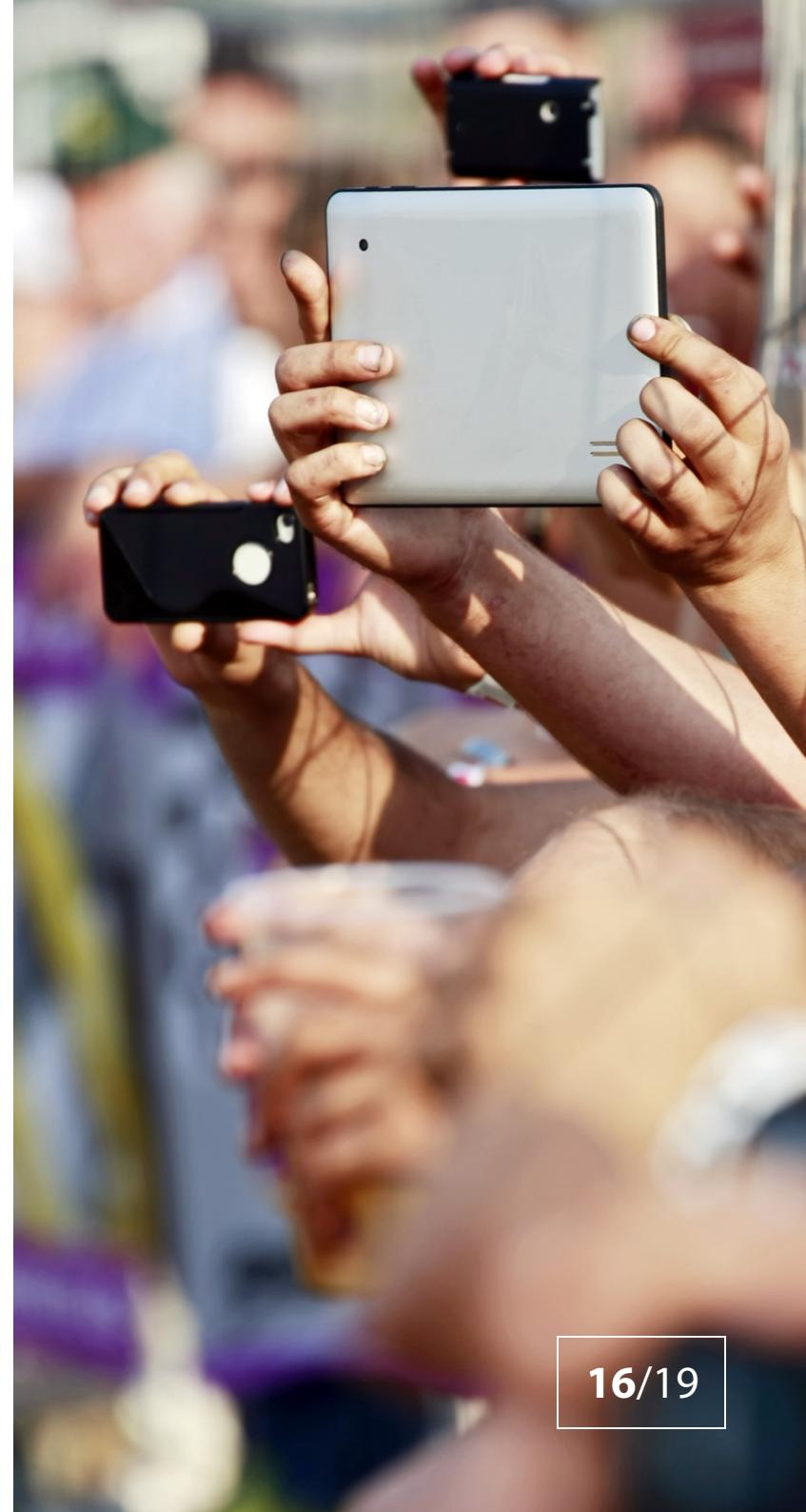




—
Видео: дорогое решение для крупных компаний
или доступный инструмент?

СОВЕТЫ ПО СЪЕМКЕ ЛЮБИТЕЛЬСКОГО ВИДЕО:

1. Можно использовать любительскую камеру и простые видеоредакторы
2. Следить за светом в кадре
3. Не допускать дрожания картинки
4. Обязательны паузы и переходы
5. Важные детали лучше не делать мелкими
6. Уделить внимание качеству звука
7. При размещении на youtube учитывать авторское право на музыку





Видео: дорогое решение для крупных компаний или доступный инструмент?

РАЗМЕЩЕНИЕ ГОТОВОГО ВИДЕО

- 1. Хранить видео предпочтительнее на стороннем видеохостинге**
- 2. Рекомендуется использовать микроразметку schema.org/VideoObject. Нанести разметку можно с помощью инструментов: Google Маркер Мастер разметки структурированных данных**

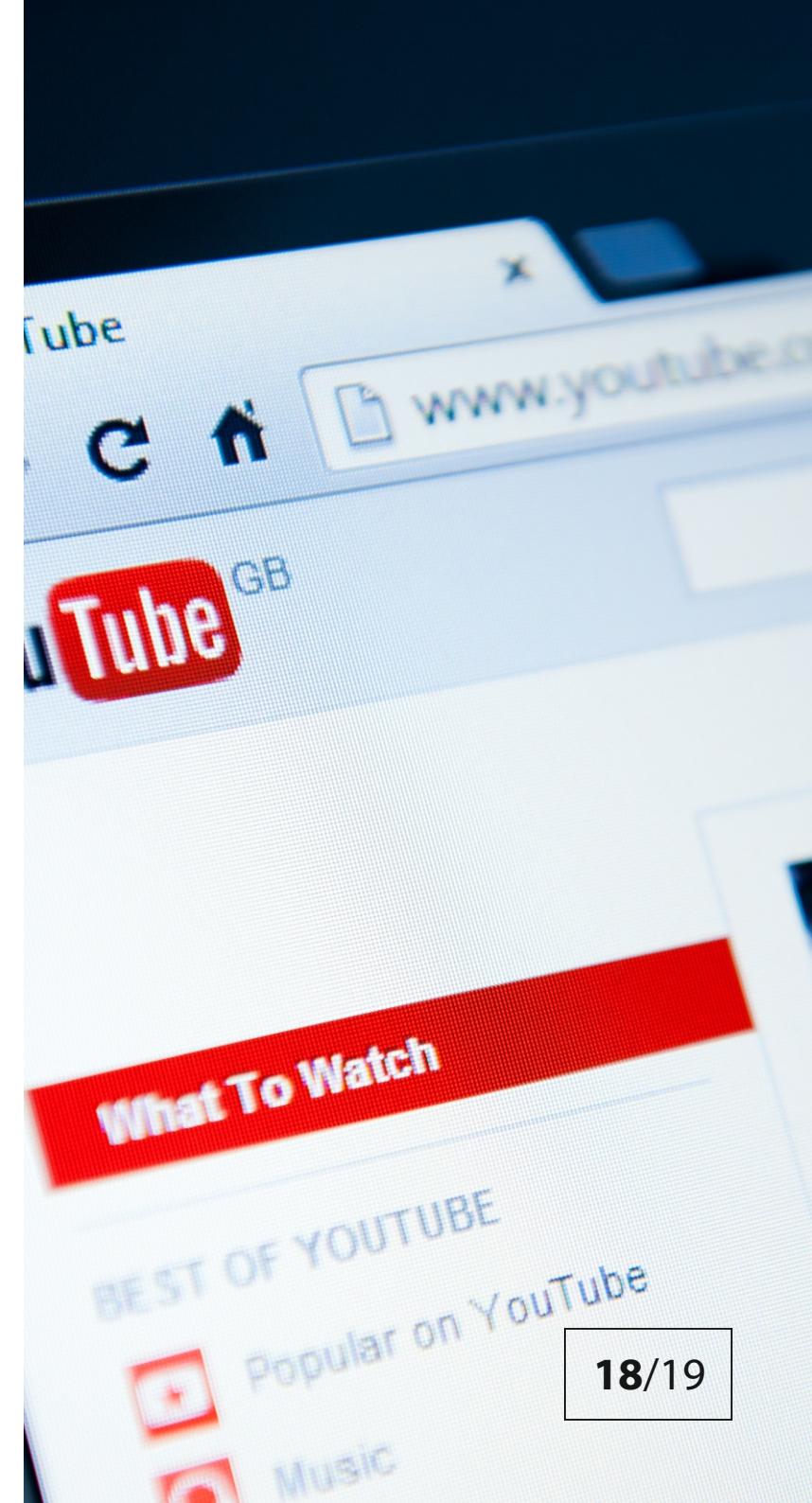




Видео: дорогое решение для крупных компаний или доступный инструмент?

ПАРАМЕТРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ (GOOGLE ANALYTICS, СТАТИСТИКА YOUTUBE)

- количество просмотров;
- среднее время просмотра;
- количество подписчиков видеоканала;
- оценки «Нравится» и «Не нравится»;
- количество и содержание комментариев;
- количество нажатий кнопок «Поделиться»;
- количество пользователей, добавивших запись в избранное;
- места воспроизведения (youtube или другие сайты);
- демографические данные пользователей.



**МАРКЕТИНГОВЫЙ
КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ**
www.techart.ru

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!
ПОЖАЛУЙСТА,
ЗАДАВАЙТЕ
ВОПРОСЫ.**

Татьяна Бадикина
Promo.TechArt

(495) 790-7591
info@techart.ru
www.techart.ru
<http://twitter.com/techart/>
<http://www.facebook.com/techartgroup>