



Οι videomarketing καμπάνιες μπορούν να αυξήσουν την αναγνωρισιμότητα μιας επωνυμίας, την διαδικτυακή κίνηση και τις πωλήσεις για επιχειρήσεις όλων των μεγεθών...

Είτε αυτή είναι μια pre-roll διαφήμιση στο YouTube ή κάποιο πρωτότυπο διαφημιστικό περιεχόμενο, η διαφήμιση με onlinevideo μπορεί να προβάλλει επιχειρήσεις όλων των μεγεθών. Ιδιαίτερα μικρές επιχειρήσεις βρήκαν ότι τα ψηφιακά videos μπορούν να αυξήσουν την αναγνωρισιμότητα, την κίνηση του website και τις πωλήσεις τους με έναν οικονομικά αποδοτικό τρόπο και φιλικό ως προς τον προϋπολογισμό της επιχείρησης.

Σχεδόν όλοι βλέπουν onlinevideos σήμερα, μπορείς να προσεγγίσεις κόσμο με πολύ μικρότερο κόστος από την παραδοσιακή διαφήμιση στην τηλεόραση και με πολύ περισσότερες ευκαιρίες για σωστή στόχευση του κοινού. Μπορείτε να στοχεύσετε videos στο κατάλληλο κοινό βασισμένοι σε συγκεκριμένο περιεχόμενο που βλέπουν στο YouTube, ανάλογα με τη γεωγραφία, δημογραφικές πληροφορίες ή ενδιαφέρον σε προϊόντα ή υπηρεσίες όπως αυτά φαίνονται από την online συμπεριφορά τους.”

Όπως κάθε καμπάνια contentmarketing, ένα διαφημιστικό βίντεο πρέπει να αιχμαλωτίζει τους θεατές και να φτάσει στο κατάλληλο κοινό για να είναι επιτυχημένο.

ΣΧΕΔΙΑΣΕ ΤΟ

Όταν ασχολείσαι με την [κατασκευή online διαφημίσεων](#), είναι ουσιώδες να αναλογιστείς την μέθοδο διανομής πριν την παραγωγή.

Σχεδίασε το μήνυμα που θες να περάσεις, την παραγωγή και την διανομή πριν δημιουργήσεις το βίντεο σου. Με αυτό τον τρόπο, μπορείτε να προσαρμόσετε το περιεχόμενό σας για το κανάλι από το οποίο διαδίδεται, είτε αυτό σημαίνει ότι φιλοξενείται στο YouTube, χρησιμοποιείται για social περιεχόμενο ή στέλνεται από ένα emailmarketingsystem

ΦΡΟΝΤΙΣΕ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΟΣΟ ΤΟ ΔΥΝΑΤΟΝ ΠΙΟ ΣΥΝΤΟΜΟ

Η διάρκεια της προσοχής του θεατή συνεχίζει να ελαττώνεται και οι διαφημιστές ξέρουν ότι πρέπει να ανταγωνιστούν με πολλές άλλες διαφημίσεις για τις προβολές (views).

Συμβουλευόμαστε η video καμπάνια σας να είναι όσο πιο συνοπτική γίνεται, ειδικά αν πρόκειται για μια pre-roll διαφήμιση. Όσο πιο σύντομο είναι το βίντεο, τόσο λιγότερο ενοχλημένοι θα είναι οι θεατές και τόσο περισσότερο πιθανό είναι να το παρακολουθήσουν ολόκληρο.

Από τις στατιστικές στις καμπάνιες που έχουμε κάνει, ξέρουμε ότι ο κόσμος έχει σχεδόν διπλάσια πιθανότητα να παρακολουθήσει ολόκληρο ένα 15 δευτερολέπτων σποτ αντί ενός 30 δευτερολέπτων.

ΧΤΙΣΤΕ ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΘΕΑΤΕΣ

Η εμπιστοσύνη και η δέσμευση είναι δύο από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για επιτυχημένες videomarketing στρατηγικές. Οι δημιουργοί περιεχομένου πρέπει να επικεντρωθούν στο να συνδεθούν με τους ανθρώπους που παρακολουθούν τα video τους.

Πιο συχνά από ποτέ, ένα YouTube κανάλι με το πιο κοινό θα αποδώσει καλύτερα από ένα με το οποίο έχει περισσότερους συνδρομητές και επισκέψεις. Το κοινό θέλει να νιώσει ότι ο διαφημιστής έχει το συμφέρον του δημιουργού του βίντεο στο μυαλό του και μοιράζεται τις ίδιες αξίες. Υποστήριξε πράγματα για τα οποία οι δημιουργοί του YouTube ενδιαφέρονται και θα υποστηρίξουν και αυτοί με τη σειρά τους την επωνυμία σου. Αν τους στηρίξεις με ειλικρινείς και μεστόυ περιεχομένου τρόπους, θα προασπίσουν την επωνυμία σου στο κοινό τους.

Σαν μέρος της στρατηγικής τους προτείνουμε να αρχίσετε σχέσεις με μικρότερους YouTube δημιουργούς που μοιράζονται το όραμα της επωνυμίας σου. Όταν τα κανάλια τους αρχίσουν να μεγαλώνουν, η σχέση θα μπορούσε να εξελιχθεί σε μια αμοιβαία ωφέλιμη συνεργασία.

ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΚΑΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ

Το Videomarketing μπορεί να σας βοηθήσει να επιτύχετε ευρείς γενικούς στόχους όπως το "newleads

" ή το "

searchengineoptimization

", αλλά με το να καθορίζετε πιο εστιασμένους στόχους, μπορείτε να διαπιστώσετε όλη τη δυνατότητα αυτού του διαφημιστικού μέσου. Υπολογίζοντας αυτούς τους στόχους μπορεί επίσης να ρίξει φως στο γιατί μια καμπάνια πέτυχε ή δεν πέτυχε.

Μια video καμπάνια πρέπει να έχει συγκεκριμένους στόχους όπως το να οδηγεί νέους επισκέπτες στο website, αυξάνοντας την κοινωνική δέσμευση στο Facebook ή με το να λάβει απαντήσεις από στοχευμένα

email

. Κάποιες φορές το θέμα δεν είναι το βίντεο ή η διανομή, αλλά στο τι συμβαίνει αργότερα – όπως το να έχεις μια φτωχή

conversionpage

ή κάποιο άλλο θέμα με το

website

ή το

call

-

to

-

action

. Μόνο με το να αποσαφηνίζεις στόχους και με το να τους υπολογίζεις, μπορούν οι εταιρίες να βελτιώσουν την αντίληψή τους στο

videomarketing

και στα αποτελέσματά του.

<https://www.aboutnet.gr/>