VIVER DE BLOG

VIDEO MARKETING

> *“Um minuto de vídeo vale mais que 1.8 milhões de palavras!”*
> *– Dr. James Mcquivey, Forrester Research*

Estatísticas sobre Vídeo Marketing

Durante um discurso, o vice-presidente de Conteúdo Global do Youtube, Robert Kyncl, disse que vídeos, em breve, representariam 92% de todo o tráfego da internet.

59% dos executivos preferem assistir vídeos ao invés de ler textos, se ambos estiverem disponíveis na mesma página.

Aproximadamente 3 de 5 consumidores gastam pelo menos 2 minutos assistindo um vídeo que os informa sobre um produto pelo qual estão interessados em comprar.

52% dos consumidores

80% dos consumidores

Depoimentos de

dizem que vídeos de produtos os ajudam a tomar decisões na hora de comprar.

se lembram onde assistiram determinado vídeo online.

consumidores em vídeo podem aumentar as vendas em 600%.

Uma página web com vídeo é 53% mais propensa a aparecer na primeira página do Google.

Resultados de buscas de vídeos tem uma taxa de cliques 41% maior do que resultados de buscas de textos simples.

Vídeos no email marketing podem aumentar as taxas de cliques em até 96%.

Usuários de celulares e *tablets* são 3 vezes mais propensos a assistir um vídeo do que usuários de computadores.

76% dos comerciantes planejam adicionar videos aos seus sites, fazendo disto uma prioridade mais alta que Facebook, Twitter e Blogs.

O YouTube é responsável por 28% de todas as buscas do Google.

Mais de 1 bilhão de usuários visitam o YouTube a cada mês, gastando mais de 4 bilhões de horas assistindo a vídeos.

Usuários de vídeo online deverão dobrar para 1.5 bilhão em 2016.

8 Tipos de Vídeos para Alavancar seu Negócio

1. DEMONSTRAÇÃO

Essa é uma boa forma de demonstrar produtos e serviços oferecidos pela sua empresa rapidamente. Usando uma combinação de videografismo, captura de tela, narração ou um apresentador, você pode tornar mais fácil para o espectador entender como seu produto funciona, o que ele faz e por que ele é importante.

2. DEPOIMENTOS

Quem melhor para explicar os benefícios dos seus produtos e serviços do que seu melhor e mais entusiasmado cliente? Depoimentos em vídeo permitem que seus clientes falem diretamente com clientes em potencial, construindo confiança, aumentando sua reputação e transmitindo sua mensagem de modo efetivo.

3. CORPORATIVO

Um vídeo corporativo é uma apresentação direta da personalidade e caráter de sua empresa, ajudando você a posicioná-la como líder de mercado em sua área de atuação.

4. CONTANDO UMA HISTÓRIA (*STORYTELLING*)

Esse tipo de vídeo é utilizado para contar uma história relacionada à sua empresa. Muito utilizada em anúncios, a técnica de *storytelling* busca transmitir ideias e valores que podem estar associados à sua empresa. Exemplos: "*Just Do It*" Nike ou "*Think Different*" Apple.

5. VENDAS

Vídeos de vendas são uma forma efetiva de aumentar a credibilidade no produto/serviço que você busca oferecer, aumentando suas conversões. Colocar a sua personalidade ou de sua empresa em um vídeo de vendas passa maior credibilidade, identificação e autenticidade.

6. *TEASERS*

Teasers são muito utilizados em filmes que farão sua estreia em breve. O objetivo desse tipo de vídeo é utilizar o gatilho mental da antecipação, deixando prováveis clientes ansiosos pelo que está por vir.

7. ANIMAÇÃO

Entrega sua mensagem para o público certo de forma inovadora, clara e convincente por meio de videografismo e animação 3D. Modelagem 3D permite a você apresentar informações técnicas de forma clara.

8. TREINAMENTO

Quando as pessoas podem ver e ouvir sua mensagem, elas aprendem mais rapidamente e retém melhor a informação. É por esse motivo que um vídeo dinâmico e interativo, que entrega conhecimento a distância via web, é um meio ideal para treinar clientes e funcionários.

Video Marketing em Mobile

1. Dos 4 bilhões de telefones celulares do mundo em uso, 1.08 bilhões são *smartphones*.

2. 25% das visualizações globais do YouTube vêm de dispositivos móveis.

3. 50% de todo o tráfego móvel vem de visualizações de vídeos online.

4. 92% dos telespectadores de vídeo em dispositivos móveis compartilham vídeos com outras pessoas.

5. 70% das pessoas não deixam suas casas sem seus dispositivos móveis.

6. As pessoas tem seu telefone ao alcance, em média, 14 horas por dia.

7. 26% das pessoas preferem desistir de sua TV do que de seu *smartphone*.

8. Proprietários de *tablets* assistem, em média, 36 minutos de vídeo por semana.

9. Quase 40% dos consumidores dizem que vídeos aumentam a probabilidade de comprarem um produto através de seu dispositivo móvel.

10. Companhias ainda gastam menos que 1% de seu capital com dispositivos móveis.

Video Marketing em Email

Incluir vídeos no email marketing está provando ser vital para o crescimento de uma empresa. Veja as estatísticas a seguir!

1. Email marketing com vídeos oferece um retorno 280% maior do que emails tradicionais com textos ou imagens.

2. Incluir vídeos no email gera uma taxa de conversão, em média, 21% maior do que emails contendo apenas imagens estáticas.

3. De acordo com o site Marketing Vox, 63.9% de 5.000 pessoas entrevistadas assistiram um vídeo enviado por email até o final.

4. Emails recebidos contendo vídeos são abertos, em média, 5.6% mais vezes do que emails que não contém vídeo. Com o uso contínuo de vídeos no email, a expectativa é que os destinatários irão cada vez mais priorizar a abertura de mensagens com vídeo, de remetentes conhecidos.

5. Descadastramentos de uma lista de emails podem ser reduzidos em até 75% quando você fornece conteúdo de vídeo constantemente.

6. 71% das pessoas que compartilham vídeos de produtos fazem isso via email.

7. Um estudo concluiu que usar a palavra “vídeo” no assunto do email aumentou a taxa de abertura destes emails em torno de 20%.

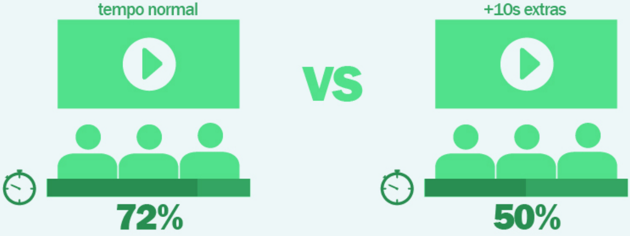
Os vídeos mais comuns enviados por email costumam ser:

- Tutoriais
- Demonstração de produtos
- Apresentações de marcas
- Cobertura de eventos
- Depoimentos de clientes
- Anúncios especiais

Boas Práticas para Otimizar seu Video

Psicólogos dizem que o ser humano mantém sua atenção por 20 minutos. Porém, para vídeos online, essa atenção é mantida apenas por 60 segundos.

1. Num estudo feito pela Wistia, dois vídeos foram mostrados aos usuários. Os dois vídeos eram idênticos, exceto pelo fato de que o segundo vídeo tinha um tempo extra de 10 segundos. Em média, o menor vídeo foi assistido 72% do tempo, enquanto o vídeo mais longo foi assistido apenas 50% do tempo.



2. Vídeos curtos são melhores para que as pessoas os assistam até o final. A maioria dos vídeos de negócios são criados para transmitir uma mensagem pronta e direta para que o consumidor a entenda.

3. A maioria dos vídeos perdem audiência de acordo com seu andamento. O interesse diminui de acordo com que espectadores se distraem, cansam ou percebem que o vídeo não é para eles. Portanto, coloque em primeiro lugar a informação mais importante e essencial e, em seguida, detalhes de apoio.

4. Esteja certo de que todas as partes do vídeo contém informações novas e específicas. Se você não está oferecendo conteúdo útil, as pessoas pararão de ouvi-lo.

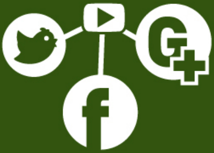
5. As pessoas estão naturalmente interessadas em outras pessoas. Use isto a seu favor tentando relacionar experiências pessoais com sua mensagem principal.

Portanto, para produzir o melhor do vídeo online:

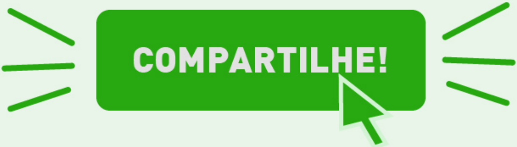
1. Inclua um "gancho" criativo nos primeiros 10 segundos.

2. Apele para emoções universais: Os vídeos mais eficazes são engraçados, profundamente comoventes ou totalmente inesperados.

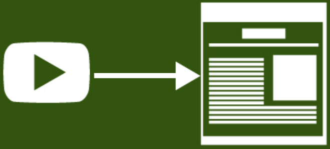
3. Não descarte as mídias sociais: Esta é uma ótima fonte de compartilhamento de vídeos, já que pessoas adoram se conectar com outras pessoas.



4. Não se esqueça da *Call To Action* (CTA) no final do seu vídeo. Escolha uma ação que você deseja que o usuário tome e foque apenas nela. Essa ação pode ser curtir, comentar, compartilhar, se inscrever no seu canal, lista de email ou clicar em um link.


COMPARTILHE!

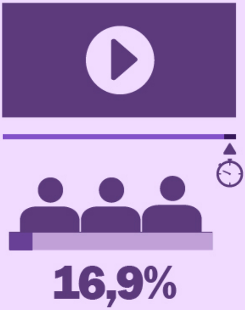
5. Inclua um link para seu site com um artigo de apoio ou para o usuário se conectar melhor com suas ideias, além do vídeo.



As 4 Métricas que Realmente Importam para Video Marketing

Todo mundo sonha em se tornar famoso na internet com um vídeo que tenha bilhões de visualizações. Porém, somente visualizações não te contam quão engajados são seus espectadores ou quantos leads seu vídeo gerou. Aqui estão 4 métricas que realmente importam para vídeo marketing.

1. *View Through Rate* (VTR) ou Taxa de Visualização



A taxa de visualização é a porcentagem de pessoas que viram seu vídeo e que realmente o assistiram. Um VTR baixo pode indicar problemas com seu título, com as miniaturas de imagens que você escolheu ou onde seu vídeo está localizado.

A média de VTR é 16,9%

O VTR é comparado com a média dividindo-se o número de visualizações da página pelo número de visualizações do vídeo.

2. Tempo assistido

Visualizar mede somente o quão frequentemente as pessoas clicam no play, enquanto o tempo assistido mede a real adesão do público em relação ao seu vídeo. Controle o tempo assistido para saber o quão eficaz seu vídeo é no sentido de captar audiência.

Após 15 segundos, você tende a perder 50% de sua audiência. Portanto, mantenha seu vídeo curto e encantador.

3. *Click Through Rate* (CTR) ou Taxa de Cliques

Taxa de cliques (*click through rate*) é a porcentagem de vezes que o usuário clicou na *Call To Action* do seu vídeo, considerando que esta é um link para visitar um website, um anúncio para comprar um produto ou simplesmente uma imagem em miniatura para assistir outro vídeo.

4. Compartilhamentos

Compartilhamentos medem o alcance e a viralidade do seu conteúdo. Procure encontrar uma plataforma que não só te mostra quantas vezes seu vídeo foi compartilhado, mas também em qual rede, como ele foi compartilhado e as medidas para cada passo do caminho.

Seu blog com algo a MAIS.

VIVER DE BLOG
www.viverdeblog.com

1.http://visual.ly/valuevideomarketing
2.http://www.studio8.co.uk/videoproductioninfographic/
3.http://ticsyformacion.com/2013/07/04/10razonesporlasqueusar-videoonlineinfografiainfographicmarketing/
4.http://www.videozee.com
5.http://thefutureofink.com/videomarketinginfographic/
6.http://digiday.com/brands/celtra15mustknowstatsforonlinevideo/
7.http://www.reelseo.com
8.http://blog.intergage.co.uk/top8waystousevideoforbusinessinfographic/
9.http://www.b2bmarketinginsider.com/mobile/18statsonthembile-marketyouneedtoknowinfographic
10.http://www.oneproductions.com/
11.http://www.google.com/think/researchstudies/ourmobileplanetireland.html
12.http://www.smartinsights.com/emailmarketing/emailcreative-andcopywriting/videoemailmarketing/
13.http://www.emailmonks.com
14.http://www.getresponse.com/presscenter/releases/01122009.html
15.http://wistia.com/blog/doeslengthmatteritdoesforvideo2k12edition
16.http://blog.kissmetrics.com/howtoincreaseviewership/?wide=1
17.http://facultyecommons.org
18.http://thechrisvossshow.com/5videomarketingmetricsthatactuallymatterinforgraphic