

Куцук Соломія
студентка групи МАРК-41
Західноукраїнський національний університет
Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Іванечко Н.Р.

ВІДЕОМАРКЕТИНГ ЯК ОДИН З ВЕКТОРІВ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Відеомаркетинг – це потужний інструмент цифрового маркетингу, який стає все більш популярним серед підприємств усіх розмірів. Це пояснюється тим, що відео контент є динамічним, цікавим та легко засвоюється, що робить його ефективним способом досягти цільової аудиторії та просувати товари та послуги.

До переваг відеомаркетингу можна віднести збільшення залученості та утримання уваги. Люди схильні витратити більше часу на перегляд відео, ніж на читання тексту. Відео контент динамічний, візуально привабливий та емоційний, що робить його більш захопливим для аудиторії. Дослідження показують, що люди з більшою ймовірністю запам'ятають інформацію, яку вони бачать у відео, ніж ту, яку вони читають.

Підвищення довіри до бренду та формування емоційного зв'язку. Відео дає можливість зазирнути за лаштунки бренду, познайомити аудиторію з командою та продемонструвати цінності вашої компанії. Це створює більш людський та емоційний зв'язок з клієнтами, що може призвести до більшої лояльності та прихильності до бренду. Відео відгуки реальних клієнтів будують довіру та сприяють прийняттю рішень про покупку.

Стимулювання продажів та лідогенерація. Відео може бути потужним інструментом для просування товарів та послуг. Демонстраційні ролики, огляди продуктів та вебінари можуть наочно показати переваги пропозиції. Включаючи чіткий заклик до дії у своїх відео, можна спонукати глядачів відвідати веб-сайт, підписатися на розсилку або здійснити покупку. Відеореклама на платформах, таких як YouTube, може охопити широку аудиторію та генерувати цінних лідів.

Покращення SEO та органічного трафіку. Пошукові системи, такі як Google, надають пріоритет веб-сайтам з відеоконтентом. Включення релевантних ключових слів у відеозаголовки, описи та теги може допомогти покращити рейтинг у результатах пошуку. Відео також може збільшити час, який люди проводять на веб-сайті, що є ще одним фактором ранжирування.

Універсальність та адаптивність. Відео контент можна використовувати на різних платформах, включаючи веб-сайти, соціальні мережі, YouTube, електронні листи та платформи для платного розміщення реклами. Також можна створювати різні типи відео для різних цілей, наприклад, рекламні ролики, навчальні відео, прямі трансляції та відеоблоги. Це робить відеомаркетинг гнучким та адаптивним інструментом, який можна використовувати для досягнення різноманітних маркетингових цілей.

Вимірюваність та аналітика. Завдяки платформам відеохостингу та інструментам аналітики можна відстежувати результативність своїх відео кампаній та скільки людей переглядають відео, скільки часу вони проводять за переглядом та які дії вони виконують після перегляду. Ці дані можуть допомогти покращити свої відео та отримати максимальну віддачу від маркетингових зусиль.

Є багато видів відеомаркетингу, серед них: рекламні ролики, відео-блоги, відео-відгуки, вебінари, відео-інструкції, відео-трансляції, відеоісторії, відео за лаштунками, відео з дрона і т.д.

Рекламні ролики – це короткі, динамічні відео, які використовуються для просування товарів або послуг. Зазвичай мають чіткий заклик до дії та орієнтовані на стимулювання продажів або лідогенерації. Наприклад, рекламні ролики на YouTube, телевізійна реклама, банерна реклама з відео.

Відео-блоги – це серія відео, які публікуються на веб-сайті або каналі YouTube. Можуть охоплювати різні теми пов'язані з брендом, галуззю або інтересами аудиторії. Допомагають створити зв'язок з аудиторією, поділитися знаннями та просунути бренд. Наприклад, щотижневі відео про продукти, інтерв'ю з експертами, навчальні посібники.

Відео-відгуки – це відео, в яких люди діляться своїми враженнями про продукт або послугу. Вони додають довіри та автентичності бренду, оскільки ґрунтуються на реальному досвіді клієнтів. Можуть бути спонтанними або постановочними. Наприклад, відгуки клієнтів на веб-сайті, відеосвідчення на YouTube, відгуки в соціальних мережах.

Вебінари – це онлайн-семінари, які проводяться в прямому ефірі. Чудовий спосіб поділитися своїми знаннями та досвідом з широкою аудиторією. Можуть бути безкоштовними або платними. Зазвичай включають сеанси запитань та відповідей. Наприклад, вебінари про те, як використовувати продукт, вебінари про останні тенденції в галузі, вебінари про те, як розпочати власний бізнес.

Відео-інструкції – це відео, які показують, як використовувати продукт або послугу. Корисні та інформативні, оскільки надають практичні інструкції глядачам. Можуть бути короткими та простими або більш детальними. Наприклад, посібники з налаштування, навчальні посібники з використання програмного забезпечення, відео про те, як зробити щось самостійно.

Відео-трансляції – це відео в прямому ефірі, які транслюються в Інтернеті. Забезпечують автентичний та інтерактивний досвід для аудиторії. Можуть використовуватися для проведення заходів, інтерв'ю, демонстрацій продуктів та багато іншого. Наприклад, трансляції живих подій на Facebook, трансляції в Instagram Live, трансляції на YouTube.

Відеоісторії – це короткі, захоплюючі відео, які розповідають історію про бренд, продукт або послугу. Емоційний спосіб залучити аудиторію та створити зв'язок з ними. Можуть бути документальними, анімаційними або постановочними. Наприклад, історії успіху клієнтів, відео про походження компанії, відео про те, як виготовляється продукт.

Відеоролики за лаштунками – це відео, які дають глядачам ексклюзивний погляд на те, що відбувається за лаштунками вашої компанії. Підвищують

довіру та прозорість бренду. Можуть демонструвати робочу культуру, команду та виробничий процес. Наприклад, тури офісом, знайомство з командою, відео про те, як тестуються продукти.

Відео з дрона – це відео, зняте з безпілотного літального апарата (дрона). Забезпечує унікальні та захоплюючі кадри з висоти пташиного польоту. Може використовуватися для зйомки пейзажів, нерухомості, спортивних заходів та багато іншого. Наприклад, відео-презентації нерухомості, зйомки екстремальних видів спорту, огляди мальовничих місць.

Відеомаркетинг може бути дуже гнучким інструментом. Його можна використовувати для створення різних типів контенту. Відеомаркетинг може бути дуже економічно вигідним. Можна створювати відеоконтент з невеликим бюджетом, використовуючи свій смартфон або просту камеру. Відеомаркетинг – це чудовий спосіб побудувати стосунки зі своїми клієнтами. Відео може допомогти вам створити зв'язок зі своїми клієнтами на особистому рівні та створити відчуття спільноти.

Різноманітність відеоформатів дозволяє створювати відеомаркетингові кампанії, які відповідають цілям та уподобанням цільової аудиторії.

Завдяки своїй здатності залучати увагу, формувати зв'язок з аудиторією та стимулювати дії, відео стає незамінним інструментом для будь-якого маркетолога в цифрову епоху.

Відеомаркетинг є цінним інструментом, який допомагає досягти поставлених маркетингових цілей. Завдяки ретельному плануванню та виконанню можна створювати ефективні відеомаркетингові кампанії, які допоможуть залучити цільову аудиторію, підвищити довіру до бренду та збільшити продажі.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.

2. Borysova, T., Monastyrskyi G., Khrupovych S., Chaikivska V. Marketing communication policy of local authorities as a tool for forming the image of municipal service providers. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2022. P.306-315. URL: <https://publons.com/p/52935278/>

3. Ivanechko N., Borysova T., Monastyrskyi G. Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2020. №4 (35). 507-513 P. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i35.222527>

4. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМБУКС, 2018. - 208 с.

5. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / пер. з англ. Олексій Сіпігін. Київ: Альпіна Паблішер, 2021. 251 с.