

VIDEO MARKETING

Trendy pro B2B trh v roce 2015



Mgr. Martin Horný

2

*základní východiska
video marketingu*

1. Médium je sdělení

**Vybrané médium ovlivňuje to,
jak bude sdělení přijato.**

1. Médium je sdělení



**Jaký typ komunikace
má nejsilnější
možnost přesvědčit?**

FACE-TO-FACE



1. Médium je sdělení

**Ze všech v současné době
objevených médií má video
nejblíže k **face-to-face** komunikaci
a dokáže nejlépe zastoupit
osobní kontakt.**

2. Lidé jsou fascinováni video produkcí

Žijeme v době videa.

Za každou **1 sekundu** se na YouTube nahraje jedna hodina videa.

Za **30 minut** je to 30 dnů videa.

Za **1 měsíc** se nahraje 300 let videí.



Důsledky a shrnutí kapitoly:

1. Internet je plný **video balastu**. Odpadu, který nikdy nikdo neuvidí.
2. Ať už natočíte cokoli, na internetu existuje video, které by váš klient viděl **raději**.
3. Aby vaše video zaujalo, musí to být pecka:
= Musí být určeno pro vaši **cílovou skupinu**.

Výhody video marketingu:

- video jako jediné médium umožňuje kombinovat **obraz, zvuk a text;**

Jeden obrázek vydá za 1000 slov. Sekunda videa je 25 obrázků.

- video umožňuje vytvořit **emotivní spojení** s divákem;
- můžeme **sami sebe ukázat** za ty, kteří stojí za značkou (nahrazení face-to-face komunikace);

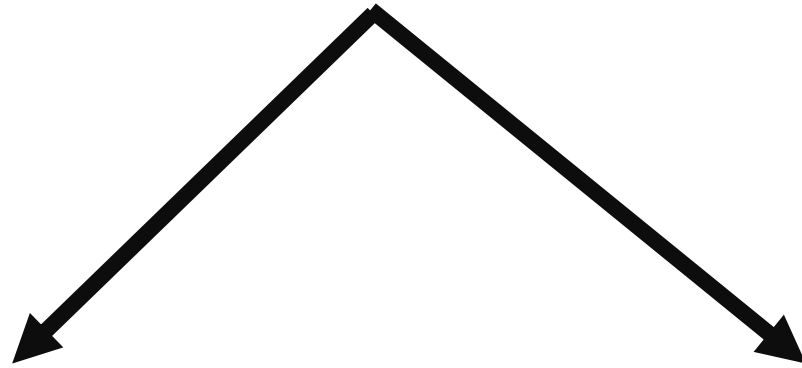
Výhody video marketingu:

- skvěle zvyšuje povědomí o značce **nereklamní cestou** (zábava, informace);
- vynikající poměr **cena / výkon**;
- **zlepšuje se SEO**;

Jaké jsou současné trendy video marketingu



Současné trendy video marketingu



ZÁBAVA

(humor, dojem)

INFORMACE

(produktová videa)

Současné trendy video marketingu

ZÁBAVA
(humor, dojem)

PROBLÉM

nestoupá povědomí o značce,
diváci si nepamatují brand!

([Bóbika](#))

Současné trendy video marketingu

INFORMACE

(produktová videa)



Bohužel se význam těchto videí velmi podceňuje. Firmy je nepovažují za atraktivní, protože nemají tolik zhlédnutí jako zábavná videa.

ALE!

Současné trendy video marketingu

INFORMACE

(produktová videa)



Celých 96% lidí nakupujících online sleduje produktové video a po zhlédnutí je **2x větší šance, že si produkt koupí.**

V průměru utratí takový nakupující o **9,1% více.**

Současné trendy video marketingu

INFORMACE

(produktová videa)



Vývoj využití produktových videí:

2005: 20% prodejců

2009: 55% prodejců

2010: 73% prodejců

2014: ?? prodejců

Současné trendy video marketingu

Příklad: [Krátké video recepty společnosti IREKS](#)

Cíl: Představit cukrářům jak lze jednoduše pracovat s novým produktem.

Prostředek: Natočení série receptů a tipů.

Jak efektivně zpracovat video marketingovou kampaň z pohledu zadavatele



Jak efektivně zpracovat video marketingovou kampaň z pohledu zadavatele:

1. Krok - Video marketingový audit

Jak efektivně zpracovat video marketingovou kampaň z pohledu zadavatele:

1. Krok - Video marketingový audit

Co děláte?

Jak to děláte?

Jaký je váš průměrný zákazník?

Proč to všechno děláte?

Jak efektivně zpracovat video marketingovou kampaň z pohledu zadavatele:

1. Krok - Video marketingový audit

Na základě auditu vznikne přehledná **SWOT** analýza:

- klady
- slabiny
- příležitosti
- hrozby

Jak efektivně zpracovat video marketingovou kampaň z pohledu zadavatele:

2. Krok - Určení cílové skupiny

Je dobré si vytvořit tzv. *persony*.

Jak efektivně zpracovat video marketingovou kampaň z pohledu zadavatele:

3. Krok – Určení ceny a žánru

Žánry zajímavé zejména pro B2B:

- **testimonial videa,**
- **explainer videa,**
- **rozhovory,**
- **firemní image videa atd.**

Jak efektivně zpracovat video marketingovou kampaň z pohledu zadavatele:

4. Krok – Natáčení

Co si všechno ve smlouvě pohlídat

- Pozor na fixní ceny za minuty stopáže (navíc).
- Bonusy za přesáhnutí určitého počtu zhlédnutí.
 - Trvejte na přístupu do Google Analytics, pomůže vám to rozpoznat tzv. klikající farmy a nereálnou publicitu.
 - 1 like stojí 10 haléřů
- Licenční ujednání.
- Možnost zasáhnout do finální podoby videa.

4. Krok - Jak se natáčí video?

Tři základní fáze audiovizuální produkce:



KREATIVA



PRODUKCE



POSTPRODUKCE

4. Krok - Jak se natáčí video?

Publikování videa

- Míra prokliku z YouTube na vaši stránku je dle některých výzkumů pouhých 0,47%
- Konverze: video přímo na web či e-shop

Vyhodnocení kampaně

Google Analytics

- počet zhlédnutí není jediným kritériem úspěchu
- kvalitu videa lze dobře ověřit [tzv. mírou udržení publika](#)

Shrnutí a pár tipů závěrem:



Video marketing budou brzy využívat **všechny významné firmy**, stejně jako všichni mají dnes webové stránky.

Ve svých videích buďte takoví, jací jste. Nehrajte si na to, čím vaše firma není. Divák to stejně rychle prokoukne.

Shrnutí a pár tipů závěrem:



Vyplatí se najmout si **profesionální produkční firmu**. Špatných a amatérských videí je plný internet.

Diváci ocení **upřímnost a lidskost**. Zahodte korporátní šed' a naškrobenost.

Zkuste **přemýšlet jako cílová skupina**. Dívejte se na video jejich očima.

**Děkuji za váš čas
a přeji úspěšné video
marketingové kampaně!**

Martin Horný

horny@filmundo.cz

M: +420 732 854 349

