

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Экономический факультет

А. В. Анিকেенко

Науч. рук. О. В. Пугачёва,

канд. экон. наук, доцент

ВИДЕОМАРКЕТИНГ В ИНТЕРНЕТЕ

Видеоматериал – это один из лидирующих видов контента в мире. Видео является очень простым в усвоении форматом, вмещающим в себя всю необходимую информацию, и при этом занимает намного меньше времени, чем текстовые статьи, что и привлекает пользователей. Видеомаркетинг – это набор приемов, которые используются для продвижения продукта или товара путем использования видеоматериала.

Если выделять особо значимые плюсы, то можно выделить следующие [1]:

– отношение поисковых программ к видеоконтенту. Стоит отметить, что поисковые системы лояльно относятся к видеоматериалу, так как считают его высококачественным контентом. Следовательно, применение видео в разнообразных типах контента способно плодотворно сказываться для поисковой оптимизации SEO;

– эффективный способ повышения доверия клиентов. Довольно трудно убедить пользователя, если используется только маркетинговый текст. Видео же помогает в установлении доверительных и долгосрочных отношений с аудиторией, вызывая быстрый эмоциональный отклик, что способствует продвижению продукта;

– охват разных сегментов рынка. По статистике различные возрастные категории предпочитают разные видеохостинги. Так как видеоматериал может быть размещен в любой из социальных сетей, видео способно привлечь более широкую аудиторию, чем было запланировано;

– преимущество увеличения рентабельности инвестиций. Съемка и редактирование видео раньше были трудоемкими и дорогими. Теперь это проще, чем когда-либо прежде, благодаря применению программ, которые более доступны, дешевы и просты в использовании. Пользователи понимают, что видео – это очень выгодно;

– видео как способ привлечения внимания ленивых потребителей. В наши дни люди едва успевают просматривать длинные рекламные посты. Большинство людей отдает предпочтение визуальному контенту, который быстро сообщает информацию о продукте. А если учитывать то, что современные покупатели всегда хотят видеть реализуемые товары более четко, рекламные видеоролики становятся самым умным методом завоевания ленивых покупателей;

– видеомаркетинг – это эффективный способ превзойти конкурентов. Не многие компании приняли использование видеомаркетинга. Некоторые компании до сих пор придерживаются заблуждения, что это дорого. Но с использованием видеороликов вполне возможно добиться успеха. Исследования также показывают, что люди помнят, что они смотрят, лучше, чем то, что они читают в Интернете;

– видео помогает обращаться. По результатам исследований люди, которые смотрят видео онлайн, делятся им чаще, нежели письменными сообщениями.

Все это помогает сделать вывод об эффективности использования видеомаркетинга в Интернете.

Литература

1 Акулич, М. В. Видеомаркетинг в Интернете [Электронный ресурс] / М. В. Акулич. – 2019. – Режим доступа : <https://ridero.ru>. – Дата доступа : 10.04.2021.