



O QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE VIDEO MARKETING

DICAS VALIOSAS PARA CONQUISTAR E MANTER CLIENTES POR MEIO DE VÍDEOS



CINEMARKETING CONTEÚDO E ENTRETENIMENTO

A woman with dark hair, wearing a pink long-sleeved shirt, is standing in front of a whiteboard. She is holding a silver marker with a pink eraser and is in the process of writing on the board. The whiteboard has some faint diagrams and text on it. The background is slightly blurred, showing what appears to be a window or a bright light source. The entire image is framed by a red border.

PARABÉNS!

Você acabou de adquirir o material ideal que irá ajudá-lo a conseguir mais clientes utilizando como estratégia de marketing o vídeo! Neste ebook você irá aprender os principais conceitos por trás do video marketing, além de conhecer ferramentas que irão auxiliá-lo no planejamento e criação dos conteúdos certos para as suas necessidades.

Meu nome é Guto Aeraphe, sou formado em Comunicação Social com Pós Graduação em Criação e Produção em Mídia Eletrônica pelo UNI-BH. Trabalho com audiovisual desde 1997 e nesse período já criei e produzi dezenas de comerciais para TV, programas para tvs educativas e comerciais, documentários, curtametragens e webséries. Fui Professor de Fotografia, Produção Audiovisual e de Cinema em universidades mineiras. E agora quero compartilhar um pouco do meu conhecimento com você!

ÍNDICE

05 VÍDEOS SÃO TÃO BONS QUANTO DIZEM?

07 TIPOS DE VÍDEO

09 PLANEJAMENTO DE SUA CAMPANHA DE VIDEO MARKETING

13 FAÇA A PROMOÇÃO DO SEU VÍDEO

14 COMO MEDIR O SUCESSO DO SEU VÍDEO

15 NÓS PODEMOS FAZER JUNTOS



VÍDEOS SÃO TÃO BONS QUANTO DIZEM POR AÍ?



SEM DÚVIDA ESTA É UMA PERGUNTA QUE EU SEMPRE OUÇO. E A RESPOSTA PARA ELA É SIM!

E eu explico o motivo. É o tipo de envolvimento que há entre o espectador e o vídeo. Veja só. É fato que o comportamento do consumidor passa constantemente por mudanças. Se antigamente as pessoas se informavam e consumiam por meio de programas de tv, jornais e revistas impressos, hoje, a internet e os celulares permitem uma absorção de conteúdo mais interativa, personalizada e de acesso mais fácil.

Agora temos acesso 24 horas por dia á portais de notícias, blogs e redes sociais que se tornaram as principais fontes de informação do mundo. Mesmo assim, por causa da nossa vida cada vez mais corrida, nem sempre é possível ter disposição para ler um artigo ou uma reportagem por exemplo. É aí que entram os vídeos.

Por se tratar de um conteúdo mais dinâmico, de fácil entendimento e alta capacidade de relacionamento, o consumo desse tipo de material se torna mais agradável ao consumidor final, criando laços emocionais em quem assiste e potencializando a sua mensagem. E a ferramenta certa para contar isso é o “storytelling”, que nada mais é do que uma técnica para contar histórias e gerar mais empatia ao espectador do vídeo.



“
**VÍDEOS
TRAZEM
MAIS
CREDIBILIDADE.**
”

Quando o consumidor procura algo na internet, ele dá mais valor àquela marca produto ou serviço que traz um conteúdo com relevância para ele. A produção e uso de vídeos bem produzidos fazem com que empresas e marcas obtenham mais autoridade, tornando-se um especialista, que explica e ensina um determinado assunto. E esse é o motivo pelo qual é comum as pessoas darem mais confiança à imagem da pessoa em questão, atrelando essa noção à empresa. Conseqüentemente, as mesmas percepções e sensações são transferidas aos produtos e serviços oferecidos pelo negócio responsável pelos vídeos. Isso se dá porque os vídeos têm o poder de serem mais didáticos. Associam diversas ferramentas como texto, áudio e imagem possibilitando que o conteúdo seja consumido e “digerido” de maneira muito mais eficiente.

Outra vantagem é que os vídeos permitem uma segmentação e uma aproximação muito mais proveitosa ao público. Pense que dessa forma, a conversa é feita com quem realmente lhe interessa e com quem, de fato, precisa de você. Além disso, mensurar e controlar as ações é muito mais fácil por meio de indicadores de performance chave, o que torna a tomada de decisões relacionadas a investimentos e estratégias muito mais precisa. Dados compilados no último ano mostram que:

91%

dos internautas consomem vídeos on-line e no Brasil temos a maior taxa de espectadores de vídeos da América Latina – ComScore

52%

dos consumidores ficam mais confiantes em comprar após ver um vídeo do produto – Invodo;

2 MINUTOS

•Os visitantes ficam 2 minutos a mais nos sites que possuem vídeos – ComScore;

90%

dos compradores na internet afirmam que vídeos ajudam na decisão de compra – FastCompany;

INDICADORES



TIPOS DE VÍDEO



Agora você conheceu as vantagens de se trabalhar com vídeo marketing e todas as possibilidades que esse recurso proporciona, vou lhe mostrar os tipos de vídeos que você pode utilizar de acordo com a sua necessidade, uma vez que cada um tem uma função específica.

ENTREVISTAS E DICAS

Muitos negócios que se posicionam como autoridade e compartilham conteúdo relevante, produzem vídeos conversando com formadores de opinião, especialistas e outras personalidades significativas para o mercado. O principal objetivo de entrevistar alguém é fornecer histórias e conhecimentos que o entrevistado possui e que são imprescindíveis para o usuário. A experiência desse profissional e as dicas oferecidas, além de serem relevantes para o seu cliente, ajudam a posicionar o seu negócio como formador e fomentador de opinião, tornando você uma referência para futuras consultas. Se você tem uma escola de música, pode entrevistar músicos conhecidos na sua região, professores e especialistas. Um restaurante pode falar com chefs, nutricionistas e profissionais do setor. Uma empresa de contabilidade pode dialogar com economistas, contadores etc.

DEMONSTRAÇÃO DE PRODUTOS OU SERVIÇOS

Se você tem um produto ou serviço, nada melhor do que mostrar suas aplicações práticas por meio de um vídeo. Vídeos de demonstração são excelentes para ajudar o usuário final a entender como o seu negócio ou produto vai ajudá-lo a solucionar suas dúvidas e resolver problemas. Um vídeo demonstrativo é muito mais cativante do que um guia de instruções em uma folha de papel. Assim, você garante que o usuário final entenda perfeitamente como utilizar o que será adquirido, ajudando também seus leads na tomada de decisão.

WEBNÁRIOS

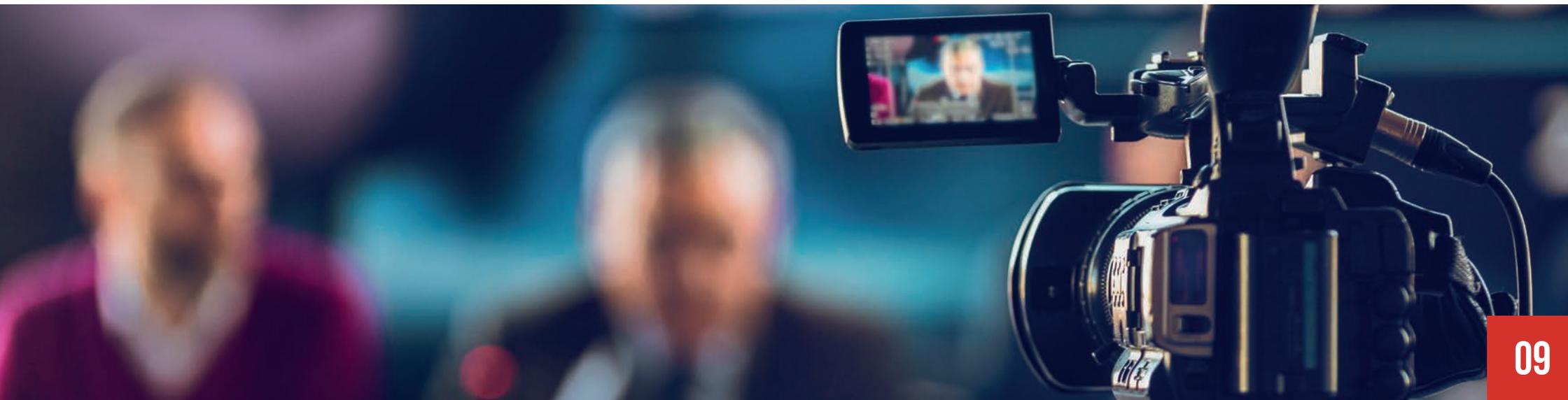
Eventos, palestras, seminários: todos eles são interessantes para a sua empresa se posicionar como especialista e compartilhar conteúdo com o seu público. O grande atrativo dos webnários é que possibilitam ao usuário final ter acesso a insights, experiências e conhecimento, na maioria das vezes segmentado, de profissionais que se destacam na sua área. Os vídeos podem cobrir o evento, mostrar o backstage e tudo mais.

**“ A SUA NECESSIDADE VAI
DIZER QUAL TIPO DE
VIDEO É O IDEAL ”**

PLANEJAMENTO DE SUA CAMAPANHA DE VÍDEO MARKETING

Agora que entendemos a importância do video marketing, vamos saber como utiliza-lo, já que uma boa história não adianta anda sem um bom planejamento. O primeiro passo para isso é ter um objetivo claro, afinal é preciso ter em mente o que você deseja alcançar com esse material.

Pensando na estratégia de conteúdo como um todo, os vídeos podem ser inseridos ao longo de toda a Jornada do Cliente. Antes de tudo é importante lembrar, de forma simples, como funciona o funil de vendas no Marketing Digital:





FUNIL DE VENDAS

- 1) Atrair visitantes qualificados para o site;
- 2) Converter esses visitantes em Leads - visitantes que deixam informações de contato em troca de uma oferta;
- 3) Relacionar-se com esses Leads para que se aproximem do momento de compra e tornem-se oportunidades de negócio;
- 4) Vender para as oportunidades mais quentes.

Cada uma dessas funções possui uma estratégia específica e todas trabalham juntas para aumentar os resultados de quem aplica o modelo. Agora vamos ver como os vídeos podem ser usados em cada uma dessas etapas.

TOPO DO FUNIL

Para atrair mais visitantes para o seu blog ou site, vídeos cumprem a missão com competência. Você pode criar conteúdos para fortalecer e incrementar os seus posts, o que ajuda a aumentar o tempo de permanência na página e aumenta suas métricas, ou ainda pode criar conteúdos com dicas para publicar nas redes sociais. Além disso, anúncios em vídeo no Facebook, Twitter, YouTube e LinkedIn são excelentes para atrair tráfego e funcionam como combustível para suas postagens.

MEIO DO FUNIL

Os vídeos em Landing Pages podem contribuir para as conversões, ajudando os visitantes a entenderem os benefícios da oferta da página e aumentando as chances de que de conversão. Além disso, nessa fase, é fundamental educar o seu lead a respeito do seu mercado ou da necessidade dele, tornando-o mais preparado para a compra. Esses vídeos podem ser postados, compartilhados ao vivo — em webinars, por exemplo — ou simplesmente funcionar como um complemento para outros conteúdos, facilitando a compreensão e absorção dos dados.

FUNDO DO FUNIL

Para a maioria das empresas, conteúdo de fundo de funil significa materiais relacionados aos produtos, aos atributos e à preços. Entretanto, isso não é uma regra. O consumidor inclinado a fazer uma compra de alto valor, ou em serviços de longo prazo, está interessado em quem fornece o produto e também em como esse produto poderá ajudá-lo. Quando dois concorrentes estão no páreo e são similares em qualidade e em preço, aquele que tem a identidade mais clara — que deixa a sua marca mais nítida — e o benefício mais claro é quem sai na frente. Além disso, eles funcionam muito bem para promoções e ofertas. Um consumidor recebe, em média, dez e-mails com promoções por dia. Se a sua mensagem não se destacar, você não vai conquistar essa venda.

**“ OS VÍDEOS PODEM
SER INSERIDOS AO LONGO
DE TODA A JORNADA DO CLIENTE ”**



DICAS

UPLOAD EM PLATAFORMAS DE VÍDEO

- 1) Certifique-se que sua escolha seja compatível com o tipo de vídeo que você vai veicular;
- 2) Preste atenção no formato de exportação de cada plataforma;
- 3) Insira tags para direcionar o usuário para o seu vídeo;
- 4) Crie uma boa descrição;
- 5) Crie uma boa thumbnail;
- 6) Insira links e anotações no seu vídeo.

FAÇA A PROMOÇÃO DO SEU VÍDEO

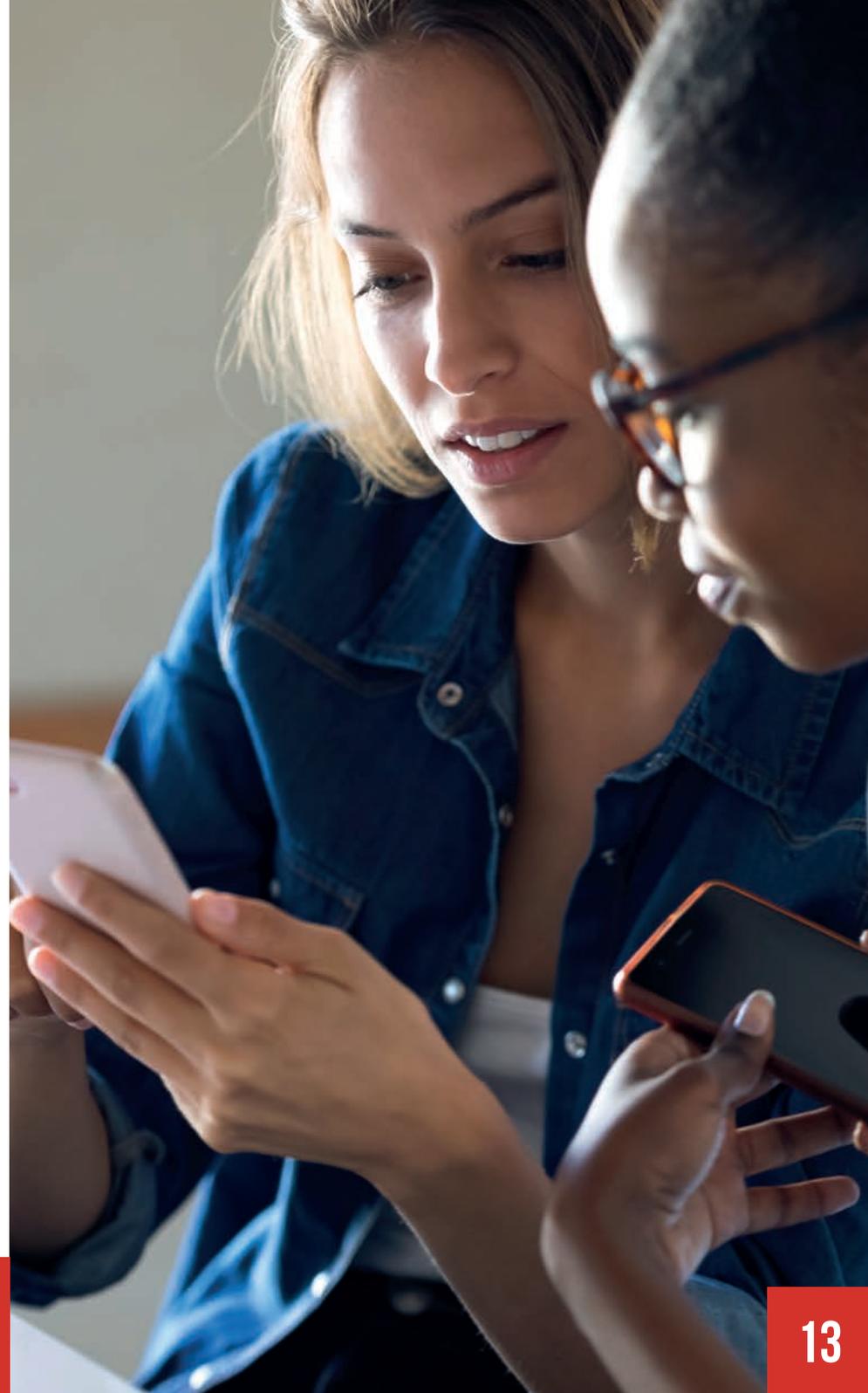
Seus vídeos podem ser parte complementar de um post, explicação de um produto, serviço, funcionalidades ou várias outras opções, mas é muito importante compartilhá-lo e promovê-lo da mesma forma que você faria com um blog ou post de redes sociais.

Investir em anúncios e publicidade em vídeo é excelente, mas lembre-se, o importante é garantir que eles estarão presentes onde façam sentido para construir uma audiência qualificada. Isso é super importante pois você fortalece a sua marca, fideliza o espectador e constrói um ambiente de engajamento e de conversão longe dos anúncios dos seus

concorrentes.

Espalhe o seu conteúdo pelas redes sociais! Anúncios são importantes, mas não deixe de compartilhar organicamente, principalmente se o conteúdo do vídeo for importante para a sua comunidade de seguidores e de clientes. Se a rede social exigir um formato específico, crie diferentes versões do seu vídeo para as diferentes mídias.

Ah! Uma outra dica importante é conferir também se é possível monetizar seu conteúdo a partir da plataforma de vídeos. Afinal, ganhar um dinheirinho extra não faz mal a ninguém, não é mesmo?



COMO MEDIR O SUCESSO DO SEU VÍDEO

Como tudo no Marketing Digital, é importante definir os KPIs — Indicadores-chave de Performance — a serem acompanhados para medir o desempenho dos seus vídeos. Como de costume, eles estão totalmente relacionados com o seu objetivo. Se você quer aumentar o tráfego do seu blog, acompanhe indicadores relativos a isso. Se você quer criar reconhecimento de marca, acompanhe o número de visitantes recorrentes e inscritos no seu canal.



NÓS PODEMOS FAZER MAIS JUNTOS

Está mais do que testado, aprovado e comprovado de que os vídeos são uma ferramenta muito eficiente para obter sucesso em uma estratégia de marketing. Esperamos que esse material desenvolva em você o desejo de começar uma estratégia em vídeos no seu negócio e, mais do que isso, você comece o quanto antes a encantar os seus potenciais clientes e parceiros.

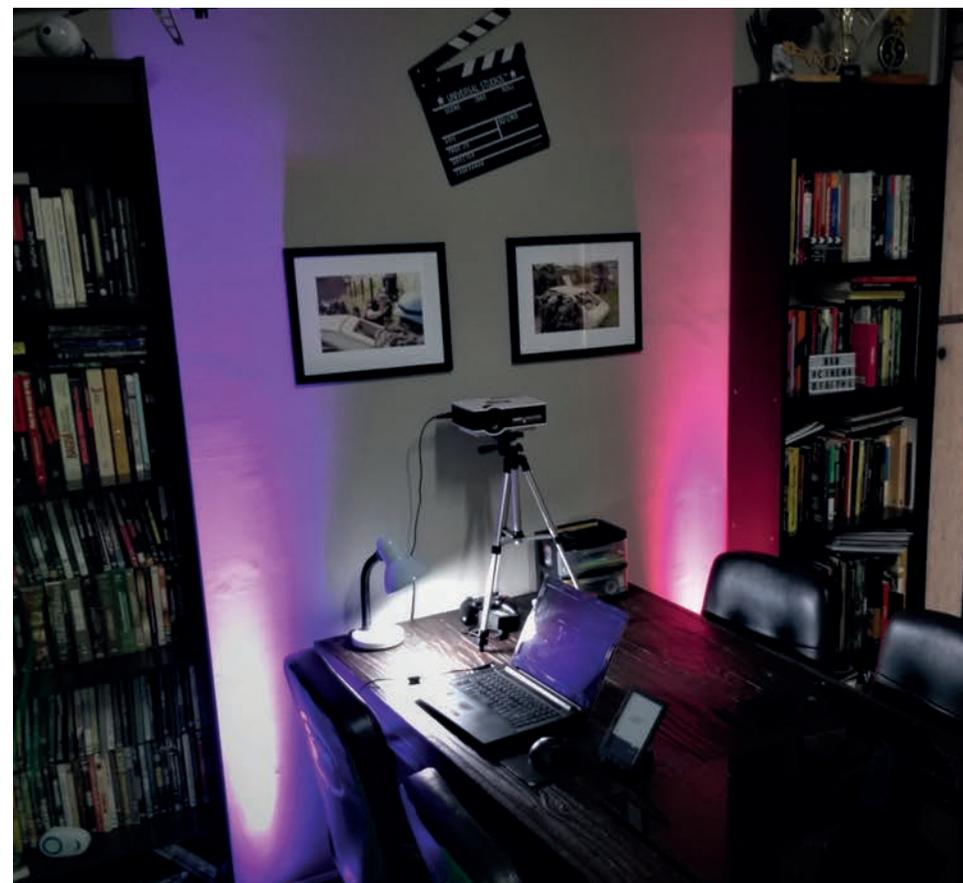
A Cinemarketing está pronta para lhe ajudar a criar vídeos para diversas plataformas, com formatos inovadores e novas estratégias de comunicação que atravessem as diferentes telas. Nossa proposta é gerar valor para as marcas e entretenimento para os clientes. Por isso oferecemos consultoria e desenvolvemos projetos audiovisuais para marcas que auxiliam na criação e produção de conteúdos audiovisuais de ficção, documentários, jornalísticos e publicidade.



Por meio de uma metodologia própria, baseada em ferramentas de design thinking, nossa equipe irá analisar suas necessidades, identificar o seu público e então propor o conteúdo que atenderá suas necessidades de acordo com as seguintes etapas

- Análise do perfil da empresa, produto ou serviço
- Identificação da persona
- Análise da Concorrência
- Matriz de Conteúdo
- Criação do Storytelling
- Calendário de Publicação

Juntos temos a oportunidade de ampliar o alcance e aproximar do consumidor com ainda mais intensidade, diversidade, eficiência e agilidade. As possibilidades são infinitas e queremos explorá-las com você.



CINEMARKETING CONTEÚDO E ENTRETENIMENTO

ENTRE EM CONTATO CONOSCO

ATENDIMENTO01@CINEMARKETINGFILMES.COM

(37) 991 204 498