

Proč je důležité video ve vašem marketingu:

Video se velmi rychle stává preferovaným médiem pro komunikaci se zákazníkem. Miliony videí jsou přidávány na internet každý den. Mají obrovský vliv na to, jak dnes lidé vnímají firmy v online prostředí. Články a fotografie dnes již uživatelům internetu přestávají stačit. Díky videu můžete svým zákazníkům **mnohem lépe ukázat své výrobky a odprezentovat své služby**. Můžete od nich získat také zpětné reference, které mohou mít zajímavý obchodní dopad.

Když máte na výběr mezi přečtením 3 stran textu o produktu či službě, nebo možnost pustit si krátké, tříminutové video s obrazem a zvukem, jakou formu příjmu informací asi zvolíte? Video-marketing v dnešní době představuje **nejrychleji rostoucí trend** a také **nejefektivnější způsob online komunikace** a dává náskok před konkurencí. Publikace videomateriálů je důležité nejen pro komplexní marketingovou strategii, ale ovlivňuje i SEO optimalizaci vašich stránek a v propojení se sociálními sítěmi dostáváme účinný e-marketingový nástroj.

Zjistěte, proč je video tak důležité a proč byste i Vy měli zvážit jeho **zařazení do vaší marketingové strategie**.

- **Nebudete nudní**

Lidé dnes nečtou tuny stránek textů. Zejména dnes nikoho nebaví číst technické popisy produktů a služeb. S profesionálním firemním videem **nebudete nudní** a svým potenciálním zákazníkům či obchodním partnerům **ukážete vše ve stravitelné podobě**.

- **Ukážete svou společnost zevnitř**

Videem **je možné dokonale nahradit firemní návštěvu**. Ušetřete svým klientům čas, peníze a energii. Budou Vám za to vděční. Kvalitně zpracované firemní video představí všem firmu, kanceláře či obchod jako na dlani.

- **Budete prestižní a vystoupíte z davu**

Ne každá společnost má své vlastní firemní video. Buďte vyjimeční a odlište se od konkurence. Luxusně zpracovaným prezentačním videem můžete dokonale **zmapovat historii vaší společnosti a předat svým obchodním partnerům informaci** o tom, jakým směrem se bude váš business ubírat dále.

- **Začnete dokonale prezentovat svou firmu**

Klasické a notoricky známé firemní prezentace v PowerPointu jsou za zenitem a představují dnes již pouze fádní formu. Oslňte profesionální prezentací. Firemní video okamžitě **zvedne důvěryhodnost** společnosti, kterou zastupujete.

- **Sdělíte vše důležité nejkratší možnou cestou**

Firemní videa představují dnes **nejefektivnější způsob sdělení velkého množství informací** v co nejkratším možném čase. Mohou být krátká a současně podrobná a jasná. Během několika minut můžete divákovi ukázat vše, co je pro Vás i pro něj důležité. Jedná se tedy o velmi **účinou formu komunikace** mezi vaší společností a vaším klientem.

- **Můžete být zábavní a styloví**

Pomocí zajímavých videí můžete dlouhodobě a efektivně oslovovat zákazníky. Můžete dokonale **předvést vlastnosti produktů**, nebo přesně vysvětlit jak fungují vámi nabízené služby. Zároveň stále podporujete osobnost vaší značky. Jsou nejlepší volbou, jak předat možnému zájemci rychle a efektivně přesně ty informace, které potřebuje.

- **Udržíte si dlouhodobý zájem diváků**

Video představuje velmi rychlou cestu informací k zákazníkovi. V dnešní konkurenční době je nadmíru důležité, aby se o vašem podnikání dozvědělo stále širší publikum. Zapojením videa do marketingové strategie se **zvětšuje šance nalezení vaší firmy** a zájmu budoucích klientů.

- **Budete více přesvědčiví**

Proč by někdo měl využít služeb vaší firmy? Místo několika stran textů dokáže video ve zlomku času efektivně předvést produkt či službu – obrazem i zvukem. **Pro každého potenciálního zákazníka je totiž zásadní, aby reálně viděl jakoukoli nabídku „v akci“**. Kvalitním a zajímavým audiovizuálním obsahem dokážete v lidech vzbudit **silné emoce a pocity** jako jsou důvěra, jistota a zvědavost.

- **Budete více k dosažení**

Díky počítačům, mobilním zařízením, síle Googlu a vynálezu zvaném YouTube lidé očekávají, že budou mít přístup k jakémukoli obsahu, kdekoli a na jakémkoli zařízení. Vaše video může být k dispozici bez ohledu na to, kde jsou a na čem jsou právě připojeni k internetu. **Videokanál na YouTube je dnes již základem každé kvalitní firemní prezentace**. Totéž platí pro užití videí, jako součásti **webových stránek**. Videa na různých platformách pomohou zajistit, aby se informace k lidem dostali včas a všude.

- **Ušetříte čas i peníze**

Manažeři a vedoucí pracovníci nemají většinou čas probírat se internetovými stránkami, nebo číst dlouhé emaily s vaší nabídkou. Potřebují **všechny důležité informace zjistit za méně než dvě minuty**. Video Vám tedy pomůže získat i ty klienty, které by vaše nabídka z časových důvodů normálně neoslovila. Díky videu předáte rovněž velmi **efektivně informace také svým stávajícím zákazníkům**. Odpadá spousta zbytečných telefonátů na adresu vaší infolinky či zahlcení vaší e-mailové schránky.

*V dnešní náročné konkurenční době je důležité **být připraven**. Využijte tedy vše, co současný marketing nabízí. Profesionálně vyrobené firemní video znamená sázku na jistotu. Při tvorbě firemních filmů, spojujeme umění a marketing. Díky tomuto spojení je zajištěn **perfektní zážitek i smysl celé video prezentace**. Úspěch nového firemního videa závisí na komplexně promyšleném návrhu až do podoby vytvoření scénáře a storyboardu. Zajistíme režii, profi kameru, střih a zvuk. Předáváme tedy kompletní dílo podle předem daného zadání, týkajícího se charakteru firemního videa.*

Co může správný video marketing na YouTube přinášet:

- navýšení obratu až o 46%
- rychle stoupá procento nákupů na základě videa
- 16% videí je sdíleno mezi 11-15 hod
- 86% studentů sleduje YouTube
- větší povědomí a mínění o vaší značce
- více prokliků na vaše webové stránky
- 1 minuta videa má hodnotu cca 1,8 milionu slov
- návštěvníci po shlédnutí videa, zůstávají o 2 minuty déle na vašem webu
- **20% návštěvníků webu si přečte text, 80% si prohlédne stejný obsah formou videa**
- pravděpodobnost, že návštěvníci si nakoupí, vzroste s videem až o **64%**
- web s videem má **50-krát** větší šanci zařadit se mezi odkazy na první stránce Googlu
- cca 87% uživatelů sociálních sítí sleduje videa - **příspěvky s videem zaujmou až 3x více**
- **65 % odborných pracovníků na základě shlédnutí videa navštíví následně web stránku**
- více než 1 bilion uživatelů navštíví YouTube video kanály každý měsíc
- **v roce 2017 bude video tvořit až 90% celého internetového provozu**
- **video je to, čemu vaši zákazníci budou věnovat stále větší a větší pozornost**
- 45% uživatelů zastavuje videa delší 1 minuty
- je třeba upoutat pozornost během 10 vteřin

Charakter firemního videa:

Charakter firemního videa je vždy navrhován v souladu s dosažením požadovaného cíle a definováním potencionálního okruhu diváku. Podle charakteru zpracování videa existuje několik základních formátů videa. V praxi se víceméně, podle velikosti firmy a počtu vytvořených typů video prezentací a jejich specializace využívá často jejich vzájemná kombinace. Ideálním řešením je vytvořit skladebný modulární systém, pomocí něhož můžeme jednotlivé video-sekvence spojit podle účelu konečného použití.

Základní typy video formátů :

propagační video - více informací než estetiky, představí výčet firemních aktivit se vztahem k hlavním produktům

představení produktů - je rozříděn a představen výrobní sortiment firmy (důraz na parametry, funkce)

explainer - vysvětlení, jak funguje produkt

firemní event - natočení firemní PR akce, nebo firemního večírku

instruktážní, montážní videa - inspirativní a zábavné seznámení formou příběhu, příprava, montáž, působení

vzdělávací video - poskytuje informace obecnějšího rázu

korporátní video - představí stylově firmu, informuje o historii, zaměření, vizích, technologiích, patentech, lidech

reklamní spot - nápaditý, úderný, nákladný - řekni to, vysvětli to, opakuj to (pro TV reklamu - 30, 60 sec.)

showreel - (demoreel) několikaminutové demo sloužící k upoutání zájmu - výběr podstatného a nejlepšího

firemní novinky - aktuální doplnění nabídky, info

interview - slovo šéfa firmy, rozhovor o produktech, záměrech firmy atp.

interaktivní CD - strukturované info, vše natočené o firmě a produktech, strukturované

firemní vizitka - krátké video k upoutání pozornosti

logo - animace loga s krátkým sloganem

Využití firemních videí :

- osobní podpora při obchodním jednání
- prodejní akce
- konference, výstavy

- v prostorách firmy (recepce, showroom, jednání ..)
- školení, zákaznická péče
- společenské akce
- jako dárkové, propagační CD, flash disk
- TV reklama
- veřejné LED obrazovky
- www. firemní (titulní upoutávky, v sekci videa)
- www. kooperující firmy
- videokanály (Youtube, Vimeo ..)
- sociální sítě (Facebook, Twitter ..)
- informačních kanály (PR informace, stavba a pod ..)
- specializované servery video-marketingu

internetové kanály je vhodné aktivně podporovat internetovými specialisty

Vzhledem ke spektru sortimentu firmy a širokému okruhu klientů a současně i k možnosti různorodého využití propagačních videí navrhuji vytvořit **modulární systém**, který umožní propojovat jednotlivé kapitoly videa. Podle potřeby bude možno reagovat na požadavky propagace a marketingu a v postprodukcí poskládat a doplnit informace do konečné podoby.

Další výhoda modularity vzniká při výrobě, kdy je možnost poměrně nezávisle vytvářet jednotlivé kapitoly. Procesem **preprodukce - produkce - postprodukce** mohou jednotlivé kapitoly procházet poměrně nezávisle a mohou být tvořeny podle momentálních dispozic a časových priorit. Nezbytné je ale jejich provedení v jednotném stylu.

Tvorba korporátního filmu

Korporátní video představuje firmu nebo společnost v širším kontextu. Je zpracováno emotivní stylizovanou formou a obsahuje **image záběry napříč celou firmou**. Může stručně obsáhnout historii a vývoj firmy, její filosofii, směřování do budoucna a stručný výčet úspěchů. Záběry z výroby se prolínají záběry z administrativy, vývoje, logistiky, jednání ... a vytvářejí specificky charakterový pohled na firmu. Významnou roli hraje charakter hudebního podkresu a titulky, které doplňují obrazovou složku a mohou podávat shrnující informace.

Rozsah činností souvisejících s vytvořením korporátního filmu

Tvorba a příprava konceptu, scénáře a storyboardu
 Zajištění kompletní produkce včetně veškeré kreativy
 Natáčení v předem vytipovaných lokacích
 Střih a obrazová postprodukce, color grading
 Zvukové efekty a postsynchrony
 Použití kamerových sliderů pro atraktivní záběry
 Využití leteckých záběrů pomocí dronů
 Tvorba grafiky a loga
 Grafické pohybové animace
 Postprodukční 3D domontování obrazu na obrazovku monitoru
 Voice-over

Firemní video-prezentace

je **nejefektivnější cestou, jak originálně komunikovat** návštěvníkům svého webu a potenciálním zákazníkům:

- **obor podnikání a zaměření Vaší firmy,**
- **Vaše produkty a služby,**
- **vize a cíle firmy,**
- **interiér a exteriér firmy,**
- **seznámit návštěvníky se svojí osobou a svými zaměstnanci,**
- **používané technologie a přístroje a**
- **co Vás odlišuje od konkurence.**

Kvalitně vizuálně zpracované video, které podává zajímavé informace o firmě a jejích službách, utváří v podvědomí zákazníků **dobrý obrázek o firmě**. Video je také **lépe zapamatovatelné** než textová reklama na Internetu nebo statická reklama ve formě bannerů.

Společnost YouTube v roce 2010 zveřejnila, že pokud se **potenciální zákazník** poprvé dozví o firmě pomocí videa, je **67 % šance**, že si o firmě začne hledat další informace. Tím se výrazně zvýší šance na **uzavření obchodu s tímto zákazníkem**.

Produktové video

bývá zaměřeno na jeden konkrétní produkt nebo skupinu produktů. **Vyzdvihuje** především ty **vlastnosti produktu nebo služby**, které jsou odlišné od konkurence a představují pro potenciální zájemce přidanou hodnotu. Může jít o technologické, designové či užité vlastnosti. Produktové video je vhodné použít při spouštění nového produktu nebo služby.

Video pro konkrétní událost

je dvojího typu: video používané **na konkrétní události** (veletrh, konference, den otevřených dveří, sponzorská akce, sezónní akce,...) nebo video **dokumentující určitou událost** (účast na partnerské akci, ohlasy od zákazníků,...).

Výukové video

je velmi vhodnou metodou například **při školení zaměstnanců** nebo jako **nástroj technické podpory**.

Všichni zaměstnanci mají díky výukovému videu k dispozici stejné informace o pracovních postupech a použití výrobku. Není třeba pořádat drahá školení, nehledě na to, že osoba školitele nemusí být vždy totožná a informace, které Vaši zaměstnanci od školitelů obdrží, se mohou lišit.

Při poskytnutí výukového videa svým zákazníkům např. na YouTube také můžete významně snížit náklady na technickou podporu, protože Vaši zákazníci si daný postup prohlédnou ve Vašem videu.

zpracoval: Jiří Kudělka

