

ВИДЕОМАРКЕТИНГ: ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ МСП

Около 80% информации, получаемой человеком, – зрительная информация. Визуальный маркетинг и видеомаркетинг – инструменты, позволяющие наиболее эффективно доносить информацию до клиентов, формировать известность бренда. Применяя достижения цифровизации, малый бизнес может использовать видеорекламу также эффективно, как и крупные корпорации. Вирусный ролик может собрать больше просмотров, чем реклама, запущенная на телевидении в прайм-тайм.

Видео контент – один из наиболее быстрорастущих сегментов интернета. Объем передаваемой видеоинформации ежегодно растет, в среднем, на 33%.



Источник: Cisco VNI Global IP Traffic Forecast, 2017–202

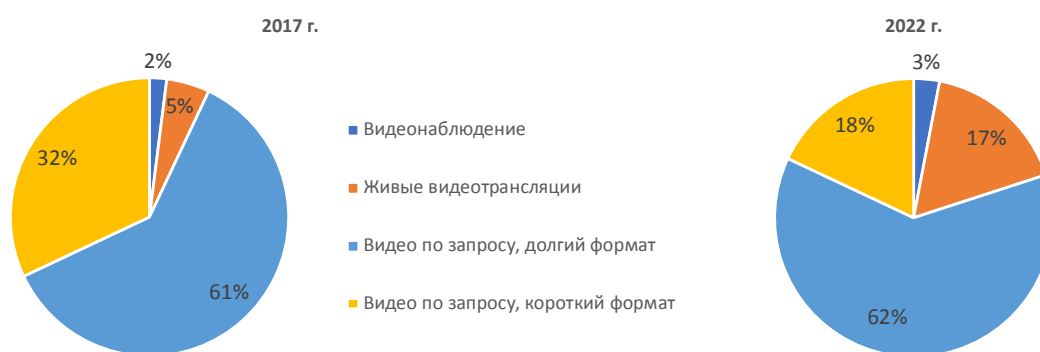
Рост видеотрафика – ключевой тренд, опираясь на который малый и средний бизнес может значительно повысить эффективность своего продвижения, глубину работы с потенциальными клиентами. Также развитие цифровых технологий делает оборудование и программное обеспечение, предназначенное для работы с видео, все более доступным. В Северной Америке, Европе и России ключевые инструменты видео-продвижения это различные «классические» социальные сети. Китай сделал в этом отношении следующий шаг. Социальная сеть DOUYIN, показывающая взрывообразный

темп роста, изначально ориентирована на создание и обмен короткими видео.

Доступность инструментов распространения видео делает креативность главным ресурсом, обеспечивающим успех вашего ролика и продвижение вашего товара. Компании малого и среднего бизнеса, опираясь на творческий потенциал своих сотрудников, могут успешно соперничать с крупными корпорациями, обеспечивать продвижение не только на локальном, но и на глобальном рынке. Важно, что общий рост спроса на видеоконтент формирует емкий рынок для различных рекламных и творческих агентств, производителей программного обеспечения для видеообработки, фрилансеров (операторы, видеомонтажеры, 3D-аниматоры, сценаристы и копирайтеры).

Ожидается, что самым быстрорастущим сегментом станут живые видеотрансляции – видеозвонки, «прямые эфиры», которые все более активно используются в различных социальных медиа, в целях рекламы и продвижения.

Прогноз изменения структуры видеотрафика в сети интернет 2017 – 2022 гг.



Источник: Cisco VNI Global IP Traffic Forecast, 2017–202

«Прямые эфиры» – один из популярных инструментов видеоблогеров, новой группы лидеров мнений. Можно ожидать, что их применение в среднесрочной перспективе будет только расти.

По мнению главы Института анализа инвестиционной политики, министра сельского хозяйства РФ в 2009-2012 гг. Елены Скрынник, видеоблогеры формируют новый класс малого бизнеса, на грани между классическими и

социальными медиа. Рост их влияния – важный показатель усиления позиций МСП в целом в мировой экономике.

«Обмен опытом, обучение, инвестиции в стартапы, занимающиеся созданием видеоконтента, – комплекс инструментов поддержки, который позволит российскому малому и среднему бизнесу укрепить конкурентоспособность за счет более широкого и эффективного использования возможностей видеомаркетинга», - подчеркнула Елена Скрынник.