



11 TIPS FÖR ATT HJÄLPA DITT FÖRETAG ATT STICKA UT OCH LYCKAS MED VIDEO-MARKNADSFÖRING

Videomarknadsföring är den mest effektiva formen för content marketing (innehållsmarknadsföring). Det är mångsidigt - du kan använda den för att visa upp dig själv, din produkt eller dina tjänster - till och med er verksamhet. Som med alla former av marknadsföring finns det vissa metoder du kan följa i din marknadsföring för att säkerställa att du maximerar effekten.

Här nedan hittar du elva tips om videomarknadsföring för att hjälpa ditt företag att sticka ut...

1. SKRIV INTE ETT SKRIPT - SKRIV EN OUTLINE!



Oavsett vilken typ av video du producerar bör du ha en tydlig beskrivning av vad du vill säga. Undvik dock att skriva ett ord-för-ord-skript. Det du säger bör låta spontant, annars låter det inte äkta. Det är bra om du inte låter som en professionell röstskådespelare då din publik vill höra från dig, som de litar och tror på. Att vara lite opolerad och spontan kan hjälpa dig att bli mer äkta.

2. GLÖM INTE EN UPPMANING

Din video bör innehålla en uppmaning, eller CTA (Call To Action) i slutet av videon. En CTA ger tittaren möjlighet att hålla konversationen igång. Du uppmuntrar tittaren att ta reda på mer om din produkt genom att registrera sig till din e-postlista eller någon annan aktivitet som rör dem närmare för att göra affärer med dig.



3. SPELA IN EN ANVÄNDAR ELLER KUNDTESTIMONIAL

Att göra videor som innehåller vittnesmål från kunder eller andra företagare som du har samarbetat med, är en mycket effektiv marknadsföringstaktik. Det utnyttjar begreppet sociala bevis. Du annonserar till framtida kundkretsar att du är en pålitlig och en bra affärspartner. Detta bekräftas på ett trovärdigt sätt genom att all information och fakta en besökare hittar på din webbplats, om din kunskap och förmåga att leverera.

4. HAR ETT RÄTT MÅL NÄR DU FUNDERAR ATT JOBBAR MED VIDEOR

Vill du visa upp en specifik produkt? Berätta historien om hur du grundade ditt företag? Prata om ditt företags uppdrag? Ge ett värdefullt tips för din målgrupp? Ge information i något aktuellt ämne inom ditt expertområde?

Alla dessa ämnen är värdefulla. Det är viktigt att se till att varje video du spelar in har ett specifikt mål i åtanke och att du inte avviker från det målet.

Ett av dem bästa tips för videomarknadsföring: **“Håll det enkelt!”** Till exempel en video med dig som förklarar varför du grundade ditt företag är ett bra verktyg för din "Om oss"-sida. En video som förklarar hur din produkt fungerar kan passa ihop med din “Produktinfor-mations”-sida. Genom att hålla fast vid en punkt för varje video ökar du chansen att tittaren tar upp meddelandet från var och en.



5. GÖR “EXPLAINER VIDEOR” ELLER “HOW-TO”-VIDEOR FÖR ATT ETABLERA DIG SOM EXPERT I DITT OMRÅDE

1984 släpptes boken med titeln “Influence”. Det är en av de främsta böckerna om övertalningstaktik som används av säljare. I boken identifierar man sex specifika principer som hjälper att få inflytande. En av dem är auktoritetsprincipen.



Konceptet innebär att människor är mer benägna att köpa när de tror att de köper av en expert eller någon som stöds av en expert. Genom att utveckla "förklarningsvideor (Explainer video)" eller "hur man gör"-videor (How-to-video)-videor inom ditt affärsområde, placerar du dig själv som en expert i det ämnet. Du visar din expertis. Potentiella kunder är mycket mer

benägna att lita på dig när de ser att du är expert.

6. ANPASSA DIN VIDEO TILL DEN AVSEDDA PUBLICERINGSPLATTFORMEN

Plattformer har olika syften. Till exempel kan en video som postats på LinkedIn vara mer formell och tillgodoses till den professionella publiken. En Facebook-video kan verka lite mindre formell och tilltalande för en mer personifierad publik med en mänsklig touch. En video publicerad på Instagram kan vara kortare, men mer visuellt tilltalande än de andra. Du kan till och med återanvända ditt befintliga innehåll publicerat på en plattform med alternativ redigering. Se bara till att stilen och innehållet i videon passar till plattformen den har lagts ut på. Dessutom rekommenderar vi att alltid texta videor på LinkedIn. Många tittar på videor utan påslaget ljud.

7. EXPERIMENTERA MED OLIKA STILAR OCH STRATEGIER

Dina videor bör vara i olika stil. Vissa kan vara specifikt utformade för att visa upp dina produkter eller tjänster. Andra kan vara mer "livsdugliga" videoklipp



som visar hur du och ditt företag är aktiva i ditt samhälle. Dessa båda kan vara effektiva, men de borde inte nödvändigtvis dela samma utseende och känsla. Experimentera med olika typer av videor. Skapa några som är fristående videor och andra som fungerar som en del av en större kampanj.

8. BLI INTE RÄDD PÅ ATT STREAMA "LIVE"

Den mycket effektiva digitala marknadsföraren Gary Vaynerchuk har många bra videomarknadsföringstips. Hans motto: "Dokument, skapar inget". Din publik vill se hela din resa. Detta kan innebära några misstag och det kan innebära viss brutal ärlighet, men publiken önskar äkthet.

Det finns inget bättre sätt att vara äkta än genom en live stream video. Du kan inte öva på det. Om du engagerar dig i frågor och svar med potentiella partners

ger det dig möjligheten att visa dem att du är beredd, kan tänka klart och väddar till publikens behov av äkthet.

9. SPÅRA METRIK OCH JUSTERA DITT INNEHÅLL - ALLTID BASERAT PÅ VAD DU LÄR DIG

Mät engagemanget som dina videoklipp har. Bestäm vilket innehåll som fungerar bäst med din publik och ge dem mer av det. YouTube erbjuder omfattande analyser som du kan använda för att mäta engagemang. Använd det för att höra vad din publik försöker berätta (kommentar-funktion på sociala medier och YouTube) om din videomarknadsföring och anpassa din strategi för att visa att du lyssnar.

10. GÖR DET MED HÖG KVALITET

Det behöver inte se ut som en Hollywood-film, men videon borde vara upplyst och ljudet ska vara relativt tydligt. Om det inte är en direktuppspelad video, bör den redigeras på ett sätt som inte inkluderar hackiga klipp som gör det svårt att förstå videon. Din video finns för att kommunicera ett meddelande. Om din publik inte kan se dig eller inte kan höra vad du säger, är det mycket mindre troligt att de tar upp det meddelandet. Skapa videor som är lätta att förstå. Ge din publik bästa möjliga chans att konsumera ditt innehåll.



11. KONTROLLERA ATT ALLA DINA VIDEOOR ÄR ACKURAT OCH KONSEKVENT REFLEKTERA DITT VARUMÄRKE PÅ ETT UNIKT SÄTT

Värdena, idéerna och koncepten för ditt varumärke bör "bakas" in i alla dina videor. Du vill producera innehåll som överensstämmer med ditt företags uppdrag eller strategi. De borde också vara unika. Om du tittar på en disposition av ett av dina videoklipp och ersätter din konkurrents namn mot ditt, skulle någon kunna se skillnaden? Se till att du visar upp den "hemliga såsen" som ditt företag erbjuder i vart och ett av dina videor.

HITTA FLER VIDEO MARKNADSFÖRINGSTIPS...

Kontakta Marx Media. Vi har bred kunskap inom området.

Varmt välkomna att kontakta oss redan idag.

Marx Media Service

www.marxmedia.se

action@marxmedia.se

+46 0700 611 311