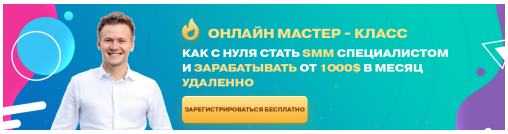



# Видеомаркетинг: какие видео показывать на каждом этапе воронки продаж, чтобы по итогу клиент принял решение сделать заказ?

Просмотров: **807**

Видеомаркетинг – движущая сила продаж. Он облегчает потенциальным клиентам процесс принятия решений. Все потому, что наш мозг визуальные образы обрабатывает в 60 000 раз быстрее, чем текст. Но можно добиться еще большего прогресса, если демонстрировать свой продукт с учетом того, что хотят узнать потенциальные клиенты. Вы скажете, невозможно перекрыть потребности и информации всех покупателей одним видео, и будете правы. Пока первые только начинают искать варианты и хотят понять, какой принесет им больше пользы, вторые уже совершили покупку и нуждаются в дополнительных аксессуарах, чтобы использовать продукт максимально эффективно. Читайте статью и узнаете, какие сведения важны для принятия решения о покупке.

**Что ищет покупатель?**

Запомните: **посетители страницы всегда ищут конкретную информацию**. Но дело в том, что от осознания необходимости покупки конкретной вещи до ее реального совершения проходит несколько этапов. Сообразно этому, мы тоже разделим воронку продаж на 3 этапа, по ходу которых потребности клиентов и способы их удовлетворения будут меняться.

- Вершина воронки

На самой вершине воронки покупатель может даже активно не искать продукт, а для интереса присматриваться. Видео на этом этапе ориентированы на повышение осведомленности о бренде и вовлечение. По сути это реклама в прямом понимании. Более эффективным будет вариант в обучающими видео (как носить, пользоваться и т.д.). Запускаются оба варианта преимущественно в соцсетях (особенно Facebook) и в email-рассылках.

- Середина воронки

Если потребитель никогда раньше не покупал те левизор, он будет искать, какой лучше для конкретного помещения и кошелька, сравнивать бренды и их гарантии. Если за продукты других предпринимателей вы отвечать не можете, то за свой – обязаны. Дайте четкое, понятное и желательно – визуальное представление о том, чем полезен конкретный продукт. Видео можно разместить как на сайте, так и в соцсетях или электронных письмах.

- Нижняя часть воронки

Когда покупатель достиг страницы с подробным описанием продукта, он повторно сравнивает бренды, цены, функции в поисках мелкой, но важной информации. Ваша задача – разложить продукт на составляющие и описать каждый из них. У покупателя должно возникнуть ощущение, что он как будто уже пользовался этой вещью и это было комфортно. Разносторонняя информация поможет принять взвешенное и уверенное решение.

**Какие типы видеороликов стоит поместить на страницу продукта?**

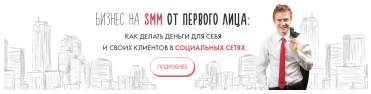
Основываясь на потребностях потребителей, маркетологи используют такие видео на каждом из этапов (от вершины к низу):

- **Демонстрация возможностей и преимуществ**. Такие видеоролики показывают характеристики продукта в деле и пользу, которую покупатель получит. Например, в видео о спортивной одежде можно акцентировать внимание на свойствах материала, удобстве в уходе, стиле. Для покупателя выгода будет в комфортных и безопасных условиях для тренировки, а значит, ее большей эффективности.
- **Распаковка, сборка, установка, начало работы**. Многие продавцы считают, что действия от распаковки до запуска важны только тем, кто уже купил товар, но это ошибка. На самом деле эта информация может оказать существенное влияние на решение о покупке, ведь нам всем хочется понять, каким будет продукт в использовании.
- **Экосистема**. Большинство продуктов выпускаются в «линейке». Один продукт усиливает действие другого или делает более удобной работу с ним. Это дает идеальную возможность использовать видео для перекрестных продаж. Например, продавая смартфоны, можно попутно предложить чехлы, наушники, зарядки.

**Вывод**

Видеомаркетинг – это демонстрация, а демонстрация своего продукта в действии – лучший способ вызвать доверие и запомниться потенциальным клиентам. В этом случае – лучше раз увидеть, чем 10 раз услышать. Используйте наш шаблон для создания видео и тогда вы легко сможете доводить потенциальных клиентов до совершения покупки.

Ждем всех, кто хочет получить реально действующие техники и четкие алгоритмы продвижения в топ как соцсетей, так и поисковых систем, на онлайн-интенсив «Бизнес на SMM от первого лица».
Регистрируйтесь, начало сегодня в 15-00 МСК >>>




• 2 страница
• Тags: Youtube, Instagram, smm продвижение, smm менеджер, youtube видеохостинг, бесплатное продвижение, бизнес в социальных сетях, видео, видеомаркетинг, вконтакте, маркетинг, менеджер smm, продвижение в соцсетях, продвижение в социальных сетях, продвижение инстаграм, продвижение сообществ, смм, защита, социальные сети, социальные сети для бизнеса, Тамерлан Ка, Тимур, Тимур Такетдинов.
• Видеомаркетинг

**Понравилось? Расскажите друзьям:**

Facebook Twitter Vkontakte Pinterest

Получите самую крутую подборку полезных сервисов, которые упростят вашу работу с социальными сетями

Отправить в Messenger

## Добавить комментарий

Комментарий

Имя

Отправить комментарий

## Похожие статьи

9 шаблонов заголовков, которые повысят открываемость ваших публикаций.

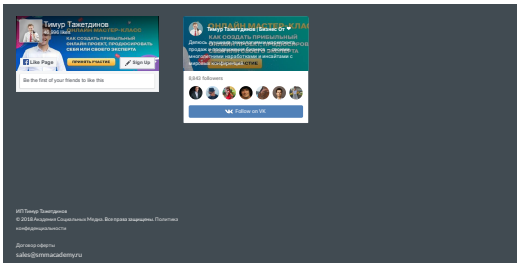
Пишете ли вы статьи, продающее письмо, лендинг, первое, что бросается в глаза – это заголовок. Если «голо» публикация не видно и картинка отсутствует, то именно по заголовку человек[...]

Как набрать первую 1000 подписчиков в Инстаграм

В этой статье мы с вами разберем простые способы набора первой тысячи подписчиков в Инстаграм. Перед прочтением данной статьи обязательно посмотрите мое видео на эту тему: Все [...]

10 способов бесплатно увеличить количество подписчиков на YouTube

YouTube популярен, запускать видео на нем может любой, но успех продвижения зависит от множества факторов. И здесь пользователи всегда образуют иерархию: у одних больше активных по[...]




ИП Тимур Такетдинов
© 2018 Академия Социальных Медиа. Все права защищены. Политика конфиденциальности

Договор оферты
sales@smmacademy.ru