

المحاضرة رقم 07: التسويق عبر الفيديو (Video Marketing)

مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة استخدام الإنترنت، أصبحت الفيديوهات أداة فعّالة لتعزيز استراتيجيات التسويق، الفيديو يعطي العلامات التجارية فرصة للتواصل مع جمهورها بشكل مباشر وجذب انتباههم بطريقة مبتكرة وجذابة.

أولاً: تعريف التسويق عبر الفيديو

- التسويق عبر الفيديو هو استخدام مقاطع الفيديو للترويج أو إخبار الجمهور بالعلامة التجارية وبالمنتجات، ويمكن للشركات استخدام الفيديو في مجموعة متنوعة من القنوات والتسويق الرقمي، بما في ذلك موقع الويب الخاص بكل مؤسسة والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات وغير ذلك.

- يشير التسويق عبر الفيديو إلى استخدام مقاطع الفيديو لزيادة الوعي بالعلامة التجارية، وزيادة المشاركة عبر قنوات التسويق المختلفة، وكذلك لجذب العملاء المحتملين أو زيادة مبيعات منتج معين أو خدمة.

- الفيديو التسويقي (أو التسويق عبر الفيديو): استراتيجية تسويقية تدمج الفيديو الجذاب ضمن الحملة التسويقية، يمكن للفيديو التسويقي أن يستخدم لكل شيء من بناء علاقة جيدة مع المستخدم إلى الترويج للعلامة التجارية أو المنتجات والخدمات .

- يمكن للفيديو التسويقي أن يقوم بدور تعريفي (كيف يمكنك أن...؟)، والترويج لشهادات العملاء، والبرث المباشر لأهم الأحداث، بالإضافة إلى أن يكون محتوى ترفيهياً سريع الانتشار.

ثانياً: أهمية التسويق بالفيديو

يمكن حصر هذه الأهمية في النقاط التالية:

1. الفيديو لا يحتاج لمجهود لمشاهدته مقارنة بقراءة المقالات أو المنشورات النصية، ولذا الفيديو يستحوذ على نصيب الأسد بين أنواع المحتوى، ويفضله مستخدم الإنترنت.
2. الفيديو لديه القدرة على عرض المعلومات التسويقية بشكل مشوق يجذب العميل المستهدف.
3. الفيديو لديه القدرة على توضيح المعلومات والأفكار بشكل مرئي حي مما يجعل العميل قادر على اتخاذ قرار الشراء بشكل واثق.
4. من خلال الفيديو يمكنك كصاحب منتج عرض منتجك أمام المستخدم وتوضيح طريقة عمله واستخدامه بشكل حي.

وفيما يلي سوف نحاول توضيح أهمية التسويق عن طريق الفيديوهات بالإحصائيات كما يلي:

- الدراسات التسويقية أثبتت أن عدد المستخدمين الذين يفضلون مشاهدة فيديو عن المنتج تعادل أربعة أضعاف أولئك الذين يفضلون القراءة عن نفس المنتج.
- هل تعلم أنه في عام 2022 تشكل الفيديوهات أكثر من 80% من عدد الزيارات التي يقوم بها المستخدمين على الشبكة مما يجعل التسويق عن طريق الفيديوهات أمراً ضرورياً لمخاطبة القطاع الأكبر من العملاء ومرتادي الإنترنت.

- محاضرات في مقياس تطبيقات في التسويق الرقمي سنة أولى ماستر تسويق المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة
- الأبحاث التي تجري على التسويق الرقمي وجدت أن وضع كلمة فيديو في عنوان المقال يزيد من عدد النقرات على رابط المقال بأكثر من 65%.
- أعلنت جوجل أن 40% من الأجيال الجديدة والشباب يتقنون بشكل كبير في مقاطع الفيديو التي يتم نشرها عن طريق موقع يوتيوب.
- الإنسان بطبيعة خلقته كائن بصري بالدرجة الأولى، أي أن المرئيات تؤثر عليه أضعاف ما يؤثر عليه التدوين أو السماع.
- عدد أكبر من المسوقين عبر الإنترنت يعتمدون بشكل أكبر على التسويق عن طريق الفيديوهات، حوالي 87% منهم يعتمدون هذه الخطة في التسويق للوصول لأكبر عدد من المستخدمين.
- من الأمور التي تبين أهمية الفيديو في جذب العملاء، أن الفيديوهات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي والسوشيال ميديا تحظى بالنشر بنسبة تفوق 1200% من نشر المحتوى المكتوب على نفس المواقع.
- في عام 2023، يواصل التسويق عبر الفيديو ارتفاع شعبيته حيث تستفيد منه 86% من الشركات في خططها التسويقية.
- دقيقة واحدة من الفيديو تعدل أكثر من 1.8 مليون كلمة من التدوين.
- جيمس ويدمور وهو أحد الخبراء المشهورين في مجال التسويق عن طريق الفيديوهات يقول (توقف عن الاعتقاد أن التسويق بالفيديو كيان منفصل أو أمر اختياري لنشاطك التجاري، يعد الفيديو شكلا فعالا من أشكال التواصل التي يجب دمجها في كل جانب من جوانب جهودك التسويقية الحالية).
- نسب مشاهدة المستخدمين للفيديوهات عبر العالم نسبة كبيرة فعلى سبيل المثال:
- يشاهد المستخدمون أكثر من 500 مليون ساعة من الفيديوهات على موقع يوتيوب.
- 500 مليون من مستخدمي الفيس بوك يشاهدون الفيديوهات المنشورة عليه يوميا.
- مرتادو موقع سناب شات يشاهدون أكثر من 10 مليار مقطع فيديو صغير كل يوم.

ثالثا: أنواع التسويق عبر الفيديو.

هناك العديد من أنواع التسويق عبر الفيديو، يمكننا تلخيصها في :

- **مقاطع فيديو توضيحية (Explainer/ Demo Videos):** تعرض مقاطع الفيديو التوضيحية كيفية عمل منتجك - سواء كان ذلك يأخذ المشاهدين في جولة في برنامجك وكيف يمكن استخدامه.
- **مقاطع فيديو عن العلامة التجارية (Brand Videos):** عادة ما يتم إنشاء مقاطع فيديو العلامة التجارية كجزء من حملة إعلانية أكبر، تعرض رؤية الشركة أو رسالتها أو منتجاتها وخدماتها عالية المستوى. الهدف من مقاطع الفيديو الخاصة بالعلامة التجارية هو بناء الوعي حول شركتك، وإثارة اهتمام الجمهور المستهدف وجذبهم.

فيديو الحدث (Event Video): هل يستضيف عملك مؤتمرا أو مناقشات، أو هل يتم جمع تبرعات أو أي نوع آخر من الأحداث؟ أنتج مقطعا مميزا أو أطلق مقابلات وعروضا تقديمية شيقة من التجمع هذا.

من إعداد: بن الطيب علي

محاضرات في مقياس تطبيقات في التسويق الرقمي سنة أولى ماستر تسويق المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة
مقابلات الخبراء (Expert Interviews): يعد إجراء المقابلات مع الخبراء، أو قادة الفكر في مجال عملك
طريقة رائعة لبناء الثقة مع جمهورك المستهدف، لذا عليك البحث عن المؤثرين في مجال عملك - سواء كانوا
يشاركونك وجهة نظرك أم لا - أطلق هذه المناقشات أمام جمهورك.

مقاطع فيديو تعليمية أو إرشادية (Educational or How-To Videos): يمكن استخدام مقاطع الفيديو
التعليمية لتعليم جمهورك شيئاً جديداً، أو بناء المعرفة الأساسية التي سيحتاجون إليها لفهم أعمالك بشكل أفضل .
مقاطع فيديو متحركة (Animated Videos): يمكن أن تكون مقاطع الفيديو المتحركة تنسيقاً رائعاً للمفاهيم
التي يصعب فهمها، والتي تحتاج إلى صور قوية أو لشرح خدمة أو منتج مجرد.

دراسة حالة ومقاطع فيديو شهادات العملاء (Case Study and Customer Testimonial Videos):
من أفضل الطرق لإثبات نتيجة أي خدمة أو منتج هي إنشاء مقاطع فيديو لدراسات الحالة تعرض
العملاء الراضين والمخلصين، فهؤلاء الناس هم أفضل مسوقين لك؛ اجعلهم أمام الكاميرا يصفون تحدياتهم
وكيف ساعدت شركتك في حلها.

مقاطع الفيديو المباشرة (Live Videos): يمنح الفيديو المباشر المشاهدين نظرة خاصة من وراء الكواليس
لشركتك، كما أنها تجذب تدفقات أطول ومعدلات تفاعل أعلى ومقابلات وعروض تقديمية وأحداث في البث
المباشر، وتشجيع المشاهدين على التعليق بأسئلتهم مما يزيد من المشاهدات والتفاعلات.

فيديوهات الواقع الافتراضي وال 360° (Virtual Reality Videos & 360°): باستخدام مقاطع الفيديو
بنطاق 360 درجة، ينتقل المشاهدون لمشاهدة المحتوى من كل زاوية - كما لو كانوا يقفون جسدياً داخل
المحتوى.

رابعاً: الخطوات العملية لصناعة فيديو تسويقي

تمر عملية صناعة فيديو تسويقي بمجموعة من المراحل نلخصها في النقاط التالية:

1. تحديد الهدف التسويقي (محدد Specific، يمكن قياسه Measurable، قابل للتحقيق Achievable، ذات صلة Relevant وله زمن محدد Time-bound)؛
2. البحث عن الجمهور؛
3. بناء استراتيجية الفيديو؛
4. صياغة خطة لإنتاج الفيديو التسويقي؛
5. أخذ بعين الاعتبار عنصر الإبداع في صناعة الفيديو التسويقي؛
6. شرح بوضوح المنتج أو الخدمة في الفيديو؛
7. كتابة السيناريو للفيديو التسويقي؛
8. التخطيط والاستعداد للتصوير؛
9. تصوير اللقطات؛
10. تحرير محتوى الفيديو؛
11. إضافة الرسومات والمؤثرات الخاصة؛

محاضرات في مقياس تطبيقات في التسويق الرقمي سنة أولى ماستر تسويق المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله

12. تسجيل التعليق الصوتي؛

13. تنسيق الفيديو؛

14. تسويق الفيديو.

خامسا: أهم طرق تسويق الفيديو.

- النشر على وسائل التواصل الاجتماعي على المواقع التي يقضي فيها الجمهور المستهدف وقتا كبيرا.
- استخدام محسنات محركات البحث (SEO) لتحسين الفيديو المراد تسويقه لكلمات البحث ذات الصلة.
- استخدام التسويق عبر المؤثرين (Influencers) في مجال المؤسسة للمساعدة في نشر الفيديو.
- الانخراط في العلاقات العامة للترويج لمحتوى الفيديو الخاص بكل مؤسسة.
- دفع نفقات الإعلان لعرض الفيديو على التلفزيون أو في دور السينما.
- دمج الفيديو في التسويق عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة.

سادسا: قياس أداء التسويق عبر الفيديو.

من المهم للمؤسسات ان تقوم بقياس أداء حملاتها التسويقية عبر الفيديو حتى تتمكن من معرفة ما إذا كانت تعمل، وهناك العديد من المقاييس التي يمكن استخدامها لقياس أداء الحملات التسويقية نذكر منها:
مرات الظهور: عدد المرات التي تم عرض فيها مقطع الفيديو الخاص بالمؤسسة.
الوصول لمرات محدودة: عدد الأشخاص الذين شاهدوا مقطع الفيديو الخاص بالمؤسسة لمدة 30 ثانية على الأقل.

معدل اكمال الفيديو: النسبة المئوية للأشخاص الذين شاهدوا مقطع الفيديو الخاص بالمؤسسة حتى نهايته.
المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي: عدد الأشخاص الذين تفاعلوا مع مقطع الفيديو الخاص بالمؤسسة على وسائل التواصل الاجتماعي.
التحويلات: عدد الأشخاص الذين قاموا بإجراء إجراء مرغوب فيه بعد مشاهدة مقطع الفيديو الخاص بالمؤسسة، مثل شراء منتج أو الاشتراك في خدمة.