

السنة الأولى ماستر تسويق خدمات

الدراسي الأول

مقياس: تطبيقات في التسويق الرقمي

المحور الثامن: التسويق عبر الفيديو

د. غنغوب ياقوتة

تمهيد

في عصرٍ تُهيمن فيه التكنولوجيا الرقمية على حياتنا اليومية، أصبح المحتوى المرئي واحدًا من أكثر الوسائل تأثيرًا في إيصال الرسائل وتحفيز التفاعل مع الجمهور. ومع التقدم الكبير في استخدام الإنترنت وزيادة الاعتماد على الهواتف الذكية، يُعتبر الفيديو أحد الأدوات الرئيسية في عالم التسويق الحديث. فهو لا يقتصر فقط على جذب الانتباه، بل يساهم بشكل كبير في بناء العلاقة مع الجمهور وتحفيز الولاء للعلامة التجارية.

1. تعريف التسويق عبر الفيديو

هو استخدام مقاطع الفيديو للترويج أو إخبار الجمهور بالعلامة التجارية والمنتجات، ويمكن للمؤسسات استخدام الفيديو في مجموعة متنوعة من القنوات والتسويقات الرقمية، بما في ذلك موقع الويب الخاص بكل مؤسسة والتسويق عبر مواقع 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.

2. فوائد التسويق عبر الفيديو

➤ **توسيع نطاق الجمهور المحتمل :** يمكن أن يظهر محتوى الفيديو للمستهلكين على أي عدد من القنوات سواء كانوا يقومون ببث الأفلام أو زيادة صفحة منتج أو مشاركة منشورات على شبكات التواصل الاجتماعي بحيث هناك مشاهدون أو جمهور محتملون في كل مكان.

➤ **جذب انتباه المشاهدين (الجمهور):** محتوى الفيديو هو وسيلة غنية تقدم الحركة والألوان والموسيقى وغيرها من الأصوات وتستطيع أن تلفت الأنظار مقابل النص والصور الثابتة، يمكن أن يقدم جذب الانتباه فوائد استراتيجية مثل مساعدة العملاء على الكشف عن الماركة.

➤ **انشاء محتوى تسويقي مقنع:** ليس المقصود بالتسويق بالفيديو الاعلانات فحسب بل يمكن أن يكون طريقة رائعة لتقديم محتوى مفيد يجذب الجمهور بطريقة أخرى.

➤ **عرض الماركة والمنتجات:** يمكن أن تساعد الفيديوهات التوضيحية على التعبير عن قصة ماركة اي مؤسسة وفوائد المنتج بطرق قد لا تقدمها النصوص والصور وحدها، يمكن أن يؤدي انشاء فيديوهات تعرض منتجات المؤسسة الى مساعدة المتسوقين على معرفة كيفية استخدامهم للمنتج، يمكن أن يساعد الفيديو أيضا على تقديم نظرة لما وراء الكواليس على المؤسسة لعرضها بدلا من سرد قصة عن محفزات الماركة.

➤ **المشاركات الاجتماعية:** من إنشاء فيديو إرشادي إلى استخدام فيسبوك لايف، هناك مجموعة واسعة من الفرص لتختار من بينها. لم يعد الأمر يقتصر على العلامات التجارية الكبرى بعد الآن بل الجميع يشارك مقاطع الفيديو الشيقة.

➤ **العائد على الاستثمار:** 83 % من الشركات أن الفيديو يوفر عائداً جيداً تقول على الاستثمار. على الرغم من أن إنتاج الفيديو ليس أسهل وأرخص مهمة حتى الآن إلا أنه يؤدي ثماره بشكل لا يصدق إطلاقاً. إلى جانب ذلك، فإن أدوات تحرير الفيديو عبر الانترنت في تحسن مستمر وباتت في متناول الجميع وحتى هاتفك الذكي يمكنه إنشاء مقاطع فيديو بجودة عالية بالفعل.

➤ **علاقة صداقة بين الجهاز المحمول ومقاطع الفيديو:**

90 % من المستهلكين يشاهدون مقاطع الفيديو على هواتفهم المحمولة بدءاً من الربع الثالث من عام 2013 زادت مشاهدات مقاطع الفيديو على الجوال بأكثر من 233 بالمائة. تفيد التقارير بأن استهلاك الفيديو على الهاتف المحمول يرتفع بنسبة 100 % كل عام. نظراً لأن الأشخاص يحبون مشاهدة مقاطع الفيديو أثناء التنقل مع ازدياد عدد مستخدمي الهواتف الذكية فإن جمهور الفيديو الخاص بك سيزداد باستمرار أيضاً.

➤ **التأثير على قرارات الشراء:** يقال أن 90% من العملاء أن فيديو المنتج يساعدهم في اتخاذ قرارات الشراء، كما أفاد موقع "فوربس" أن مشاهدة مقطع فيديو يزيد من احتمالية شراء المستخدم

بنسبة 64% وفقا لأني موتو. بالإضافة الى ذلك صرح 97 % من المسوقين أن الفيديو ساعد في زيادة فهم المستخدم لمنتجاتهم أو خدماتهم وفقا لـ ”هوبسبوت“.

3. استراتيجيات التسويق عبر الفيديو

يعتبر استخدام محتوى الفيديو أحد أهم الوسائل للتواصل مع العملاء المحتملين وزيادة الوعي بالعالمية التجارية. وفقا لإحصائيات، يعد التسويق عبر الفيديو من أكثر أدوات التسويق فعالية في الوقت الحالي .

- الفيديوهات التعليمية: تقدم معلومات قيمة وتوضيحية للعملاء .
- الفيديوهات الترويجية: تعرض المنتجات والخدمات بشكل جذاب.
- الاستعراضات: تشمل تقييمات ومراجعات من العملاء أو الخبراء.

تصنيف اخر:

- الفيديوهات التوضيحية
- فيديو يعبر عن ثقافة الشركة: الغرض التسويقي للعلامة التجارية.
- الفيديوهات الترفيهية ضمن المجال المخصص لكل مؤسسة.
- فيديو البث المباشر
- فيديو الفعاليات والمناسبات
- مقاطع فيديو تعليمية وارشادية.
- مقاطع فيديو متحركة Animation

4. خطوات تجهيز مقاطع فيديو

- الخطوة 1: اختر جمهورك المستهدف؛
- الخطوة 2: حدد الأهداف التي ترغب بتحقيقها منه؛
- الخطوة 3: حدد ميزانية تسويق الفيديو الخاصة بك؛
- الخطوة 4: اختر نوع الفيديو والفكرة التسويقية التي ترغب في إيصالها من خلال هذا فيديو؛
- الخطوة 5: حدد المكان الذي ستنتشر فيه الفيديو الخاص بك؛
- الخطوة 6: تحديد العناصر الابداعية التي ستميزه؛
- الخطوة 7: حدد أدوات القياس التي ستقيس من خلالها نجاح الفيديو الخاص بك؛
- الخطوة 8: ابدأ بتجهيز الفيديو الخاص بك؛

➤ الخطوة 9: قم بتحرير هذا الفيديو ؛

➤ الخطوة 10: انشر الفيديو الخاص بك بإتباع أفضل ممارسات تحسين محركات البحث.