

РОЛЬ ВИДЕОРЕКЛАМЫ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ПОВЫШЕНИИ КОНВЕРСИИ

Нижник О.

Научный руководитель – ас. каф. «Маркетинга», канд. экон. наук Златова И.А.

Количество компаний растет, и конкуренция становится все жестче по сравнению с тем, что было 10 лет назад. Сегодня в сети насчитывается более 1 000 000 000 сайтов. Специалисты рекламных агентств подготовили обзор тенденций в маркетинге и рекламе на 2016 год. По результатам исследования главную роль в 2016 году в повышении конверсии будет играть телевидение и видеореклама, а также мы рассмотрим все 5 тенденций на 2016 год:

1. Телевидение так и остается популярным каналом продвижения. Наиболее рентабельной площадкой в 2016 году будет телевидение, и на это есть две причины. ТВ охватывает большое количество потребителей. Одна реклама способна вовлечь несколько миллионов потенциальных клиентов. Покупатели доверяют тому, что видят на голубом экране. По данным исследования проведенного в 2015 компания Nielsen, которая провела исследование среди 30 тыс. респондентов в 60 странах мира подвела итог что 41% опрошенных доверяют ТВ-рекламе. Эффективная визуализация — большую часть людей составляют визуалы, поэтому чтобы привлечь интерес зрителей необходимо сделать ролик с эффектным, четким и ясным видеорядом; правило 5 секунд: привлечь внимание зрителя надо в первые пять секунд, иначе интерес пропадет; четкое и лаконичное аудио воздействие — каждое слово должно работать; простота восприятия —реклама не должна заставлять думать, суть должна быть ясна сразу же во время просмотра; выгоды для потребителя: сюжет лучше построить вокруг человека, пользующегося продуктом — советуют специалисты.

2. Видео реклама приносит наибольшую конверсию согласно данным исследования компании WebDAM проведенного в 2015 году среди маркетологов во всем мире, к 2018 году почти 79% интернет-трафика будет формировать видео контент, объемы финансовых поступлений от которого ежегодно будут расти на 110% (больше, чем от любого другого вида онлайн-рекламы). Для этого есть три основания. Быстрая окупаемость. В 2016 году Google, наряду с YouTube, Facebook, начнет активно продвигать видео рекламу. По мнению аналитиков компании Forbes, это связано с тем, что все большее количество онлайн-пользователей предпочитают видео формат любому другому. Поэтому данный

канал будет одним из самых востребованных и окупаемых. Так что начинать видео продвижение сайта нужно уже сегодня, поскольку вскоре расценки на этот вид рекламы поднимутся из-за популярности услуги. Если раньше маркетологи выкладывали на портале небольшие рекламные ролики, то теперь акценты смещаются в сторону длинноформатного контента (такого, как видео истории клиентов компании об использовании продукта или услуги, информативные и обучающие видеосюжеты, выступления первых лиц компании). Это позволит организациям добиться двух целей: создать бизнес «с человеческим лицом» и привлечь клиентов, которые не успевают (либо просто не хотят) читать новые посты в блоге или публикации в СМИ. По данным аналитиков WebDAM, сегодня вероятность того, что посетитель приобретет товар после просмотра видео, составляет 85%. Поэтому эксперты компании рекомендуют размещать видеоролики на сайте компании или в карточке товара в интернет-магазине. Также следует использовать видеосюжеты в постах в соцсетях. Это поможет собрать в три раза больше внешних ссылок, чем при публикации обычного поста, содержащего только текст.

3. Мобильная версия сайта стимулирует продажи! Потребители сегодня чаще пользуются мобильными устройствами, чем ПК, поэтому рекламодатели переключились со стационарной рекламы на мобильную, следует, что до 2018 года ежегодные темпы роста рекламы в мобильных устройствах составят 33% против 14% в остальных сегментах. По данным Facebook, 40% онлайн-потребителей начинают взаимодействовать с одним устройством, а заканчивают с другим. Например, кликабельность (CTR) результатов поисковой выдачи в смартфонах и планшетах на 50% выше по сравнению с ПК; но по уровню конверсии в продажи мобильные устройства сильно проигрывают. Поэтому компаниям сегодня следует обеспечить простой доступ к сайту на различных устройствах, а переключение между версиями ресурса в процессе заказа должно быть максимально легким.

4. E-mail-маркетинг становится визуализированным. Это одна из самых очевидных новых тенденций маркетинга. По данным компании WebDAM, современный человек становится все более восприимчивым к визуальному контенту. Например, 81% людей не читают, а просматривают информацию, так как уже через 8 сек. внимание человека рассеивается. При этом только 20% контента (без визуальной составляющей) задерживается в памяти. Все это в итоге приведет к тому, что к 2018 году 84% всех коммуникаций станут визуальными.

5. Доля маркетинга в соцсетях увеличивается в 2015 году социальные сети (Facebook, Twitter, Pinterest) продолжили бурно развиваться. Уже в следующем году компании, которые пользуются этим каналом продвижения, смогут опередить конкурентов и привлечь большее количество потенциальных клиентов. По данным агентства Satur-D, 86% маркетологов считают, что рекламные кампании в соцсетях демонстрируют высокий ROI. Обратите внимание на следующие SMM-тренды. Вытеснение поисковиков. Современные пользователи все чаще ищут информацию о продуктах или компаниях не в поисковиках, а в соцсетях. По данным исследования компании Nielsen, сегодня 80% покупателей приобретают товары, опираясь на отзывы других людей в социальных медиа. В 2016 году эта тенденция сохранится: потребители, принимая решение о покупке, обязательно будут искать информацию о товаре, компании или услуге в социальных сетях. Facebook и Pinterest в 2015 году внедрили на сайтах кнопки «Купить». Согласно новой тенденции в маркетинге, к концу 2016 года то же самое сделают и остальные социальные медиа. Таким образом, соцсети перестают быть только пиар-инструментом и превращаются в полноценный канал продаж. Поэтому SMM-стратегия компании должна включать возможность для подписчиков приобрести товар, не выходя из соцсети.