

Semināri un diskusijas Latgales plānošanas reģiona pašvaldību darbiniekiem

Video mārketinga uzņēmējdarbības popularizēšanai

Gusts Gudelis

Seminārs notiek Eiropas Ekonomikas zonas finanšu instrumenta 2014.-2021.gada perioda programmas “Vietējā attīstība, nabadzības mazināšana un kultūras sadarbība” atbalstītā projekta **”Uzņēmējdarbības atbalsta pasākumi Latgales plānošanas reģionā”** ietvaros. Strādājam kopā konkurētspējīgai Eiropai!

Seminārs tiek ierakstīts video un tiks veikta fotografēšana

Semināra saturs

Kas ir mārketingis

Platformas videomateriālu
izmantošanai

Populāras bezmaksas video
redigēšanas aplikācijas

Video apstrādes pamati

Kas ir mārketings?

- ▶ Mārketings ir pārvaldības process, kas identificē klientus, to vajadzības, vēlmes un atrod veidus kā nodrošināt tiem ieguvumu.



Mārketinga mērķi:

- ▶ Informācijas apmaiņa starp pircējiem un pārdevējiem;
- ▶ Identificēt jaunas un jau esošas iespējas;
- ▶ Ietekmēt uzņēmumu, tā piegādātājus, klientus un citus, kurus skar uzņēmējdarbība;
- ▶ Uzrunāt, jeb «pievilināt» klientus;
- ▶ Veicina ilgstošas attiecības starp pircējiem, pārdevējiem un citiem iesaistītajiem
- ▶ Pieprasījuma apmierināšana:
 - ▶ produktu radīšana;
 - ▶ komunicēšana;
 - ▶ piegāde un piedāvājumu apmaiņa.

Mārketinga 4 stūrakmeņi

4P (Product, Price, Place, Promotion)



Kā izprast «Produktu»

- ▶ Ko klients vēlas no produkta/pakalpojuma?
- ▶ Kādas vajadzības tas apmierina?
 - ▶ Kādas īpašības tam ir, lai apmierinātu šīs vajadzības?
 - ▶ Vai ir kādas funkcijas, kas nav iekļautas?
- ▶ Vai ir iekļautas produktu sadārdzinošas lietas, kuras, patiesībā, netiks izmantotas?
- ▶ Kā un kur tas tiks lietots?
- ▶ Kā tas izskatās?
- ▶ Kā klienti to uztvers?
- ▶ Kāda izmēra, krāsas, utt. tam ir jābūt?
- ▶ Kā tas sauksies?
- ▶ Kāds zīmols tam būs?
- ▶ Kā tas atšķiras salīdzinājumā ar konkurentiem?
- ▶ Kāda ir maksimālā pārdošanas cena, lai tas vēl būtu ienesīgi?

Kā izprast «Cenu»

- ▶ Kāda ir produkta vērtība cilvēku acīs?
- ▶ Vai ir jau nostabilizējušās cenas šim produktam vai pakalpojumam?
- ▶ Kā pircēji uztver cenu, konkrētajā grupā?
- ▶ Vai mazs cenas samazinājums ļaus uzņēmumam izplesties tirgū un palielināt pārdošanas apjomus?
- ▶ Vai mazs cenas paaugstinājums ienesīs vairāk naudas?
- ▶ Kādas atlaides piemērot, pastāvīgajiem klientiem vai jomas speciālistiem vai citām pircēju grupām? (Piemēram jomas speciālisti var būt galdnieki, kas iespējams iepirks vairāk furnitūras tieši pie jums, ja piedāvāsiet atlaides).
- ▶ Kāda ir jūsu cenas starpība ar konkurentiem?

Kā izprast «Vietu»

- ▶ Kur pircēji lūkojas pēc produkta vai pakalpojuma?
- ▶ Ja tie meklē veikalā, tad kādā? Specializētā vai hipermarketā vai abos? Vai internetā? Avīzēs?
- ▶ Kā nokļūt pie pareizajiem izplatītājiem?
- ▶ Vai nepieciešams pārdošanas komanda? Vai piedalīties specializētajās izstādēs?
- ▶ Ko dara tavi konkurenti un ko no tiem var mācīties vai kā atšķirties?

Kā izprast «Veicināšanu»

- ▶ Kur un kad reklāmai parādīties, lai sasniegtu savu mērķauditoriju?
- ▶ Vai mēģināsi aizsniegt savu auditoriju presē, televīzijā, radio vai uz banneriem ielās? Izmantojot tiešo mārketingu caur pastu? Izmantojot PR kampaņas? Vai reklāmas internetā, pielietojot maksu par klikšķi un seo optimizāciju?
- ▶ Kad ir labākais periods, lai reklamētos? Vai tas ir sezonāls produkts? Pēc kāda grafika notiks reklamēšana?
- ▶ Kā Tavi konkurenti reklamējas? Un kā tas ietekmē Tavu reklamēšanās izvēli?

Kas ir video mārketings

- ▶ Video mārketings ir vienkārši videoklipu izmantošana, lai reklamētu jūsu zīmolu, produktus vai pakalpojumus.
- ▶ Uz to, tā pat kā uz jebkuru mārketinga veidu attiecās tās pašas pamat lietas.

Video mārketinga uzdevumi

- ▶ Palīdz atklāt jaunus produktus, zīmolus un idejas. Pat, ja konkrētajā brīdī viņi neplāno veikt pirkumu, intereses radīšana var viņus līdz tam aizvest;
- ▶ Pozicionē sevi, savu zīmolu kā noderīgu ekspertu konkrētajā nozarē, atbildot uz cilvēku biežāk uzdotajiem jautājumiem, ar video palīdzot risināt dažādas situācijas.

7 populārākie video satura veidi

- ▶ paskaidrojošie;
- ▶ prezentācijas tipa;
- ▶ pamācības;
- ▶ atsauksmju;
- ▶ pārdošanas;
- ▶ reklāmas;
- ▶ ieskats bloga rakstam vai citam saturam.

Kas ir modē šobrīd?

- ▶ Tiešraides (Live)
- ▶ 360 grādu video
- ▶ Vlogošana
- ▶ Vertikāls video
- ▶ Video apmācības Tavā uzņēmumā

Video mārketinga kanāli

- ▶ YouTube
- ▶ Facebook
- ▶ Instagram
- ▶ LinkedIn
- ▶ TikTok

YouTube

- ▶ Vairāk kā 50% gadījumos uzņēmumi izmanto YouTube kā vienu no mārketinga kanāliem.
- ▶ Vairāk nekā puse YouTube lietotāju to izmanto caur mobilajām ierīcēm.
- ▶ Vidējais video skatīšanās ilgums šajā platformā no mobilajām ierīcēm ir ~40 minūtes.
- ▶ Katru gadu par ~70% pieaug to meklējumu skaits, kas sākas ar “How to”, kas liecina, ka lietotājiem aktuāli ir tieši paskaidrojošie un pamācību video.
- ▶ Vidējais video garums ir 6-8 minūtes.

Facebook

- ▶ visi Facebook lietotāji vidēji dienas laikā noskatās vairāk nekā 8 miljardus video;
- ▶ video saturam Facebook platformā ir par 13,9% augstāks iesaistes līmenis, nekā tas ir ierakstiem, kuros pievienots tikai teksts vai attēli;
- ▶ Vairāk kā ~70% uzņēmumu Facebook izvēlas kā video mārketinga platformu;
- ▶ fakti par lietojumu ~ 85% lietotāju video skatās bez skaņas, un lietotni izmanto viedierīcē, tāpēc ieteicams optimizēt video priekš maziem ekrāniem un pievienot tiem subtitrus.

Facebook - svarīgi

- ▶ **Saglabāt sava zīmola identitāti**, kas vijas caur visu publicēto saturu, tostarp video materiāliem. Tādējādi caur video uzņēmums būs viegli identificējams;
- ▶ **Augšupielādēt videoklipus uzreiz Facebook**. Ja iespējams, izvairies izmantot šo platformu, lai tur dalītos ar videoklipiem, kas publicēti citās vietnēs, piemēram, YouTube;
- ▶ **Piespraust video lapas augšpusē**, ja, Tavuprāt, tas ir vērtīgs saturs, kas var interesēt Tavas Facebook lapas apmeklētājus. Tas ļaus iepazīstināt ar uzņēmumu un izcelt produktu;
- ▶ **Neveidot garus video**. Maksimālais ieteicamais video garums ir līdz 2 minūtēm, tomēr - jo īsāks, jo labāks, piemēram, 15 sekundes. Ja video būs īss, pastāv liela iespēja, ka lietotājs noskatīsies visu video līdz galam, ko, savukārt, atzinīgi vērtēs Facebook algoritms.

Instagram

- ▶ **Ieteicams publicēt īsus, vieglus un saistošus video.** Video maksimālais garums ir tikai **60 sekundes**;
- ▶ Ja nepieciešams ievietot **garāku video saturu, izmantot IGTV.** Tur var publicēt video līdz pat stundai;
- ▶ Jāizstrādā videoklipus, kas ir **vizuāli pievilcīgi, koši, pamanāmi.**
- ▶ Sākotnēji **video tiek atskaņoti bez skaņas**, ir jāspēj ar vizuālo noformējumu piesaistīt uzmanību, lai lietotājs gribētu ieslēgt skaņu.

LinkedIn

- ▶ Var izmantot vizuālo stāstu stāstīšanu, lai pievērstu auditorijas uzmanību;
- ▶ Ievietot svarīgāko saturu pirmajās 10 videoklipa sekundēs;
- ▶ Nepārsniegt 30 sekunžu robežu, ja vēlies veicināt uzņēmuma atpazīstamību.

Video mārketinga priekšrocības:

- ▶ **Cilvēki kļūst slinki**, video formātā informāciju ir vieglāk uztvert
- ▶ Videoklipi veicina **informācijas saglabāšanos** atmiņā.
- ▶ **Video ir kā logs**, kas ļauj klientiem labāk iepazīt zīmolu, tā veidojot uzticēšanos, kas ir pamatā tam, lai klients jūsu preci vai pakalpojumu iegādātos atkal un atkal.
- ▶ Video palīdz **palielināt zīmola mājaslapas apmeklējumu**, Atceramies, ka YouTube pieder Google, tāpēc noteikti jāatzīmē atslēgvārdi un galvenās frāzes.
- ▶ **Video formāts** ir šobrīd iecienītākais informācijas uzņemšanas veids

Pārdomas par video mārketingu

- ▶ **RESURSI – kur glabāt?**
- ▶ **STĀSTS – Par ko būs saturs?**
- ▶ **ĪSĀK IR LABĀK – Video garums?**
- ▶ **PUBLICĒŠANA – Kur to darīt?**
- ▶ **ANALĪZE – Ko sasniedza?**

6 galvenie izvilkumi par video patēriņu

- ▶ Cilvēki skatās tiešsaistes video, lai apgūtu jaunas prasmes un skatītos tādu saturu, kas viņus aizrauj
- ▶ Saturs, kas ir saistāms ar kādu situāciju, piemēram, ēst gatavošanu, kalpo kā motivācija
- ▶ Neatkarīgi no tā, vai nepieciešams iegūt kādas prasmes vai ieteikumus - cilvēks vēlas redzēt reālu pieredzi (arī kļūdas)
- ▶ Ja cilvēks video ir skatījis, lai kaut ko iemācītos, gadās, ka tā viņš nonāk līdz pirkumam
- ▶ Lietotāji, iespējams, neskatās ar nodomu veikt kādu konkrētu pirkumu, viņi bieži ir tikai meklējumu fāzē
- ▶ Video dod iespēju iesaistīties katrā pircēja ceļojuma (customer journey) posmā - no iepazīšanās līdz pat pirkumam

Kas nepieciešams video uzņemšanai

1. Mikrofons
 2. Kamera
 3. Statīvs
 4. Apgaismojums
 5. Stabilizators
- ▶ Video rediģēšanas programma

Bezmaksas video rediģēšanas programmas datoram

- ▶ Windows 10 Free Video Editor
- ▶ OpenShot
- ▶ Shotcut
- ▶ CapCut
- ▶ VSDC

Bezmaksas video rediģēšanas programmas viedtālrunim

- ▶ CapCut
- ▶ InShot
- ▶ FilmoraGo
- ▶ PowerDirector - Video editor

Noderīgi video veidošanas palīgrīki

- ▶ Video ievada rīki:
 - ▶ Placeit: <https://placeit.net/>
 - ▶ Videohive: <https://videohive.net/>
- ▶ Brīvpiekļuves mūzika fonam:
 - ▶ Epidemic Sound: <https://www.epidemicsound.com/>
 - ▶ ArtList: <https://artlist.io/>
- ▶ Bez maksas mākslīgā intelekta saturs veidotājs:
 - ▶ Nvidia canva

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



AGDER
fylkeskommune

Pateicamies par jūsu uzmanību!

Gusts Gudelis
gusts@magneticpro.lv
www.magneticpro.lv