

Com o advento das redes sociais, inúmeras portas e possibilidades foram abertas para as empresas se valorizarem e divulgarem seus produtos e/ou serviços. Uma das formas mais usadas atualmente para esse tipo de trabalho são os vídeos. Alguns pedem um planejamento maior, outros podem ser feitos na hora, corrido, todo tremido e fora do enquadramento. **O vídeo marketing vem funcionando para diversas empresas e digital influencers, saiba como você também pode se dar bem nessa.**

O que é vídeo marketing?

O conceito de vídeo marketing é bem tranquilo de ser explicado e compreendido. Em linhas gerais, **o vídeo marketing se configura pelo uso de material audiovisual com a finalidade de atrair clientes para sua empresa.** O vídeo marketing é uma forma eficiente de atração de potenciais clientes, já que ele trabalha com dois tipos de linguagem (oral e visual), prendendo a atenção do telespectador de forma mais fácil.

O videomarketing pode ser usado em diversas situações e principalmente, em diversos formatos que podem atender várias finalidades. Por exemplo, **o vídeo marketing pode ser usado em ações de campanhas publicitárias, vídeos institucionais ou educacionais.** Além disso, **ele pode ser usado para mostrar bastidores de como certo processo de sua empresa funciona, teaser de um lançamento muito aguardado, tutoriais ensinando ou esclarecendo dúvidas recorrentes.** Você já pensou que sucesso faria aquela entrevista com a referência na área que você atua?

Os vídeos e as redes sociais

O uso dos vídeos nas redes sociais representa o futuro do marketing digital para as empresas e para os consumidores. De acordo com pesquisa feita pelo google, **o consumo de vídeos (de qualquer categoria) está presente na vida de 86% da vida dos brasileiros que têm acesso a internet.** Por isso, muitas empresas vêm buscando usar essa estratégia para atrair mais clientes; mas essas empresas precisam pensar que cada rede social tem sua especificidade e seu tipo de público. Por isso, o que dá certo no instagram, pode não ser eficiente no facebook. E vice-versa.

A receita para isso dar certo é o equilíbrio. O que parece ser uma dificuldade, pode apresentar uma ótima oportunidade para quem sabe trabalhar com formatos diferentes. Por exemplo, **no facebook você pode apostar nos vídeos um pouco mais longos como tutoriais e entrevistas,** são vídeos de 3 a 6 minutos (mais

longos se compararmos ao instagram, por exemplo); que fazem bastante sucesso, com muitas curtidas e compartilhamentos.

Já para o instagram, com suas histórias de 15 segundos e vídeos de até um minuto no perfil, você deve investir mais na beleza estética e na precisão de seu conteúdo, não esquecendo de usar as hashtags que sempre atraem muita gente. As particularidades de cada rede social abrem portas e janelas para que os mais criativos possam fazer sucesso.

Gostou de conhecer um pouco mais sobre o vídeo marketing e a relação dele com as redes sociais? Ficou alguma dúvida? Deixe seu recado nos comentários e até o próximo post!