Videós tartalom a B2B kommunikációban LinkedIn Video 2019

Dr. Guld Ádám Ph.D.
PTE-TMI

Kommunikációs trendek 2019-ben

2019-ben egyre általánosabb elvárás, hogy a tartalom-előállító ne csak szöveges vagy fotós anyagot készítsen, hanem videós portfolióval is rendelkezzen.

- videós tartalom térnyerése
- multi-channel videós elérés
- változatos mozgóképes tartalom
- videós megoldások a B2B kommunikációban

A kommunikáció műfaja és stílusa a fogyasztói preferenciákhoz igazodik, nem csak a B2C, hanem a B2B csatornákon is.

LinkedIn videó 2019

A videós tartalom B2B kommunikációban történő alkalmazását a LinkedIn (native) videók forradalmasíthatják 2019-ben.

- 20x nagyobb valószínűséggel osszák meg
- reklámok nézettsége az 50%-hoz közelít
- a videókon 3x nagyobb az engagement

<u>Újszerű megoldás</u>:

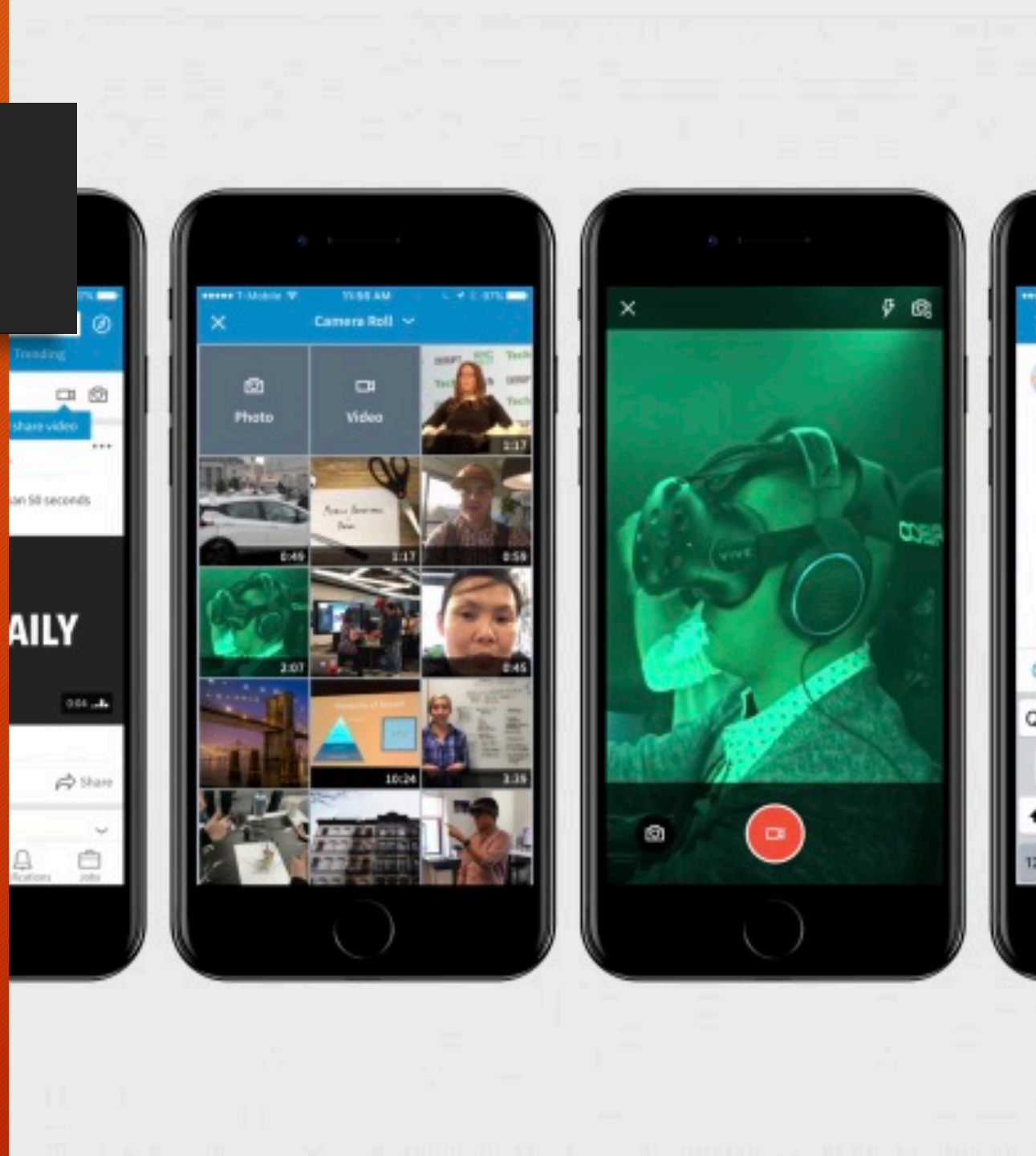
látványos	bizalom
könnyed	interaktivitás
közösségiség	nyíltság
felelősségvállalás	praktikum

LinkedIn videók típusai

1) *Beágyazott videók* (YouTube, Vimeo, mérsékelt hatékonyság, korlátozott elérés)

2) *LinkedIn native videók* (LinkedIn által rögzített, vagy egyenesen oda feltöltött videó, autoplay, 10x nagyobb figyelem, max. 10 perc)

3) *LinkedIn videós reklámok* (szponzorált tartalom, ami a LinkedIn feed-ben jelenik meg, nagy hatékonyság, pontos targetálás lehetősége, akár 30 perces tartalom)



LinkedIn: videós best practice 9+1

1) Optimalizáld a felvételt: az üzleti elvárások magasak, világítás, kamerabeállítás, háttér, testbeszéd (75%)

2) Ragadd meg a figyelmet: 1-2 másodperc

3) *Válaszd a megfelelő hosszúságú videót: átlagos videó (15 sec), márkaismertség (30 sec), upper-funnel marketing (30-90 sec), márkatörténet (90+ sec)*

4) Fontos információk előre: a figyelem 10 másodperc után csökken, csak a nézők 45% jut el fél percig

5) Sound off: a videók 85%-át némán nézik, vizualitás, infografikák szerepe nagy

LinkedIn: videós best practice 9+1

6) Feliratozz: lásd 4. pont

7) Támogasd a képet szöveggel: 44% elolvassa, max. 150 karakter, hashtag, kukac, linkek

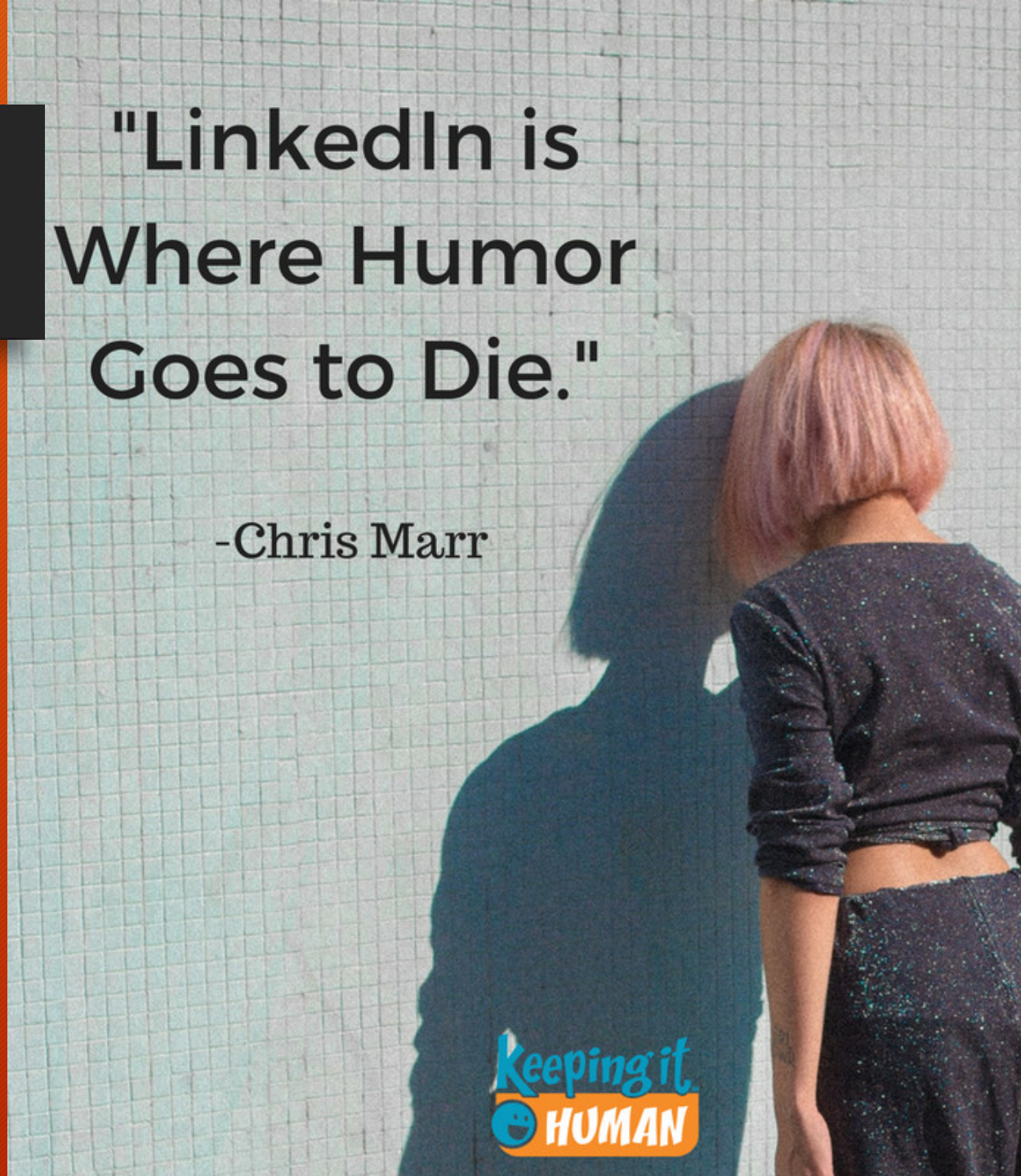
8) Egyértelmű CTA (call-to-action)

9) Nevezd a nevén: támogató anyagokban (e-mail) használd a videó kifejezést (38%-nagyobb eredmény)

+1) Legyél vicces: az intelligens humort mindenki szereti

Összegzés

- A LinkedIn a ”many screen” közül az egyik legfontosabbá válhat a 2019-ben
- B2B kommunikáció legígéretesebb területe lehet
- B2B influencerek legfontosabb felületévé válhat
- A LinkedIn videó a szakmai jellegű, szórakoztató tartalmak legfontosabb gyűjtőhelyévé válhat (munkahelyi mikromomentumok)



Köszönöm a figyelmet!

Dr. Guld Ádám Ph.D.

PTE-TMI

guldadam@commonline.hu

https://www.linkedin.com/in/ádám-guld-ph-d-1801b138/