

93 Факта Про Видеорекламу – или Прибыль, Которую Вы Теряете Не Используя Видеорекламу

*Минута видео стоит 1.8
миллиона слов
(Forrester)*

Наши контакты:

г. Киев, Украина

тел. +38 (044) 384 05 45

email: info@fantasticimago.com

Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com

Статистика по Видео Обзор

1. Результаты Поиска
2. Интерес и Вовлечение
3. Доверие и Лояльность
4. Конверсия
5. Затраты на Обслуживание
6. Онлайн и Офлайн Взаимодействие
7. Эффективный Маркетинг
8. Бизнес-стратегия

Видео Поднимает Ваш Сайт в Поисковой Выдаче

Видео увеличивает шанс попадания на первую страницу
поисковика Google на **53x** (Forrester)

Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com

Статистика по Видео Результаты Поиска

Видео появляется около 70% из 100 топовых запросов в поисковых системах. (Marketingweek, 2011)

Видео в результатах поиска имеет
на 41% более высокое соотношение кликов к показам,
чем обычные текстовые сообщения. (RealSEO)

Только 10% пользователей смотрят вторую страницу с результатами поиска и только 5% третью.

Видео имеет на 400% более высокий уровень вовлечения зрителя по сравнению со статическим содержимым. (Flimp.net)

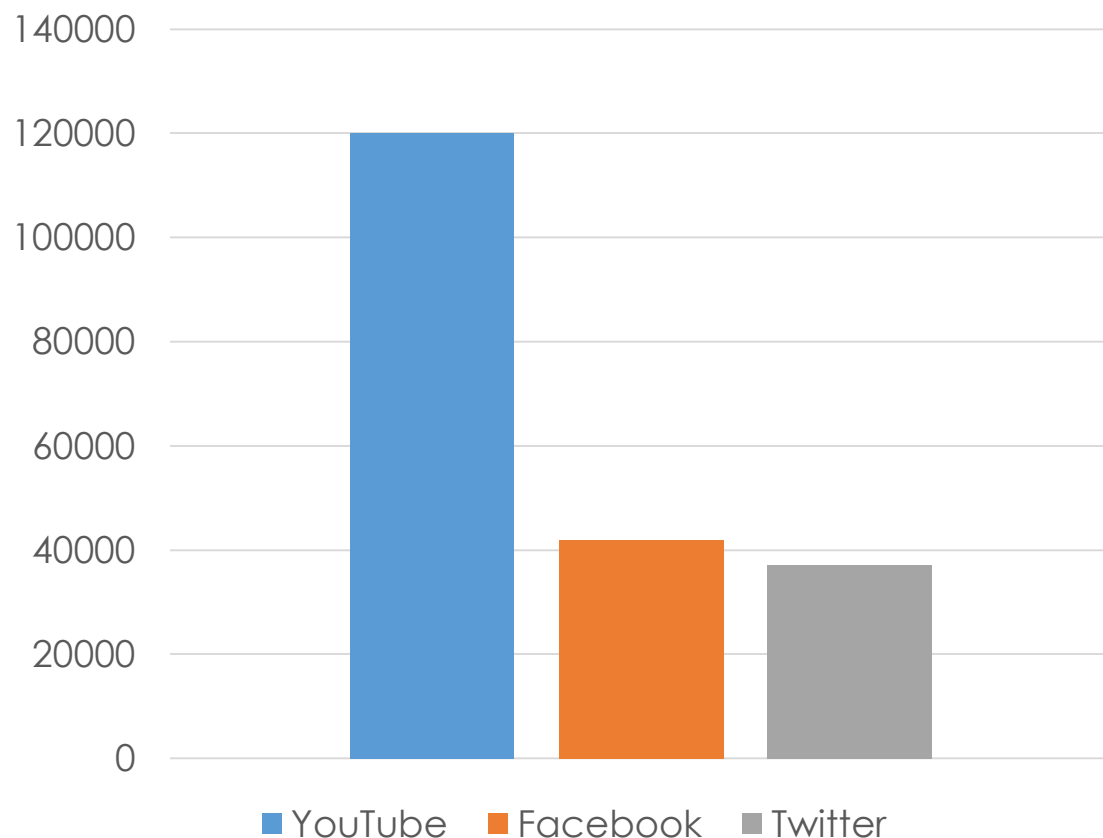
86% от всех потребителей используют поисковые системы, чтобы найти местные компании. (WebVisible/NielsenStudy)

YouTube - поисковая система номер два, следующая за Google. (comScore)

Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com



Статистика по Видео Результаты Поиска

В США более чем 43 миллионов видеороликов смотрят в интернете каждый месяц. Средне статистический зритель смотрит более чем 23 часа видео в месяц, прежде всего через сайты Google включая YouTube. Это - огромный рынок, где качественные видео ролики получают высокие результаты в поиске и привлечении трафика.

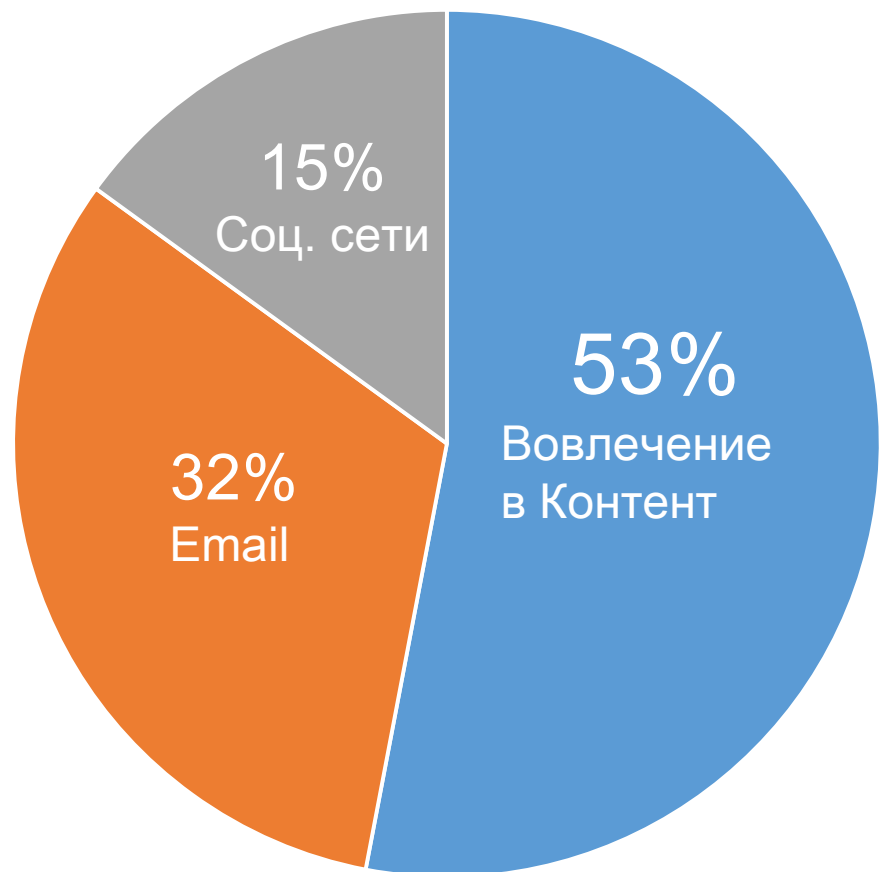
Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com

Видео Влияет на Интерес и Вовлечение

Онлайн Видео - самый быстрый метод делиться информацией со всем миром.



Статистика по Видео Интерес и Вовлечение

Контент - это то, что стимулирует поведение потребителя постоянно покупать.

Это то что держит внимание людей в постоянном интересе в интернете.

Статистика по Видео Интерес и Вовлечение

В декабре 2010г. 88.6 миллионов человек смотрели видеофильмы онлайн в среднем за день, **выше на 32 процента** чем в декабре 2009г. Средний американец провел больше чем 14 часов за просмотром видеофильмов онлайн в декабре, и это выше на 12 процентов чем за предыдущий год и в стриме просмотрели рекордные 201 видео, 8-процентное увеличение. (Comscore, февраль 2011)

Более 3 миллиардов видео роликов
просматривают люди на YouTube каждый день.

20 миллионов видео роликов загружаются на Facebook каждый месяц.

39 миллиардов видео роликов смотрят в месяц в США. Это 211 видео и 16 часов времени проведенного за просмотром на одного человека в месяц. (comScore)

86% интернет-аудитории в Америке смотрят видеофильмы онлайн. Это 183 миллиона людей.

Статистика по Видео Интерес и Вовлечение

60% распространяющих сообщений с контентом упоминается бренд или название продукта.

Посадочные страницы с профессиональным видео контентом производят **4-7x** больше положительного впечатления и более сильный отклик (SearchEngineWatch).

Онлайн сообщения с видео получают на **70%** больше просмотров. (Angie's List).

К 2014г. ожидается, что **90%** интернет траффика и **66%** всех мобильных данных будет видео.

Согласно Cisco, видео увеличит долю **с 30 до 90%** от всего траффика в Интернете к 2013 году (Cisco, 2010).

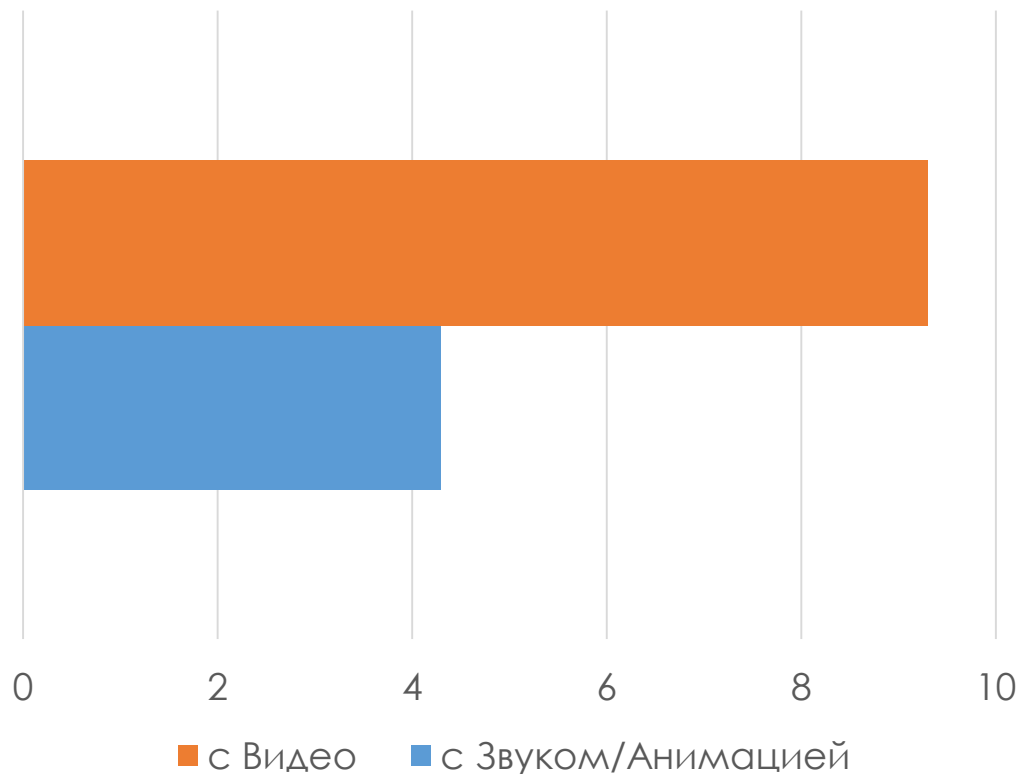
Когда дело доходит до вовлечения аудитории, то видео онлайн в **5.33 раза** более эффективнее, чем текст.

Статистика по Видео Интерес и Вовлечение

Видео просмотров удвоились от **14.8 миллиардов до 33.2 миллиардов** между январем 2009г. и декабрем 2009г. 86.5% всех американских интернет-пользователей смотрят видеоролики. Средний зритель смотрит 187 видеофильмов и 12.7 часов видео онлайн в течение месяца. (Comscore, февраль 2010)

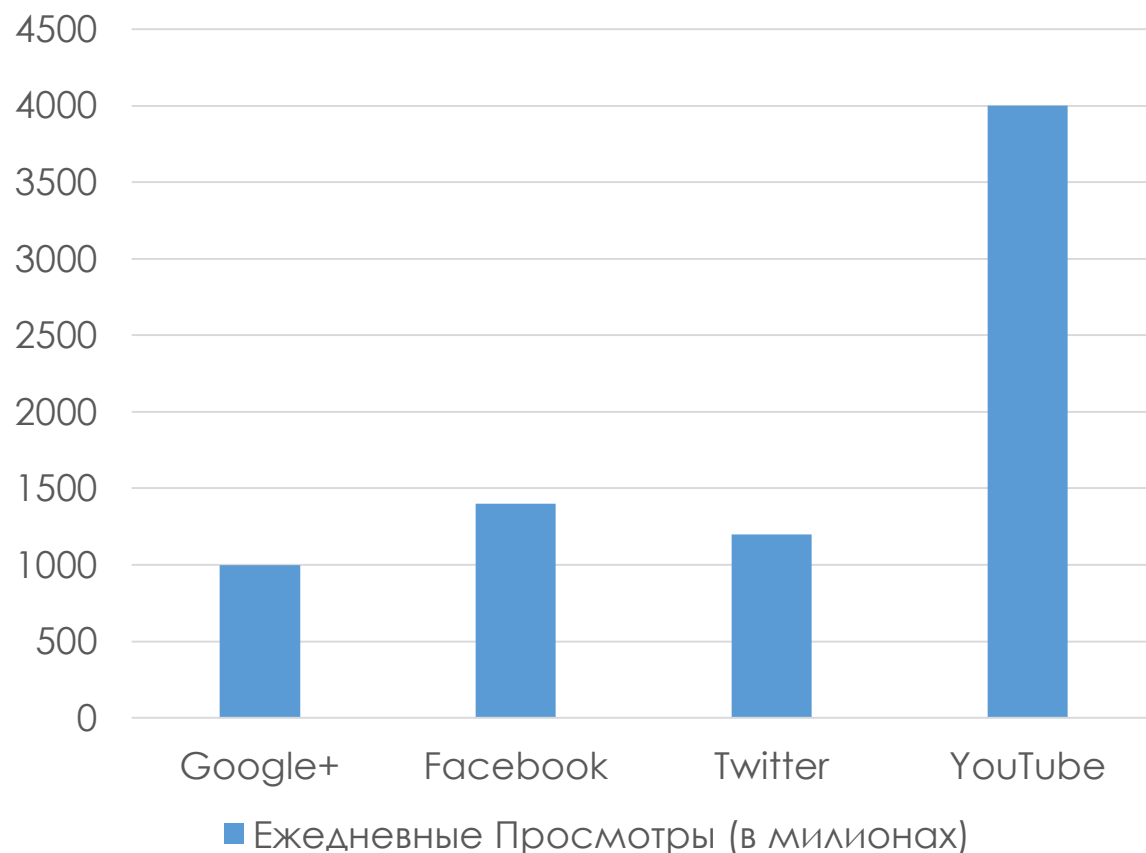
Просмотры видео пользователями на сайтах ритейлеров и брендов побило все рекорды с праздничных месяцев 2011г. Просмотры видео в Cyber Monday в сети Invodo достигло **897% роста в сравнении с 2010г**, а на Black Friday просмотры видео возросли на 337%. (Website Magazine, декабрь 2011)

За 4 квартала 2011г. просмотры видео на сайтах розничной торговли и на сайтах брендов увеличились более чем в **3 раза** по сравнению с 4 кварталом 2010г. Пользователи делились со своими друзьями видео с сайтов розничной торговли и сайтов брендов в Facebook (46% пользователей), в электронной почте (40%) и Твиттером (14%). (Исследование Invodo, Январь 2012)



Статистика по Видео Интерес и Вовлечение

Эта диаграмма показывает, что на ссылки с звуком и анимацией переходят в 4.3 раза больше, чем по стандартным текстовым ссылкам. Видео может привлекать трафик в 9.3 раз больше, чем простые ссылки.



Статистика по Видео Интерес и Вовлечение

На этой диаграмме видно сколько заходит людей в социальных сетях каждый день. Это позволяет понять, почему видео маркетинг жизненно важно использовать/внедрять через все бизнес платформы.

Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com

Видео Строит Доверие и Лояльность

Сегодня 80% руководителей смотрят больше видео онлайн, чем год тому назад (Forbes Insight)

Статистика по Видео Доверие и Лояльность

Богатые потребители предпочитают видео и ищут другие цифровые рекламные форматы, поскольку **41% богатых покупателей онлайн** утверждают, что приняли решение после того как увидели рекламу из этих двух форматов объявления. (eMarketer, август 2011)

Частые онлайн-покупатели ценят видео в большей степени, чем другие покупатели. **46% частых онлайн-покупателей** предпочитают делать покупки на сайтах с видео, по сравнению с 30% онлайн-покупателей, которые покупают нечасто. (Интернет-Ретейлер, ноябрь 2010)

Более чем 90% покупателей утверждают, что найденное ими видео было полезным в принятии решения о покупках, согласно исследованию клиентов *Swimwear Boutique*. (Internet Retailer, октябрь 2010)

Статистика по Видео Доверие и Лояльность

Согласно Internet Retailer, **52% потребителей** говорят, что просмотр видео о продукте делает их более уверенными в решениях о покупках онлайн. Когда видео информационное, то 66% потребителей будут смотреть видео ролик два или больше раз. (Internet Retailer, 2012)

MediaPost сообщает, что видео о продукте играет ключевую роль в потребительских решениях о покупках, 9 разовое увеличение просмотров видео в начале праздников 2011г. (MediaPost, 2012)

Отзывы о бренде **увеличиваются на 15%**,
когда потребители смотрят видео.

Internet Retailer сообщает, что покупатели, которые смотрели видео о продукте на страницах Stacks and Stacks (stacksandstacks.com), на 144% более вероятно, что добавят его в корзину. (Internet Retailer, март 2011)

Статистика по Видео Доверие и Лояльность

Согласно Website Magazine, видео - это двигатель потребительского доверия. Потребители готовы смотреть видео **в 60% случаях** при нахождении обзора о продукте, и 52% потребителей сообщают, что, менее вероятно, что они вернут продукт после просмотра видео. (Website Magazine, 2012)

Видео онлайн на втором месте после сарафанного радио по способности влиять на людей, принимающих решения, на каждой стадии жизненного цикла покупки (MarketingSherpa)

Forbes Insight нашел, что **59% высших руководителей** предпочитают смотреть видео вместо того, чтобы читать текст, если оба размещены на той же самой странице.

75% руководителей топ уровня говорят, что смотрят, как минимум раз в неделю, связанный с работой видео ролик онлайн на важных для бизнеса веб-сайтах. (Forbes)

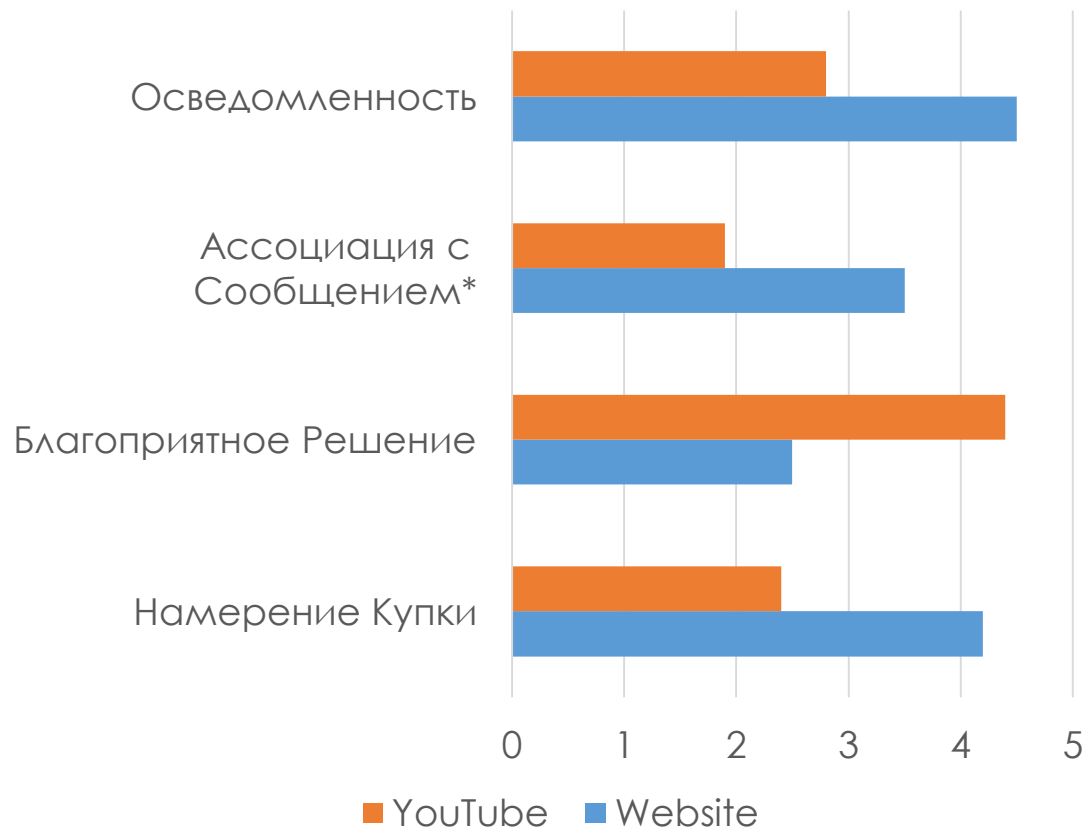
Статистика по Видео Доверие и Лояльность

С июля 2009 до июля 2010 число американских зрителей видео на сайтах по розничной торговле **выросло на 40%**, опережая 17%-й рост числа американских зрителей видео онлайн. 96% всех покупателей в интернете также смотрят видео онлайн. (Comscore, август 2010)

Больше чем **три из пяти потребителей** потратят по крайней мере две минуты своего времени, смотря видео ролик, который рассказывает им о продукте, который они планируют приобрести, а 37% с них будут смотреть еще три ролика по продолжительности каждый и которых больше чем три минуты. (MarketingCharts.com, 2012)

Объявления «Rich media», содержащие **видео увеличивает покупательское намерение на 1.16%** и дает больше успеха чем в четыре раза по сравнению с анимационными Flash роликами. В дополнение к увеличению намерения к покупке видео объявления увеличивают лояльность потребителя к бренду. Зрители на 2.30% больше предпочли бренд, когда им показывали объявления «Rich media» с видео, чем когда простая Flash анимация, которая дала всего лишь крошечные 0.15% прироста. (DoubleClick, The Brand Value of Rich Media Ads, июнь 2009)

Статистика по Видео Доверие и Лояльность



Видеостримы на веб-сайтах компаний, имеют тенденцию повышать намерение купить и предпочтение к выбору этих брендов. Но с другой стороны, YouTube и социальные ресурсы помогают с осведомленностью и ассоциацией с сообщением.

**Мера того, как хорошо таргитированная аудитория в состоянии вспомнить определенную передачу сообщений из рекламной кампании.*

Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com

Видео Увеличивает Конверсию

Просмотр видео онлайн влияет на 90% решений потребительской покупки.

Видео о продукте играет ключевую роль в потребительских решениях о покупке

Посетители, которые смотрят видео о продукте, **на 85% более вероятно купят** его, чем посетители, которые не смотрели. (Internet Retailer, апрель 2010)

Посетители розничных интернет магазинов, которые смотрят видео и смотрят его две минуты и больше в среднем на 64% более вероятно, купят продукт, чем другие посетители сайта. (Comscore, август 2010)

Было доказано, что видео могут увеличить число щелчков на бизнес-профайл **больше чем на 30%, деловых звонков на 18%, посещений веб-сайта на 55%, уровня покупки товара на 24%**, (PRWeb).

Статистика по Видео Конверсия

Zappos сообщает, что с 6% смог увеличить продажи своих продуктов до 30% с помощью видео.
(ReelSEO, декабрь 2009)

Интернет магазины с видео **увеличивают конверсию на 30% и средний чек повышается на 13%.**
(L2 Specialty Retail Report, сентябрь 2010)

Статистика по Видео Конверсия

Интернет-магазин, livingdirect.com, нашел, что видео повысили конверсию, а также увеличили время пребывания посетителя на сайте на 9%. (Internet Retailer, октябрь 2010)

В испытаниях разных продавцов, таких как Archie McPhee (mcphee.com) увидели **увеличение конверсии в среднем на 30%**, с диапазоном от 12% до 115%.
(Practical Ecommerce, ноябрь 2008)

Shoeline.com увидела **44%-е увеличение конверсии продаж онлайн при помощи видео**, которое демонстрировало их товары. “С такими положительными результатами на существующих видео, мы поставили цель, что прямо сейчас будем добавлять видео ко всем нашим продуктам”, говорит Франк Мэлсбенден, VP и GM Vision Retailing Inc., компания-учредитель Shoeline.com. (Internet Retailer, январь 2009)

Видео Онлайн Уменьшает Возврат Товара и Затраты на Обслуживание

Видео уменьшает возврат товара и объем звонков в сервисную службу.

Статистика по Видео Затраты на Обслуживание

Dell сообщает, что видео **уменьшает количество телефонных сервисных звонков на 5%**. Virgin Mobile ожидает, что видео уменьшит объемы телефонных звонков на 14% в 2011. (The Australian, декабрь 2010)

Канал Discovery увеличил видео потоки на 123%, всего-навсего внедрив видео карту сайта. (Discovery Digital Media, 2010)

Ice.com нашел, что **зрители, которые приняли решение смотреть видео, создавали конверсию в 400%-м увеличении** по сравнению с теми, кто не смотрел. Ice.com также заметило, что видео **уменьшает возврат товара на 25%**. (Internet Retailer, декабрь 2009)

Видео Соединяет Онлайн и Офлайн Вместе

Мобильная коммерция достигнет
\$119 миллиардов к 2015 (MobiThinking)

Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com

Статистика по Видео Онлайн и Офлайн

В квартале 2012г. **45.9% американских онлайн покупателей** исследовали продукты в магазине перед тем как купить их онлайн. (eMarketer, 2012)

Видео трафик в мобильных сетях повысился на 10 процентных точек за год и - теперь **50% трафика приходится на беспроводные сети**. (ByteMobile, 2012)

В феврале 2012г. Смартфоны равнялись **почти половине (49.7%) американского рынка мобильной связи**. Это - 38%-е увеличение с февраля 2011. Пользователи смартфонов все более и более употребляют видео продукты, как часть их многоканального опыта в шоппинге, 49% владельцев смартфонов смотрят по крайней мере один видеоролик продукта за три месяца. (E-Commerce Times, 2012)

Статистика по Видео Онлайн и Офлайн

Более чем **40% владельцев планшетов используют его вне дома**. Пользователи планшетов предпочитают планшеты вместо ПК для просмотра видео (67%) и интернет покупок (52%). (Online Publishing Association, 2011)

В конце 2010 было почти **25 миллионов зрителей мобильного видео**, это на 40% больше в сравнении с предыдущим годом, **77% от всех зрителей мобильного видео** начали смотреть больше видеороликов, чем год тому назад. (eMarketer, 2010)

93% пользователей смартфонов используют свои устройства дома, и **почти 50% пользователей** смотрят видеофильмы на своих смартфонах. 90% смартфонов получают результат в действии, то есть покупка товара или как найти магазин в городе. (Блог Google, апрель 2011)

Статистика по Видео Онлайн и Офлайн

В первом квартале 2011, **сканирование QR кодов через мобильное устройство увеличилось на 181%** по сравнению за предыдущий квартал у американских пользователей смартфонов. (eMarketer, май 2011)

Большинство сканов кодовых QR имеют доступ к информации о продукте, и **25% сканов кодовых QR** предоставляют собой доступ к видео контенту. (Loyalty360, 2011)

Недавний обзор Cisco американских и британских **потребителей рассказывает, что покупатели предпочитают исследовать продукты онлайн до того как сделают покупку в магазине**, и они рекомендуют делать видео доступным по содержанию. (Internet Retailer, январь 2011)

Фирма по созданию упаковок для потребителей, Reckitt Benckiser (rb.com) выяснила, что видео онлайн обеспечило ей 6%-е увеличение продаж в магазине. (Reckitt Benckiser / Nielsen, май 2010)

Видео Стимулирует Эффективный Маркетинг

*Видео увеличивает переход по E-mail письму в **2х-3х** (Forrester)*

Статистика по Видео Эффективный Маркетинг

Видео в email маркетинге, как показывают исследования увеличивает соотношения кликов к показам **более чем на 96%**. (Implex Email Marketing Trends)

В тестах, провайдер маркетинговой автоматизации Eloqua нашел, что видео во вводном письме части почтовой кампании приводит к **75%-му сокращению** отписавшихся подписчиков. (Eloqua, 2010)

Когда маркетологи использовали слово “видео” в почтовой строке темы, **открытые письма повышалось от 7% до 13%** (Experian 2012 Digital Marketer: Benchmark and Trend Report)

Недавнее исследование Forrester показали, что **видео увеличивает переход с письма на целевую страницу в соотношение кликов к показам в 2х-3х**. (Forrester, 2010)

В одной кампании видео, что вставлялось в электронное письмо кампания стимулировала на **51% увеличение преобразования подписчиков в продажи**. (Blue Sky Factory Webinar, 2010)

Компании Внедряют Онлайн Видео

*Расходы бизнеса на видео достигнут **\$8.3 миллиардов к 2015**
(Interactive Media Strategies)*

Статистика по Видео Бизнес-стратегия

eTailing Group нашла, что 73% интернет-магазинов использовали видео на страницах продуктов в 2010, от 55% в 2009 и только 20% в 2005. 74% из лучших 50 ретейлеров использовали видео о продукте, 40% использовали видео категории, и 38% использовали другие типы информационных видео. (eMarketer, февраль 2011)

Число маркетологов планирующих использовать видео в своих почтовых кампаниях **увеличилось 5х** за прошлый год. (Обзор тенденций Implex 2010 Почтового маркетинга)

1.4 миллиарда долларов были потрачены рекламодателями на видео в 2010.

Согласно обзору Content Marketing Institute, **50% изготовителей различных товаров** сообщили, что имеют свой канал на YouTube для построения бренда и создания непосредственной связи со своим потребителем. (Industrial Marketing Today, 2011)

Статистика по Видео Бизнес-стратегия

Видео и другие мультимедийные опции просмотра продукта были оценены как более эффективные, чем какие-либо другие взаимодействия на сайте Adobe. (Adobe, май 2011)

Лидирующие интернет-магазины добавили видео на свои сайты в 2009, чтобы увеличить онлайн продажи. PetsUnited, владелец 10 сайтов электронной коммерции, увидел **50%-й скачок в продажах**, после того как покупатели перед покупкой смотрели видео о продукте. (eMarketer, январь 2009)

Успех использования видео в электронной коммерции может быть измерен. Коэффициент конверсии, уровень отказов, увеличения трафика, и является ключом к успеху. (Practical Ecommerce, март 2010)

Статистика по Видео Бизнес-стратегия

Ведущий аналитик eMarketer Джеффри Грау характеризует преимущество видео как "...более низкое число не оплаченных корзин с товаром, уменьшение темпов возвратов и повышения уровня продаж". (eMarketer, январь 2009)

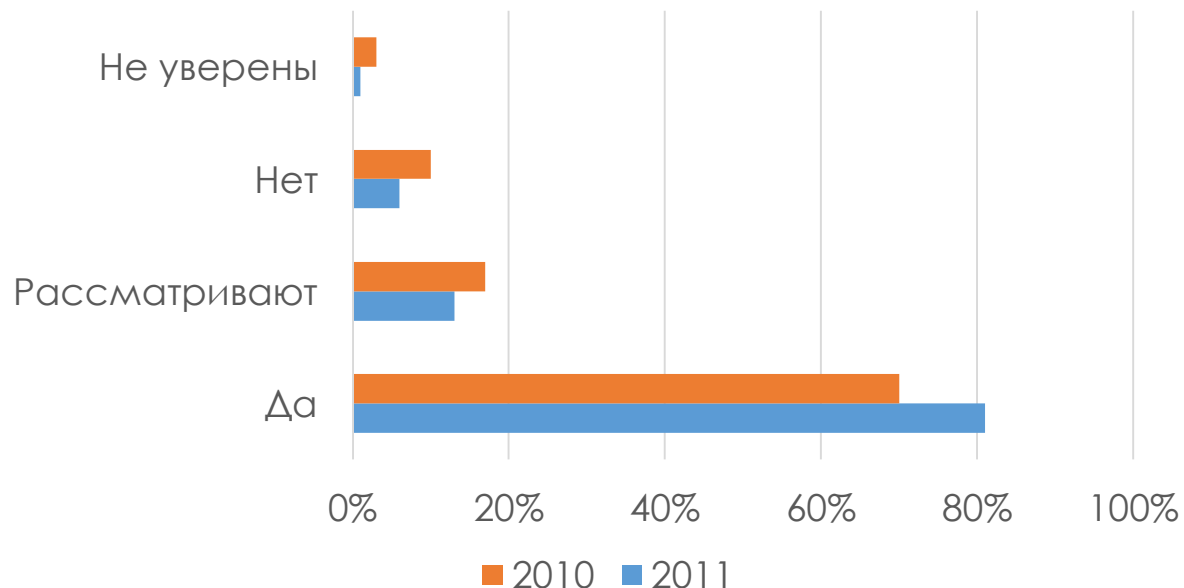
Поисковая оптимизация (SEO) и видео онлайн были двумя высшими приоритетами для интернет-магазинов в 2009. У онлайн покупателей, которые смотрели видео, был более больший средний чек, чем те, кто просмотрел обычные традиционные объявления, такие как Flash мультипликации. (Internet Retailer, январь 2009)

Маркетологи в Соединенных Штатах, как ожидается по прогнозам, потратят \$2.16 миллиарда на видео объявления в 2011, это на 52.1% больше (\$1.42 миллиардов в прошлом году). (Internet Retailer, июнь 2011)

68% из 50 интернет-ритейлеров используют видео контент на своих веб-сайтах. (Internet Retailer, июль 2010)

По крайней мере 73% маркетологов планируют увеличить их использование YouTube/видео, блогов, Facebook и Твиттера (Social Media Examiner)

Вы когда-либо использовали видео
онлайн в своей маркетинговой
деятельности?
2010 против 2011



Статистика по Видео Бизнес-стратегия

Большинство компаний теперь используют определенную форму онлайн видео в своих маркетинговых стратегиях.

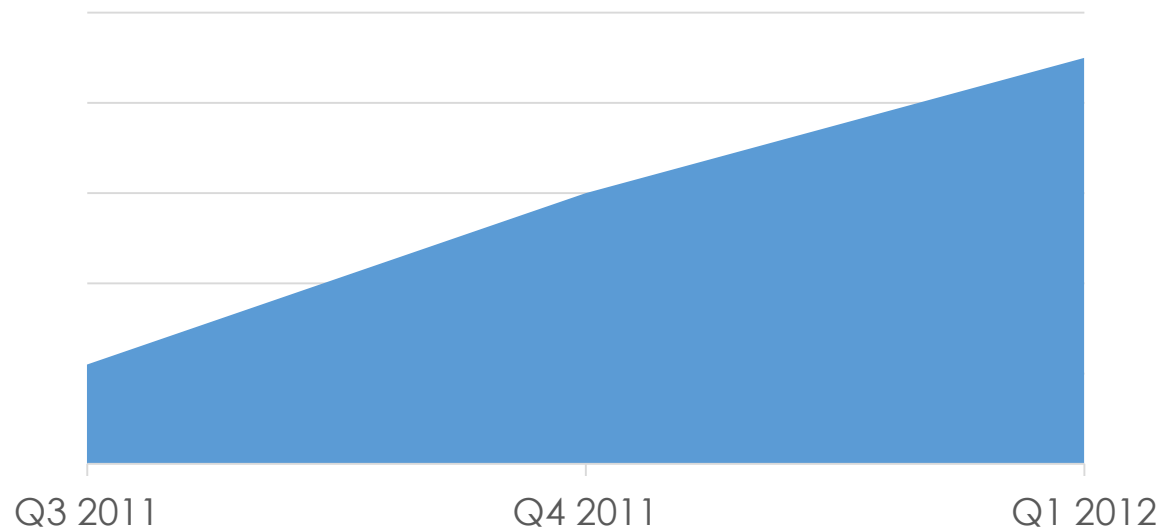
Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

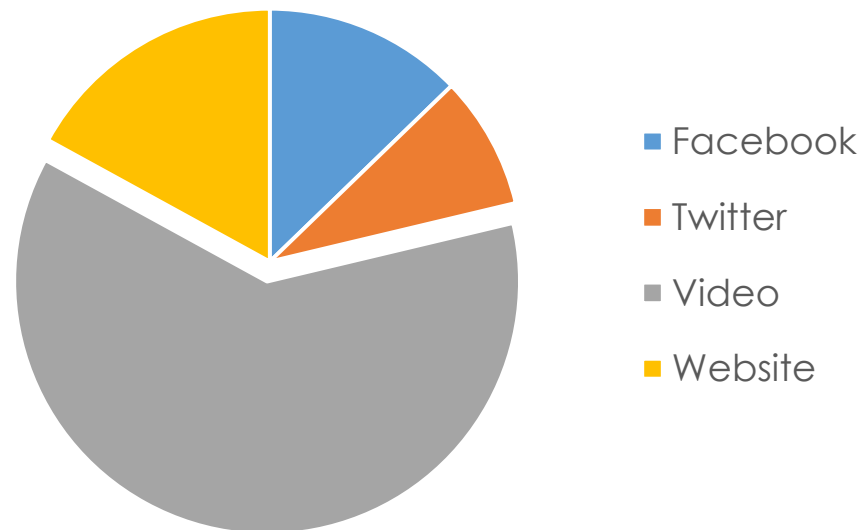
www.FantasticImago.com

Статистика по Видео Бизнес-стратегия

Маркетинговое изменение расходов
компаний (в \$)



Показатели маркетинга за 2012



Компании увеличивают свои расходы на маркетинг. Видео и веб-сайты объединяются в маркетинге для того, чтобы дать более четкую картину о том, что будут делать люди и куда зайдут в интернете, чтобы принять решение о покупке.

Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com

Статистика по Видео Бизнес-стратегия

Facebook может быть популярной платформой, чтобы разделить видео, фактические расходы идут к видео маркетингу онлайн



Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com

Дифференцируйте свою компанию с Помощью HD Видео

Если Вы уже не рассказываете свою историю через онлайн видео, то Вы пропускаете возможность говорить с большой и заинтересованной аудиторией, улучшите свою поисковую выдачу в онлайн видео ресурсах, генерируйте , ведет, создавайте авторитетность, увеличивайте потребительское доверие и управляйте продажами.

Наши контакты:

г. Киев, Украина

тел. +38 (044) 384 05 45

email: info@fantasticimago.com

Fantastic Imago

Создание видеорекламы, промороликов,
музыкальных клипов и видеоуроков

www.FantasticImago.com