

マーケティング

動画はこの数十年間、マーケティングにおいて重要な位置を占めてきました。しかし、データ駆動型の意思決定やコンテンツマーケティングへの転換期である今、マーケターはさらに動画に力を入れるようになりました。

顧客のライフサイクルを反映した動画

動画はファネルの全段階で重要な役割を果たします。動画広告や動画ブログで認知度を高め、動画デモンストレーションやウェビナーで顧客に情報を与え、動画によるケーススタディを通して対話を確実にし、詳しいハウツーやベストプラクティス、その他のナーチャリングキャンペーンによって信用を維持しましょう。

チャンネル・プラットフォーム間でメッセージを統一する

動画の配信方法が、テレビ、デジタル、ソーシャルなど、ますます広がっていくにつれ、配信内容の一貫性を確保するために、動画を一元的に管理し、簡単に配信できる方法が必要とされるようになってきました。どんな端末でもきれいに再生されるよう、必ずアダプティブ・ビットレートを 사용하여動画を配信しましょう。

より魅力的でインタラクティブな動画で対話を促す

動画を受け身で見る時代は終わりました。視聴者側で操作できるスライド付きのウェブキャストや、CTA（コールトゥアクション）機能が直接組み込まれた動画などのツールを最大限活用して、視聴者を惹きつけましょう。

動画をマーケティングオートメーションシステムと統合する

Eloquaなどのマーケティングオートメーションシステム、DrupalやWordPressなどのウェブサイトプラットフォーム、あるいはMicrosoft SharePointなどのソーシャルビジネスプラットフォームといった他のマーケティングツールに動画を統合すれば、動画キャンペーンをもっと簡単にまとめられるようになります。

社内の素材を再利用する

優れた映像はどこからでも入手できます。信憑性が重視される今日、貴社の顧客や従業員によるユーザー生成コンテンツは素晴らしい素材になります。しかし、確実に最高のコンテンツを見つけ、他のコンテンツはふるいにかけられるよう、バックエンドストラクチャを備えることが大切です。

営業部門との共有

営業部門へと簡単にアクセスできるようにすることで、マーケティング資料がより効果的になるようにしましょう。ソーシャルインタラクションによって、現場からの迅速なフィードバックを得て、常に訴求内容に磨きをかけていきましょう。



動画構造を組み立てるために、より詳しい情報をお探しですか？

+1-800-871-5224から当社にご連絡いただくか、またはこのフォーム<http://corp.kaltura.com/company/contact-us>にご記入ください。