

Chiến lược Video Marketing

BÁO CÁO TỔNG KẾT ĐIỀU TRA

Chiến lược Video Marketing Báo Cáo Tổng Kết Điều Tra

Ascend2 tuyển tập khảo sát hàng tháng, hợp tác thực hiện cùng các nhà cung cấp giải pháp marketing hàng đầu



Tài liệu này đã được cấp phép theo Giấy phép phi thương mại Creative Commons Attribution-NonCommercial 3.0 Unported License.

Bạn có thể phỏng sửa, sao chép, phân phối và phát tán tài liệu này. Tuy nhiên, bạn phải ghi rõ tác giả là Ascend2 và các Đối tác Nghiên cứu của nó mà không được theo cách gợi ra rằng các tác giả đồng ý với bạn hay phê chuẩn việc bạn sử dụng tài liệu này.

Khi chia sẻ nội dung, hãy cung cấp đường link dẫn trở lại www.Ascend2.com/home/latest-report/

MỤC LỤC

Tối ưu hóa hiệu quả video marketing	4
Các mục tiêu quan trọng nhất	5
Đạt được các mục tiêu quan trọng	6
Những chương ngại lớn nhất	7
Hiệu quả của video theo thể loại	8
Độ hiệu quả đang biến đổi như thế nào	9
Khó khăn khi sản xuất video theo thể loại	10
Tài nguyên được dùng để sản xuất video	11
Hiệu quả với khó khăn	12
Tận dụng công nghệ trong video marketing	13
Vốn đầu tư đang thay đổi như nào	14
Phương pháp điều tra và nhân khẩu	15
Về Ascend2	16

TỐI ƯU HÓA HIỆU QUẢ VIDEO MARKETING

Video đang chứng tỏ mình là một trong những loại nội dung hiệu quả nhất đang được các nhà tiếp thị dùng để thực hiện thành công những mục tiêu của họ. Tuy nhiên, những chướng ngại khó khăn tiếp tục kìm hãm hoạt động hiệu quả của video marketing.

Những chiến lược nào sẽ khắc phục các chướng ngại này và tối ưu hóa hiệu quả video marketing?

Để tìm hiểu, Ascend2 và các Đối tác Nghiên cứu của chúng tôi đã tiến hành Điều tra Chiến lược tiếp thị video (Video Marketing Strategy Survey) và hoàn tất các cuộc phỏng vấn với 280 chuyên gia tiếp thị, bán hàng và kinh doanh trên khắp thế giới. Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn đến họ vì đã chia sẻ những cái nhìn sâu sắc quý báu với quý độc giả.

Những biểu đồ trong ấn bản nghiên cứu này có tên là *Báo cáo tổng kết điều tra về Chiến lược Video Marketing* đại biểu cho trung bình mọi phân khúc thị trường tương ứng với cuộc điều tra. Những phân khúc thị trường cụ thể từ cuộc điều tra này được báo cáo tách riêng và độc quyền bởi các Đối tác Nghiên cứu của chúng tôi.

Khảo sát này được tạo ra để cho quý độc giả áp dụng. Vận dụng vào trong các tài liệu hoạch định chiến lược marketing và thuyết trình của riêng bạn. Ghim những biểu đồ này và viết bài về chúng trong blog của bạn hay đăng chúng lên trên truyền thông xã hội. Khi chia sẻ xin hãy dẫn nguồn nghiên cứu này.

Sergio Balegno

Đối tác/ CEO

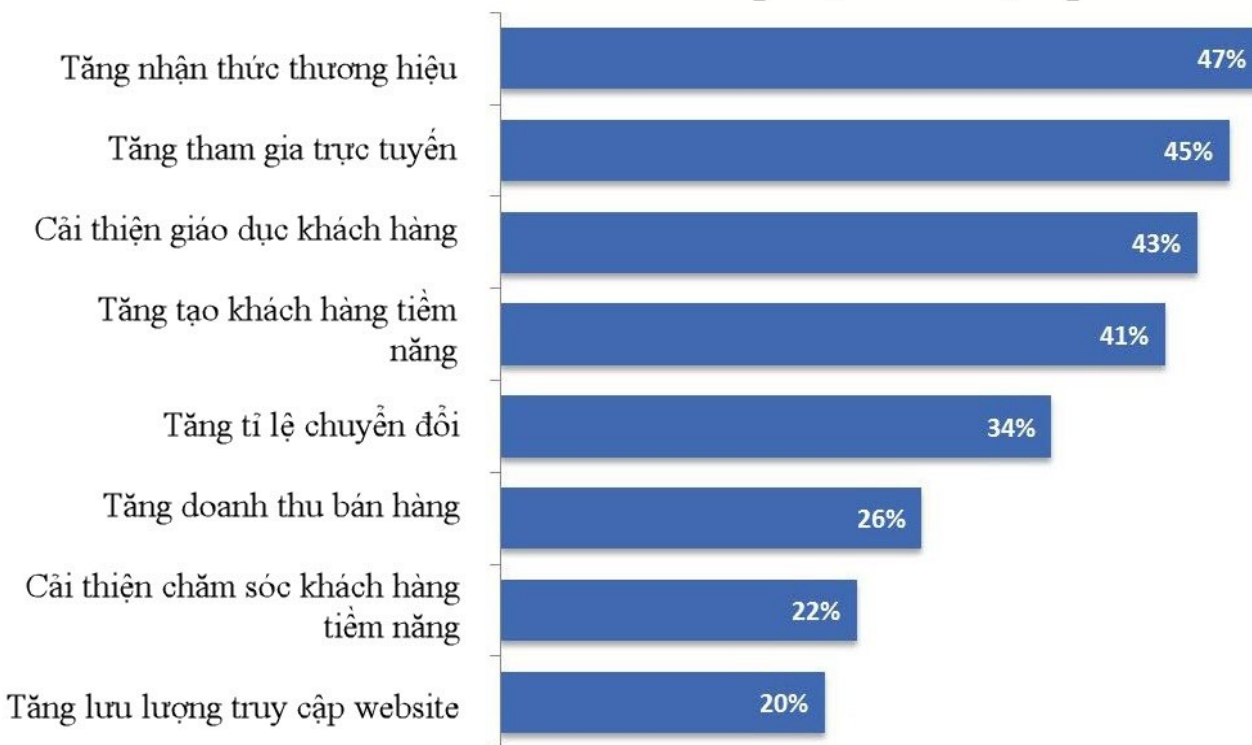
Ascend2

Tạo nhu cầu căn cứ nghiên cứu dành cho Nhà cung cấp giải pháp marketing

CÁC MỤC TIÊU QUAN TRỌNG NHẤT

Video là một công cụ truyền thông cực kỳ hiệu quả để lôi cuốn và giáo dục khách hàng, cũng như là để gia tăng nhận thức thương hiệu – những mục tiêu hàng đầu của một chiến lược video marketing hiệu quả. Đạt được những mục tiêu này sẽ đặt ra nền tảng cơ sở để tăng số lượng khách hàng tiềm năng và tỉ lệ chuyển đổi.

NHỮNG MỤC TIÊU nào là QUAN TRỌNG NHẤT trong một chiến lược tiếp thị video hiệu quả?

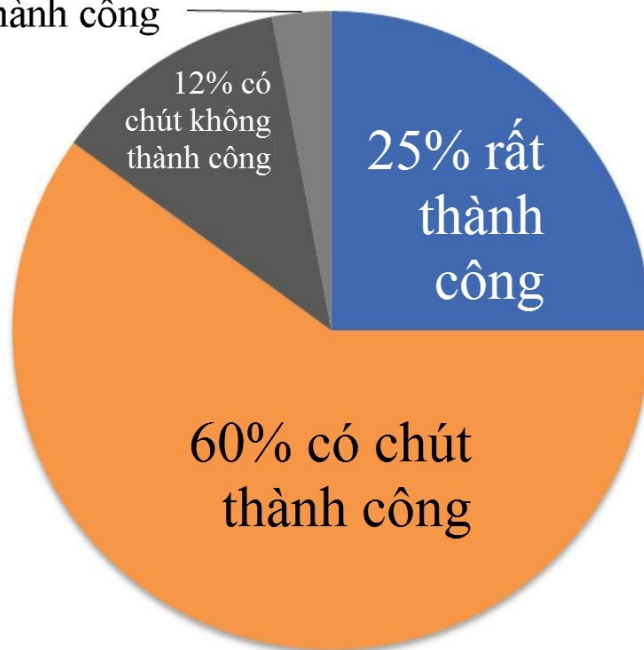


ĐẠT ĐƯỢC CÁC MỤC TIÊU QUAN TRỌNG

25 % số công ty đánh giá video marketing rất thành công trong việc đạt được các mục tiêu quan trọng và 60% đánh giá là có chút thành công. Tổng cộng chỉ 15% đang vật lộn để giành được thành công với video marketing.

Bạn ĐÁNH GIÁ THÀNH CÔNG của video marketing trong việc đạt được các mục tiêu quan trọng như thế nào?

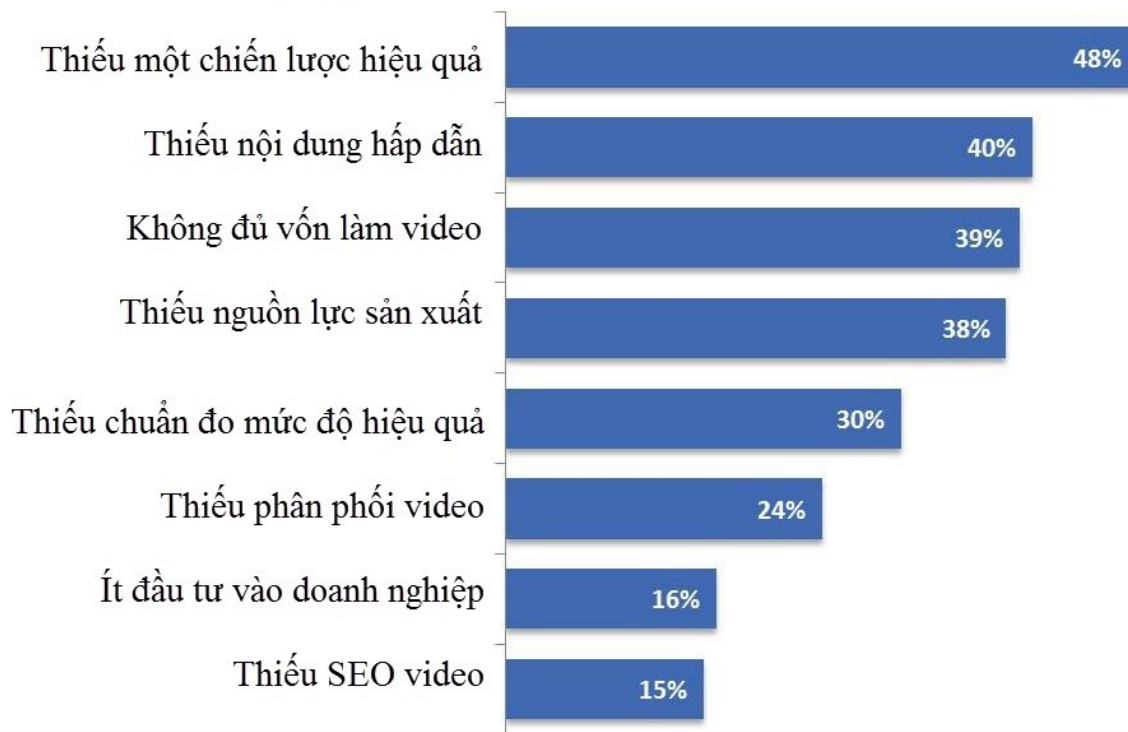
3% rất không thành công



NHỮNG CHƯỚNG NGẠI LỚN NHẤT

Thiếu hụt một chiến lược hiệu quả là chướng ngại lớn nhất trên con đường đi đến video marketing thành công theo như gần một nửa (48%) số công ty được điều tra. Một chiến lược với đủ nguồn lực và vốn đầu tư để sản xuất nội dung hấp dẫn là yếu tố trọng yếu để có được kết quả mỹ mãn.

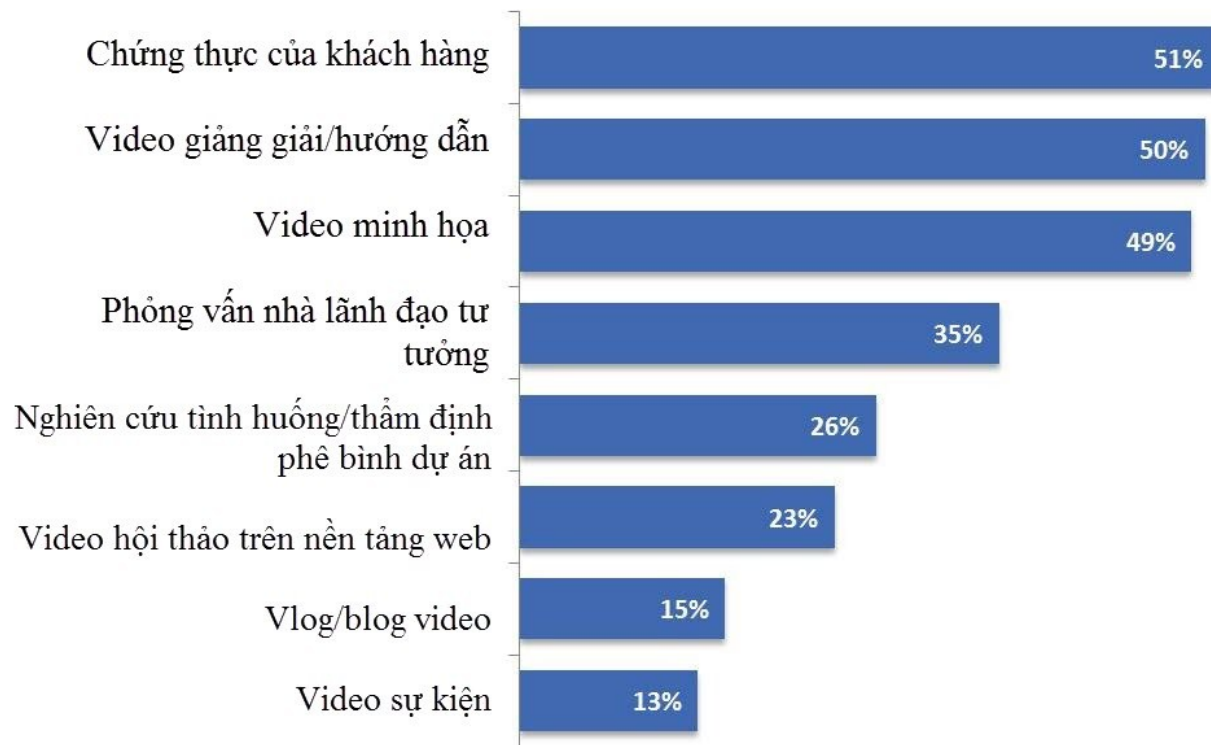
NHỮNG CHƯỚNG NGẠI LỚN NHẤT để thành công với video marketing là gì?



LOẠI NỘI DUNG VIDEO NÀO HIỆU QUẢ NHẤT

Khoảng một nửa số lượng các nhà tiếp thị coi các video chứng thực của khách hàng, giảng giải hay hướng dẫn và các video minh họa là những loại nội dung video hiệu quả nhất đã được dùng. Loại video hiệu quả nhất mà công ty bạn dùng sẽ phụ thuộc vào tình hình và mục tiêu tiếp thị độc nhất của nó.

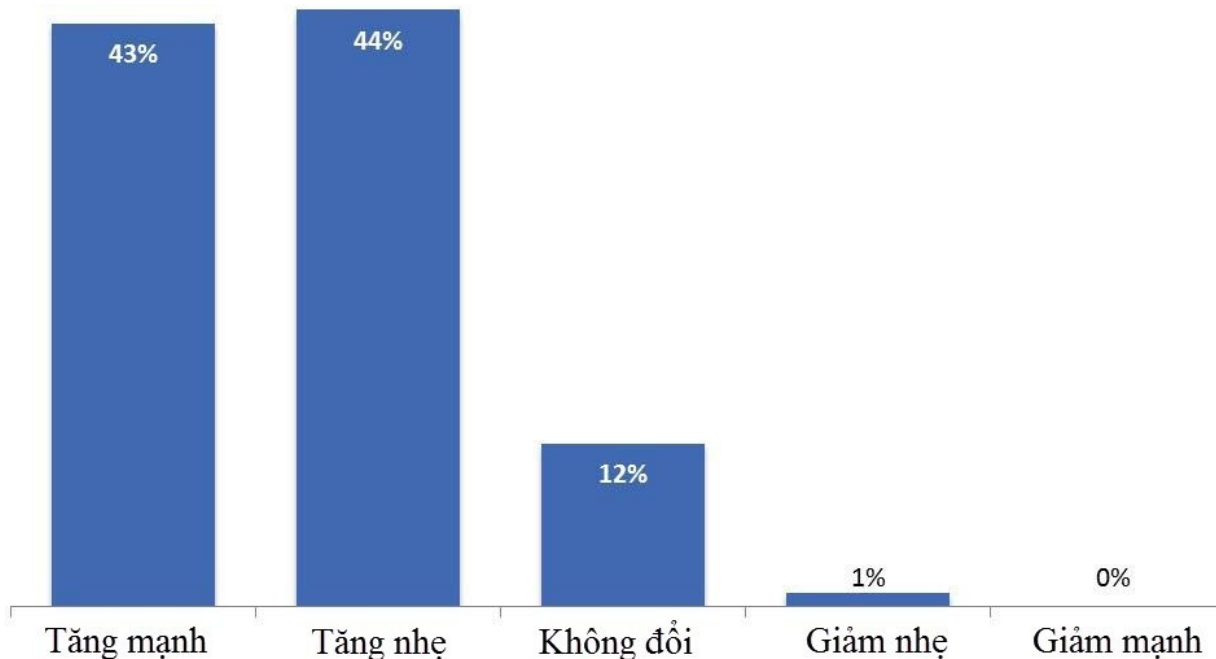
Loại nội dung video nào HIỆU QUẢ NHẤT?



ĐỘ HIỆU QUẢ ĐANG BIẾN ĐỔI NHƯ THẾ NÀO

Độ hiệu quả của video marketing đang tăng ở 87% số công ty, với khoảng một nửa trong số đó cho rằng tăng nhiều! Độ hiệu quả thay đổi như này là đáng kể so với các biện pháp marketing khác và phản ánh tốc độ tăng trưởng nhanh của việc triển khai áp dụng video marketing.

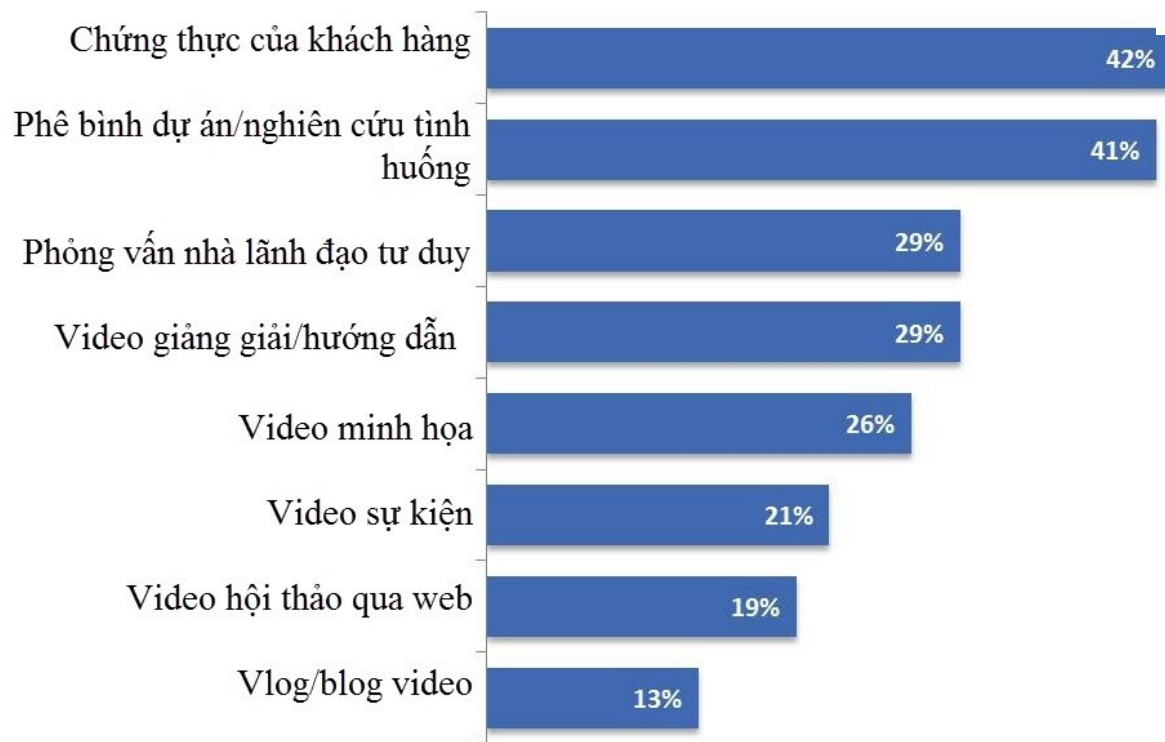
ĐỘ HIỆU QUẢ của video marketing đang BIẾN ĐỔI như thế nào?



KHÓ KHĂN KHI SẢN XUẤT VIDEO THEO THỂ LOẠI

Thiếu nội dung hấp dẫn là khó khăn hàng đầu đối với các nhà tiếp thị video trong nhiều trường hợp là do độ khó bắt buộc để sản xuất được một số loại nội dung. Loại nội dung video khó làm nhất là chứng thực của khách hàng, phê bình dự án hay nghiên cứu tình huống.

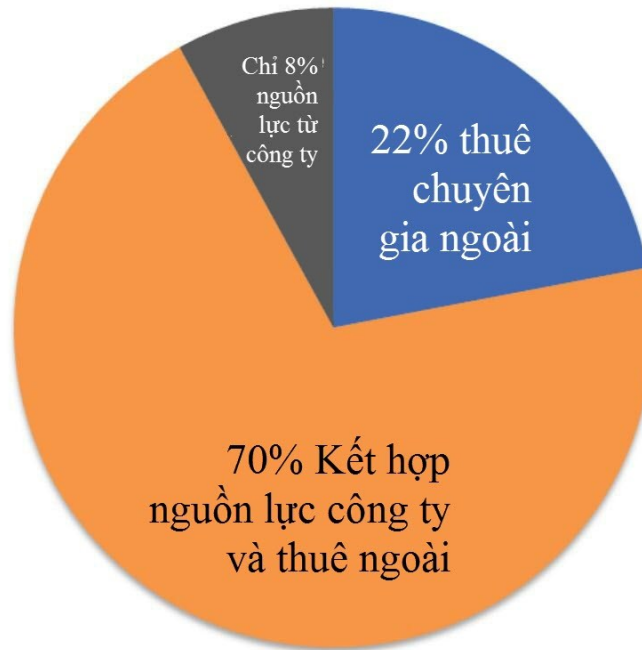
Loại nội dung video nào KHÓ tạo NHẤT?



NGUỒN LỰC DÙNG ĐỂ SẢN XUẤT VIDEO

92% số công ty thuê ngoài toàn bộ hay một phần trong quá trình sản xuất nội dung video của họ cho phép tiếp cận được những kỹ năng và tài nguyên sản xuất không có sẵn trong công ty. Một con số tương đối cao 22% số công ty thuê ngoài mọi sản phẩm nội dung video so 8% tự công ty sản xuất hiệu quả toàn bộ nội dung video.

NGUỒN LỰC nào HIỆU QUẢ NHẤT để sản xuất nội dung tiếp thị video?



HIỆU QUẢ SO VỚI KHÓ KHĂN

Các video giảng giải hay hướng dẫn, và các video minh họa gần như hiệu quả gấp hai lần so với mức độ khó khăn khi sản xuất. Ngược lại, những video phê bình dự án hay nghiên cứu tình huống thì khó sản xuất hơn nhiều so với mức độ hiệu quả của chúng. Đây là những cân nhắc quan trọng khi hoạch định loại video nên dùng.

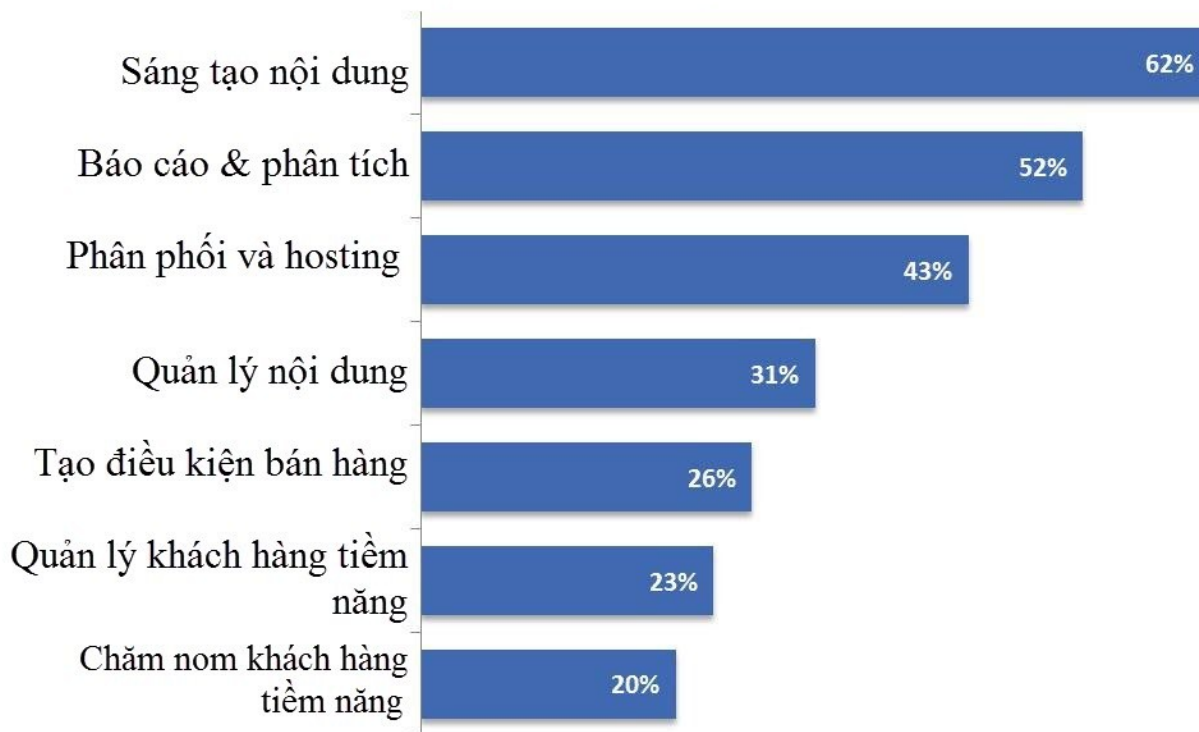
Loại nội dung video hiệu quả nhất với loại khó xuất nhất.



TẬN DỤNG CÔNG NGHỆ TRONG VIDEO MARKETING

Hoạch định ra một chiến lược video hiệu quả bao gồm tận dụng tối đa công nghệ. Trong khi cần phải sử dụng công nghệ để sản xuất nội dung, thì báo cáo và phân tích là tùy chọn nhưng cho phép giải trình về hiệu quả cuối cùng của các hoạt động tiếp thị video.

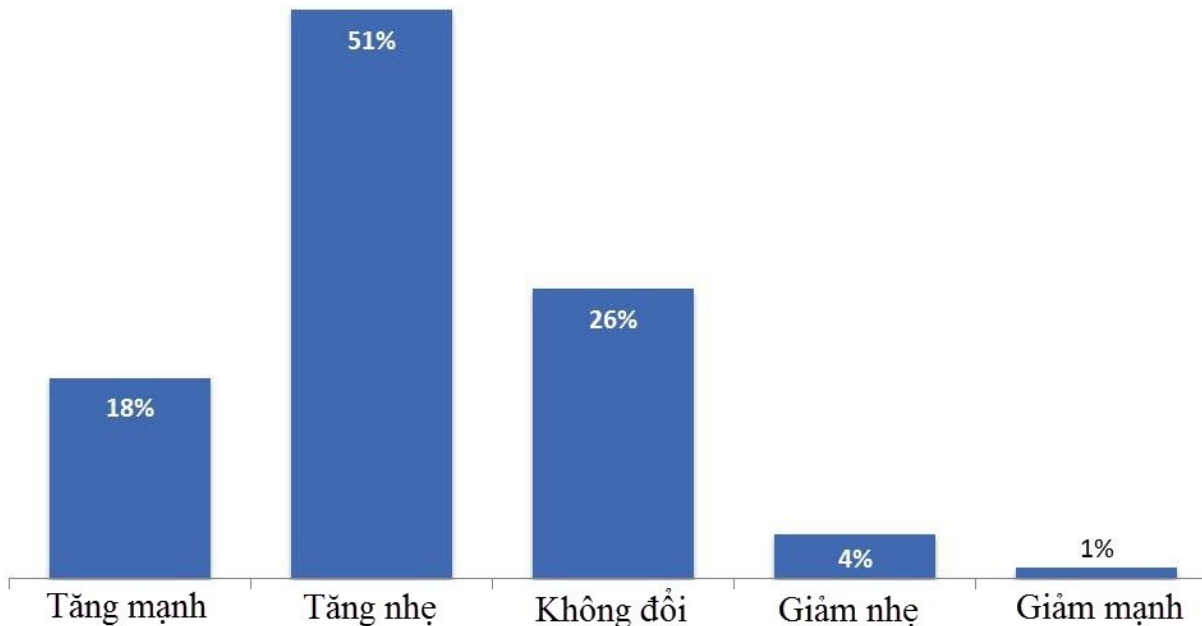
MỤC ĐÍCH SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ nào là QUAN TRỌNG NHẤT trong video marketing?



VỐN ĐẦU TƯ THAY ĐỔI THẾ NÀO

Như đã trình bày ở trước, độ hiệu quả đang tăng mạnh ở số lượng lớn công ty (43%). Tuy nhiên, một phần vốn đầu tư nhỏ hơn nhiều (18%) đang tăng mạnh. Xu hướng này chứng tỏ rằng vốn đầu tư không phải là yếu tố chính để tối ưu hóa hiệu quả hoạt động tiếp thị video.

VỐN ĐẦU TƯ cho video marketing đang THAY ĐỔI như thế nào?



PHƯƠNG PHÁP ĐIỀU TRA VÀ NHÂN KHẨU

Ascend2 lấy tiêu chí chuẩn để đánh giá hiệu quả các chiến lược và thực tiễn marketing kỹ thuật số phổ biến thông qua dùng một bảng câu hỏi chuẩn hóa, phương pháp nghiên cứu và định dạng độc quyền Điều-tra-trong-3-phút (3-Minute Survey). Kết quả được khảo sát đánh giá trong bối cảnh định lượng bởi các nhà phân tích có kinh nghiệm và được báo cáo khách quan.

Cuộc điều tra này được tiến hành trực tuyến từ một nhóm người gồm hơn 50.000 chuyên gia tiếp thị, bán hàng và kinh doanh của Mỹ cùng với quốc tế, đại biểu cho phạm vi tư cách nhân khẩu, kênh và quy mô công ty như sau:

Số nhân viên

Trên 500	36%
50 đến 500	18%
Dưới 50	46%

Cương vị trong Công ty

CEO / COO / CMO / CSO ...	30%
PCT/Giám đốc/Trưởng phòng Marketing	47%
PCT/Giám đốc/Trưởng phòng Kinh doanh	4%
Nhân viên tiếp thị hoặc bán hàng	12%
Khác	7%

Kênh Tiếp thị/Bán hàng chính

B2B (Doanh nghiệp đến doanh nghiệp)	78%
B2C (Doanh nghiệp đến khách hàng)	22%

VỀ ASCEND2



Tạo nhu cầu căn cứ nghiên cứu dành cho các nhà cung cấp giải pháp marketing

Nếu các chuyên gia marketing là khách hàng tiềm năng lý tưởng của bạn, chúng tôi có thể giúp bạn tìm được nhiều khách hơn. Các công ty giải pháp dữ liệu và phần mềm marketing, các hãng marketing kỹ thuật số hợp tác với Ascend2 để đảm bảo tạo ra nhu cầu và bổ sung nội dung marketing cho các doanh nghiệp của họ. Các Chương trình Đối tác Nghiên cứu của chúng tôi minh bạch – tập trung cao độ vào thương hiệu của bạn cũng như là những lợi ích trong thị trường của bạn.

Tìm hiểu thêm tại www.Ascend2.com

ASCEND2 TẠO NHU CẦU CĂN CỨ NGHIÊN CỨU

Chương trình Đối tác Nghiên cứu cung cấp các báo cáo nhãn trắng và số lượng khách hàng tiềm năng đảm bảo theo hai bước đơn giản:

1. Chọn chủ đề bạn quan tâm cho thị trường mục tiêu

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| • Content Marketing | • Tối ưu hóa Website |
| • Email Marketing | • Inbound Marketing |
| • Video Marketing | • Tìm kiếm trả tiền (PPC) |
| • Tìm kiếm tự nhiên (SEO) | • Tạo khách tiềm năng |
| • Tự động hóa Marketing | • Chiến lược truyền thông XH |
| • Tăng danh sách Email | • CSDL Marketing |



2. Chọn một phân khúc nghiên cứu duy nhất cho mỗi chủ đề marketing

- Chuẩn đánh giá thành công [Dữ liệu nghiên cứu từ phân khúc chương trình thành công]
- Chuẩn đánh giá B2B [Dữ liệu nghiên cứu từ phân khúc doanh nghiệp-tới-doanh nghiệp]
- Chuẩn đánh giá B2C [Dữ liệu nghiên cứu từ phân khúc doanh nghiệp-tới-người tiêu dùng]
- Chuẩn đánh giá doanh nghiệp [Dữ liệu nghiên cứu từ phân khúc công ty lớn]
- Chuẩn đánh giá SMB [Dữ liệu nghiên cứu từ phân khúc doanh nghiệp vừa và nhỏ]
- Chuẩn đánh giá hãng marketing [Dữ liệu nghiên cứu từ phân khúc hãng marketing]
- Chuẩn đánh giá lãnh đạo [Dữ liệu nghiên cứu từ phân khúc lãnh đạo marketing]
- Các chuẩn đánh giá khác [Dữ liệu nghiên cứu độc nhất từ một chủ đề cụ thể khi có sẵn]