



WEBINAARI

Videot



VIDEO: sisältö

- Videot mainoksissa
 - Miksi käyttää videota mainoksissa?
 - Fun facts
 - Toimivia esimerkkejä mainoksissa
- Käytännön vinkkejä
 - Mitä huomioida videota ottaessasi
 - Hyödyllisiä sovelluksia
 - Esimerkkivideoita
- Videoeditorit (ohjevideot)
 - PC, Mac, iOS, Android

VIDEOT & MAINOSTUS

Miksi käyttää videoita somessa?

- Videoiden rooli markkinoinnissa kasvaa koko ajan, ja laskua sen suosiolle ei ole näkyvissä. Video saa 41% enemmän klikkauksia, kuin pelkkä teksti.
- Myös some-palvelut suosivat videosisältöä kuvasisältöön.
- Kiinnittää paremmin ihanneasiakkaasi huomion, koska henkilö samaistuu siihen paremmin videon nähtyään. On omiaan tunteiden ja fiiliksen välittämiseen.
- Koska videosisältö jää paremmin mieleen, tarvitset vähemmän toistokertoja brändisi tunnettuuden kasvattamiselle.

Tilastoja

- Päivittäin YouTubessa katsotaan **5 miljardia videota**.
- Videopäivitys saa **1200% enemmän jakoja**, kuin kuvapäivitys.
- Video landing pagella kasvattaa konversioita **80%**.
- Online-käyttäjän keskittyminen videota kohtaan on lyhyt (**8,5 sekuntia**).
- **20%** käyttäjistä lopettaa videon katsomisen ensimmäisen 10 sekunnin aikana
- **4/5 asiakkaista** haluaisi mielummin katsoa tuotteesta esittelyvideon, kuin lukea siitä.
- Videoita hyödyntävien yritysten tuottavuus & markkina-arvo kasvaa **49% nopeammin**, kuin niitä käyttämättömien yritysten.

Mistä teemoista tehdä videoita?

- **Ohjevideo** (tuomarien merkit, poikkeussäännöt)
- **Asiakaspalautevideo** (testimoniaali)
- **Haastattelu** (pelaaja, juniori, kumppani)
- **Videosarja tietystä teemasta** (kikkavideot)
- **Mainosvideo** (Pesiskoulu, talkoolaiseksi)
- **Ottelukooste** (parhaat palat)
- **Fiilisvideo ennen kotiottelua** (vauhtia, suorituksia, yleisöä, tunnelmaa, tekemistä)
- **Kumppanivideo** (vierailu kumppanin luona tai päinvastoin)

Ennen videon kuvaamista...

- Pohdi tarvitseeko tilanteesta kuvata vaaka- vai pystyvideota (vai molempia).
- Hahmottele pieni käsikirjoitus videollesi, niin tiedät etukäteen millaista materiaalia tarvitset.
- Katso muiden urheilulajien ja -seurojen videoita & hae sieltä inspiraatiota omaan tekemiseesi.
- Päätä ja tunne kohderyhmäsi ja suunnittele sisältö sen mukaisesti (mikä somealusta, millä laitteella, kylmä vai kuuma eli kuinka hyvin tuntee brändisi?)

Älä unohda näitä!

- Sommittelu. Mitä taustalla tapahtuu?
- Ei zoomailua, sen käyttö huonontaa kuvalaattaa. Kuvaa ennemmin yksittäisiä otoksia ja yksityiskohtia läheltä ja kauempaa.
- Kun käännät kameraa, tee se todella rauhallisesti (jalusta on hyvä apuri!)
- Tämän päivän puhelimet riittävät oikein hyvin videokuvaamiseen, eli videokamera ei todellakaan ole pakollinen
- Huomioi valonlähde (varjot).
- Markkinointivideon ei tulisi olla 30 sekuntia pidempi. Muissa videoissa keston tulisi maksimissaan olla 60 sekuntia.



CTA

Call-to-action eli
toimintakehoitus

- Älä unohda lisätä CTA-kehoituksia videoihisi!
- Jos haluat jonkun vierailevan verkkosivuillasi tai seuraavan sinua somessa, niin kerro siitä heillekin videon lopussa!
- **CTA-vaihtoehtoja/esimerkkejä:**
 - Seuraa / Tykkää sivustasi
 - Jaa ystävilleesi / Kommentoi alle
 - Lue lisää tuotteesta / palvelusta
 - Ilmoittaudu mukaan / Varaa paikkasi
- Lisää CTA-kehoitus myös videon otsikkoon + julkaisutekstiin
- Voit myös lisätä erillisellä ohjelmalla suoria linkkejä videosi sisälle haluamaasi osoitteeseen (Wistia).



Äänetön video

- **85%** Facebook-videoista katsotaan ilman ääntä.
- Tee videostasi sellainen, että se toimii myös äänettömänä.
- Selviääkö videosi tavoite/pointti ilman ääntä, tarvitaanko tekstitystä?
- Muutamia keinoja äänettömän videon optimointiin:
 - Lisää kauniita, värikkäitä grafiikoita
 - Erotu eduksesi heti videon alussa
 - Lisää otsikointeja/tehostetekstejä
 - Lisää tekstitys
 - Esittele toimintaa tekemällä, ei kertomalla



TYÖKALUJA VIDEOIHIN

Videomuokkaus

Muokkaa videoitaasi
koneella ja mobiilissa!

Canva - Yksinkertainen, mutta silti monipuolinen, ei siirtymiä (mobiilissa ja selaimessa).

OpenShot - PC/Mac, maksuton avoimen koodin editori.

iMovie - Macin oma maksuton videoeditori.

InShot - Monipuolisia vaihtoehtoja videoiden muokkaamiseen puhelimellasi (ilmaisversiossa jää vesileima, maksullinen sovellus kertamaksulla 3,19€).

Online Video Cutter - Leikkaa ja rajaa yhtä videota selaimessa ilmaiseksi.



Lisää hyviä ohjelmia

Loom - Kuvaa näyttövideoita (esim. ohje miten ilmoittautua mukaan) tai web-kameran kautta itseäsi.

Wistia - Lisää aktiivisia linkkejä ja CTA-kehoituksia videoihisi & tuunaa upotusvideotasi oman brändisi mukaiseksi (ilmaisessa max 3 upotusvideota).

Wave - Lisää tekstiä videon päälle (ilmaisessa max 5 videota, max 15sek).

YouTube - Lisää tekstitys lataamasi videon päälle, voit ladata videon ulos lisättyäsi tekstityksen.



Musiikki/äänet videoissa

Muista tekijänoikeudet!

- Ilman musiikkia videosi tuntuu keskeneräiseltä tai siltä että jotain yksinkertaisesti puuttuu.
- Mielummin instrumentaalista, ei laulettua.
- Jätä silti osa videon omista äänistä kuuluviin.
- Musiikin tavoitteena on luoda hyvä tunnelma ja antaa kiinnostuneelle asiakkaalle positiivinen tunne toiminnasta.
- Pohdi minkä tyylinen musiikki videosi tunnelmaan sopii: Mysteerinen, hauska, viihdyttävä, dramaattinen, leikkimielinen, menevä, vauhdikas
- **HUOMIOI TEKIJÄNOIKEUDET!** Tekijänoikeusasiat voivat viedä videoistasi kaikki äänet julkaisemassasi some-kanavassa.
- Hae Googlesta “royalty free music”



VINKKEJÄ VIDEOIHIN

- 1) Suosi lyhyitä videoita, panosta videoiden alkuun. Harva katsoo videoita loppuun saakka. Aloitukset ratkaisee, jotta katsoja jatkaa katsomista.

“The more you say, the less people remember.”

2) Lisää videoon aina saateteksti, eli älä postaa vain videota. Kerro mitä videolla on ja miksi se todellakin tulisi katsoa.

3) CTA!!! Asiakkaat saattavat pitää videostasi, mutta jos heillä ei ole tietoa mitä tehdä sen katsottuaan, heität aikaa ja rahaa hukkaan.

4) Lataa video suoraan Facebookiin, älä jaa YouTube-linkkiä (Facebook suosii jos julkaiset heidän oman kanavansa kautta, etkä ohjaa muualle).

5) Luo videosi **tarinan**, älä myynnin ympärille.

6) Ihmiset haluavat näkyä julkaisuissasi, joten tee asiakkaistasi / seuraväestäsi videosi tähtiä.
Kun ihmiset näkevät itsensä videoilla, he todennäköisemmin jakavat sen omille verkostoilleen.

7) SEO. Optimoï videosi lisäämällä **#avainsanoja** videosi kuvaukseen.

8) Seuraa ja analysoi tilastoja. Dokumentoi millaiset videot ovat menestyneet minkäkin kohderyhmän kohdalla.

9) Hyödynnä huumoria videoissasi, älä ole liian tylsä, korrekti ja ennalta-arvattava.

10) Lisää linkki haluamaasi osoitteeseen suoraan videoosi tai vähintään sen kuvaustekstiin.

11) 90% asiakkaista kertoo, että video palvelusta/tuotteesta auttaa heitä ostopäätöksessä. Lisää markkinointivideosi siis ländärillesi tai kotisivuillesi ilmoittautumiskaavakkeen edelle.

12) Lataa videollesi mielenkiintoinen “thumbnail” eli esikatselukuva. Ajattele näitä kuvia eräänlaisina tärkeinä ensivaikutelman luojina!

13) Älä yritä miellyttää kaikkia. Pitäydy yhdessä kohderyhmässä. On parempi tehdä 2-3 videota kohdennetusti, kuin yksi joka ei aiheuta yhtä vahvoja reaktioita vastaanottajissaan.

14) Videosi on valmis! Jaa se nyt eteenpäin & pyydä kollegoitasi ja “vaikuttajia” tekemään samoin!

Checklist: where to put one's videos



☐ Upload to YouTube



☐ Upload to Vimeo



☐ Share on social media:
Facebook, Pinterest,
Twitter, Instagram



☐ Send a video via email
to your subscribers

ESIMERKKEJÄ VIDEOISTA —→