

Nowoczesne technologie marketingowe dla branży restauracyjnej (cz. VIII)

VIDEO marketing

// NA VIDEO MARKETING RESTAURACJI SKŁADA SIĘ WIELE ELEMENTÓW, KTÓRE W ATRAKCYJNY SPOSÓB SĄ W STANIE ZAINTERESOWAĆ NASZYCH OBECNYCH I POTENCJALNYCH KLIENTÓW ORAZ BUDOWAĆ ICH ZAANGAŻOWANIE. ROZWÓJ TECHNOLOGII ORAZ ZMIANY SPOŁECZNE, JAKIE NASTĄPIŁY W OSTATNICH LATACH, WPŁYNYŁY ZNACZĄCO NA TO, W JAKI SPOSÓB KONSUMUJEMY TRADYCYJNE TREŚCI. CORAZ TRUDNIEJ PRZECZYTAĆ NAM DŁUŻSZY TEKST, NIE MAMY CIERPLIWOŚCI DO PRZEGLĄDANIA SERII ZDJĘĆ, ALE Z OGROMNĄ PRZYJEMNOŚCIĄ OGLĄDAMY FILMY WIDEO – NALEŻY TO WYKORZYSTAĆ, PLANUJĄC KAMPANIĘ NASZEJ RESTAURACJI! //

Tekst: Dagmara Plata-Alf

Poszukując inspiracji dla kampanii marketingowych naszej restauracji, powinniśmy szczególną uwagę zwrócić na możliwość promocji przy zastosowaniu formatu wideo. Jeśli jesteś właścicielem restauracji, to najwyższy czas, aby rozpocząć korzystanie z tej formy marketingu.

Oto kilka wskazówek i porad, o których nie powinieneś zapomnieć, aby skutecznie promować restaurację przy użyciu video marketingu:

1. Opowiedz historię swojej restauracji. A przede wszystkim o tym, co zainspirowało cię do jej stworzenia. Filmy, które zawierają autentyczną opowieść o danym miejscu, są zdecydowanie bardziej interesujące dla odbiorców i zwiększają szansę na zwrócenie uwagi na nasze miejsce przez potencjalnych i dotychczasowych klientów.
2. Pamiętaj o tym, że długość ma znaczenie! Staraj się stworzyć stosunkowo krótki film. Zdecydowanie trudniej będzie ci skupić i utrzymać uwagę widzów w przypadku filmu trwającego dłużej niż 2 minuty (ale nigdy nie mów nigdy – klucz to atrakcyjny koncept).
3. Zaprosz swoich klientów do udziału w filmie i poproś ich o opinie! Pamiętaj, że liczy się autentyczność – twoja restauracja zyska na wiarygodności tylko wtedy, gdy będą to



Cooking classes in the heart of Mont Blanc

Link do filmu:



How To Master 5 Basic Cooking Skills – Gordon Ramsay

Link do filmu:



faktyczne oceny bywalców twojej restauracji.

4. Pamiętaj, że jemy oczami! Zwróć szczególną uwagę na prezentację popisowych potraw tak, aby dośownie nikt nie był w stanie im się oprzeć.

5. Masz niski budżet i myślisz, że video marketing nie jest dla ciebie? Nic bardziej mylnego – video marketing to nie tylko kosztowne, profesjonalne realizacje, ale pasja i autentyczność. Zaprosz swoich klientów do dzielenia się contentem wideo,



Link do filmu:



How To Master 5 Basic Cooking Skills – Gordon Ramsay

dystrybuuj angażujące filmy w mediach społecznościowych i zwiększaj tym sposobem zaangażowanie klientów.

TRENDY W VIDEO MARKETINGU

Film zdecydowanie jest tym medium, które przyciąga uwagę i wzbogaca doświadczenie klienta. Staje się też bardziej skutecznym sposobem dotarcia do naszych klientów niż treści prezentowane w inny sposób. W jaki sposób będzie się rozwijał video marketing i jakie będzie jego znaczenie w kolejnych latach? Warto przyrzeć się trendom, które wyraźnie wskazują, że najbliższe lata będą należeć do video marketingu, a już dziś nastąpiła najwyższa pora, aby w tym obszarze poczynić pierwsze kroki.

FILM BĘDZIE KLUCZOWYM ETAPEM CUSTOMER JOURNEY (PODRÓŻY KLIENTA)

Materiały wideo stają się doskonałymi mierzalnymi działaniami, które mają wpływ na wzrost wskaźnika konwersji. Film jako medium jest w stanie oddziaływać na użytkownika podczas całej jego ścieżki zakupowej, która jak wiemy potrafi być przez niego realizowana praktycznie w 90% samodzielnie. W najbliższym czasie nie tylko będziemy produkować filmy, lecz i będziemy robić to dla każdego etapu „podróży” klienta, aby zwiększyć efektywność sprzedaży.

ZWIĘKSZONY NACISK NA TREŚCI WIDEO DEDYKOWANE MARKOM

Treści dedykowane markom są niczym więcej niż wideo opublikowanym pod nazwą danej marki, wyłącznie w celu zaangażowania użytkowników. Ich

celem jest zapewnić o wartości i zaprezentować bezpośrednio i przekonująco wezwanie do działania. Możemy spodziewać się w najbliższych latach dostawnie wysypu informacji w formacie wideo. Będą to zarówno filmy zza kulis, reklamówki, jak i wywiady, których tworzenie nigdy nie było łatwiejsze.

FILMY NA STRONIE INTERNETOWEJ RESTAURACJI

Integracja contentu w postaci filmów wideo z własną stroną internetową będzie stanowiła element strategii dla marketingowców w 2016 r. Wszystko po to, by przyciągnąć i ożywić ruch na własnej witrynie internetowej.

W związku z tym możemy spodziewać się stosowania wideo jako tła strony głównej czy jako prezentacji oferty/menu restauracji na poszczególnych podstronach.

ANIMOWANE GIF-Y W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

To zapewne będzie format, który marki zaczną wykorzystywać efektywniej. Ich celem jest przykucie uwagi odbiorcy dostownie na kilka sekund, poprzez prezentację krótkiej animacji. Ich zastosowanie daje szansę na wyróżnienie się w szumie informacyjnym.

REAL-TIME STORYTELLING, CZYLI OPOWIADANIE HISTORII W CZASIE RZECZYWISTYM

To zdecydowanie jeden z najsilniejszych trendów! Możemy obserwować już pierwsze działania, szczególnie jeśli spojrzymy na kanał Periscope jako na typowe medium społecznościowe na żywo. Niemniej w tym obszarze mamy jeszcze wiele do zrobienia. Oglądanie danego wydarzenia w postaci relacji na żywo jest dla użytkowników sieci niezwykle ekscytujące i daje szansę na przeżywanie wydarzenia pomimo braku fizycznej obecności. W 2016 r. z pewnością spotkamy wiele restauracji transmitujących atrakcyjne treści w formacie wideo właśnie w formie streamingu na żywo.

Video marketing jako dziedzina marketingu wizualnego rośnie dostownie z dnia na dzień i z minuty na minutę. Planując naszą kampanię marketingową, z pewnością nie powinniśmy zapomnieć o nim i zainwestować swoją energię w działania wideo. ■

DAGMARA PLATA-ALF //



Jest pasjonatką marketingu i zarządzania, a z branżą turystyczną i HoReCa związana jest od ponad 10 lat. Aktywnie szkoli jako trener biznesu i specjalizuje się w strategicznym doradztwie marketingowym. Doktorantka w obszarze zarządzania na Akademii Leona Koźmińskiego i absolwent prestiżowych studiów MBA na University of Bedfordshire.

W swoim doświadczeniu zawodowym pełniła funkcję Dyrektora Marketingu i Zarządzania Relacjami z Klientem sieci hoteli, Dyrektora Generalnego hotelu, a także realizowała szereg wykładów i prelekcji jako mówca eTravelForum, TravelCamp, Hotel & Tourism Trends, Profesjonalnych Warsztatów Biznes Hotel, a także Ogólnopolskiego Kongresu Menedżerów i Właścicieli Hoteli i Obiektów Hotelowych. Obecnie prowadzi firmę Hotel Media Group, która jest właścicielem m.in. takich marek jak: HotelAssist (firma doradcza), HotelAutomation (agencja specjalizująca się w aspektach zautomatyzowanych procesów marketingowych) oraz Marketing Pie (agencja marketingowo-eventowa). Prowadzi również osobistego bloga dagmaraplataalf.pl.