



A GASZTRO VIDEÓK TÉRNYERÉSE

Gasztro trendek, #foodporn a címlapon
Krankovics Béla // 2018. május 17.



A videó az Internet jövője?
Dobó Mátya & Krátkovics Éva & Péter
Tolamaskai konferencia 2010

Ki nézett
ma már
online
videót?





Néhány adat

- Becslések szerint 2017-ben az összes online adatforgalom 74%-a videó lesz.
- Az emberek 55%-a néz naponta online videót.
- Az emberek 65%-a az általa választott videóknak több, mint a háromnegyedét megnézi.
- A Facebook videók 85%-át hang nélkül nézik meg.
- A vezetők 59%-a egyetért abban, hogy ha ugyanaz a téma fellelhető szöveges és videós formában is, akkor nagyobb valószínűséggel a videót fogják választani.
- A felsővezetők 54%-a átlagosan hetente megoszt munkával kapcsolatos videókat beosztottainak.
- A marketingesek 52%-a úgy véli, hogy a mozgóképekkel való kommunikáció az egyik leghatékonyabb módja a márkaismertség növelésének.
- A „video” szó egy e-mail tárgymezőjében a megnyitások arányát 19%-al növeli.
- A landoló oldalakra beágyazott videó akár 80%-al növelheti a konverziót.
- Az internethasználók közel 50%-a néz meg videókat egy bizonyos termékről vagy szolgáltatásról, mielőtt megnézné azt a boltban.
- 5-ből 4 vásárló szerint a bemutató videók segítettek őket a kérdéseikben.
- Azok az online vásárlók, akik megnézték a termék vagy szolgáltatás demo videóját, 1.81-szer nagyobb valószínűséggel vásárolnak, mint akik ezt nem tették meg (DMB Adobe).
- Négyezer annyi vásárló inkább megnéz egy videót a termékről, mint olvasni róla.
- Minden harmadik internetező a világon YouTube videókat is szokott nézni, hiszen több mint egymilliárd felhasználója van a videó megosztónak.
- 2017-ben a cégek 48%-a tervezi, hogy a YouTube-ot is tartalom-stratégiájuk részévé teszi.
- A fogyasztók közel kétharmada szívesebben megnéz egy filmet akkor, ha az 60 másodpercnél rövidebb (Animoto).
- 500 millió ember néz videókat naponta a Facebookon (nagy részt hang nélkül, ahogy ezt egy picit fentebb egy másik statisztika mondta).
- Az emberek 45%-a több, mint egy órát tölt hetente Facebook vagy a YouTube videók megtekintésével.
- Snapchat használók világszinten 10 milliárd videót néznek meg naponta.
- Twittert használók 82%-a néz videókat az alkalmazáson belül.
- Piaci szereplők 43%-a szerint több videó tartalmat készítené, ha nem lenne az idő, az erőforrások és a költségvetés által korlátozva.
- A Y-generáció tagjainak kétharmada a YouTube-on prémium videókat néz az eszközein.
- A 18-49 évesek 80%-a néz legalább havonta egyszer YouTube videót (ez a szám biztosan magasabb, hiszen sokan a beágyazott videót megnézve nem tudják azonosítani, hogy az is a YouTube-ról töltődött be).
- A marketing szakemberek 52%-a állítja világszerte azt, hogy a videó a különböző tartalomtípusok közül a legjobb ROI értékkel bír, tehát a leginkább megtérülő befektetés.
- Azok a piaci szereplők, akik videót is használnak marketing folyamataikban, 49%-al gyorsabb növekednek a videót nem használóknál.
- A nézők 55%-a a videók tartalmát nagyobb figyelemmel követi, mint cikkek, közösségi oldalak postjait (Hubspot).
- Az emberek átlagosan 2.6-szor több időt töltenek olyan weboldalon, ahol videós tartalom is van. A nézők harmada gondolja úgy, hogy nagy hatással vannak rá a youtuberek.
- Saját bevallásuk szerint naponta fél óránál többet töltenek YouTube-videókkal, mint tévézéssel.
- Spontán felsorolt hírességek kedveltségi indexe szerint az első 10 helyen összesen 8 YouTube sztár szerepel.
- Bár a megkérdezettek 28%-a utálja a szponzorált tartalmakat és a termékelhelyezést 27%-uk viszont teljes mértékben elfogadja azt 12%-uk pedig szívesen kipróbál olyan terméket, melyet a kedvenc videósa ajánl.

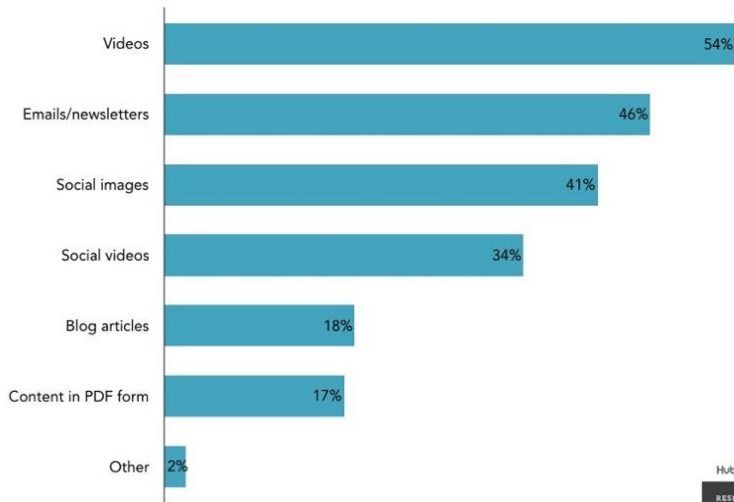
A lényeg...

- ❑ Inkább videót néznek, mint olvasnak
- ❑ Jelenleg a Facebook és a Youtube a két meghatározó csatorna
- ❑ *Sokan* Rengetegen néznek online videókat
- ❑ Hatékony marketing eszköz

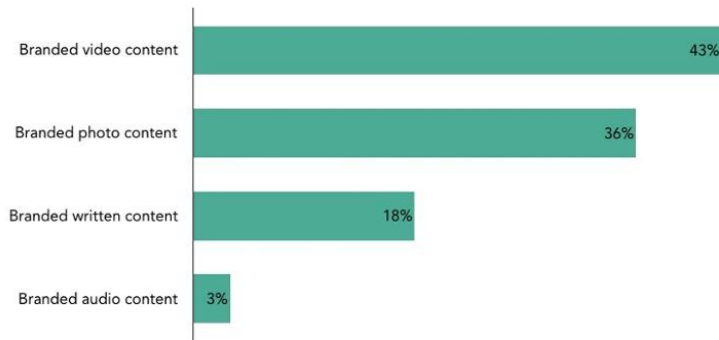


Maradandó élmény

What type of content do you want to see from a brand or business you support?



In the past month, what type of content posted by a company was the most memorable to you?





Miért jó?

- ☐ Szeretjük a jó ételeket
- ☐ A videó inspirál, szórakoztat
- ☐ „Elkészítettem” élményt ad









Facebook

- ☐ Rövid, pörgős, egyszerű
- ☐ Hang nélkül // „Mutasd, ne mondd!”
- ☐ Autoplay // Első pár másodperc



BAKE

375°F / 190°C

15 - 20 MIN

NOSALTY

**1 DB DUPLANAGY
CSOKIS
CROISSANT
=14g**

Youtube

- ☐ Hosszabb időtartam
- ☐ Szereplős, beszélős
- ☐ Aktuális trendek



NOSALTY









Tervezz!

- ☐ Mik a céljaid? Ki a célcsoport?
- ☐ Melyik csatornák felelnek ezeknek meg?
- ☐ Hogyan hangolhatod össze a többi marketing kampánnyal?

*thank
you!*

bela.krakovics@nosalty.hu