

5 könnyen elkészíthető online videó, ami feldob minden honlapot, webshopot

Az online videó ma sokkal hatékonyabban, "ütősebben" adja át a vevőknek a céged üzenetét mint bármi más, és ma könnyebben és gyorsabban elkészíthetjük mint valaha... de mi legyen benne?



Wolf Gábor
[Marketing Commando](#)

1. Bemutatózás / „Intró-videó”



A honlapod nyitóoldalon van kb 30 másodperced, hogy megragadd egy új látogató figyelmét - mivel jobban mint egy rövid és ütős bemutatkozó videóval?

Bemutatózó videó szabályok:

1. Mindig egy ütős "címsorral" kezdjük, amit vagy ráírunk a nyitóképre, vagy Te mondasz el az első mondatban. Pl: *"Ha szeretné lebetonoztatni az utcáját, de nem akar hetekig porban fürödni, nem akarja, hogy a kocsijával csak a szomszéd utcában tudjon parkolni, és ha nem akar aranyárat fizetni minden egyes méterért, akkor kérem, nézze végig ezt a videót!"*
2. Sose legyen a bemutatkozó videó több mint 1-2, max 3 perc, ez nyitóoldalon bőven elég!
3. Ne Rólad és a cégről szóljon, hanem a vevőről! Emlékezz az ősi kereskedők bölcsességére: *"Ha trágját árulsz, ne a trágjáról beszélj, hanem az ügyfél szántóföldjéről!"*
4. A videó végén "add el" a következő lépést, pl. hogy miért érdemes feliratkozni, vagy hogy nézze meg a termék kínálatot a Termékeink menüpontra kattintva, vagy hogy kérjen egy visszahívást stb.

2. Navigációs videó



Komplexebb honlapokon, mint pl. nagyobb webshopok, többszintű navigációval rendelkező oldalak, sokféle szolgáltatást kínáló honlapok - szinte kötelező!

Érdekes az "Honlaptérkép" oldalra elhelyezni, és csak magyarázd el a látogatónak, hogyan tud a honlapodon tájékozódni, mit érdemes megnézni, hol érdemes kezdeni.

Ehhez lehet használni képernyő videót, azaz felvenni videóra, ahogy navigálsz.

Erre két szuper szoftver:

PC: Camtasia

Mac: iShowU

Bónusz: az ilyen videóban nem kell szerepelni, csak hanggal, így tökéletes indulás kezdőknek, akik még félnek a kamerától!

3. "Thank You" videó

Gondolj bele:

- Vásárlás után mindig van egy kis pozitív bizsergés az emberekben
- Ilyenkor arra számítanak, hogy egy unalmas megrendelés-visszaigazoló oldal következik,
- Helyette a cég tulajaja személyesen köszöni meg nekik a vásárlást, ASZTA!

Nem kell hozzá semmi extra, csak beállni a kamera elé, elmondani, hogy *"Köszönjük a vásárlást, és tudjuk, hogy ma már nagy választék van X cégből, ezért külön köszönöm, hogy minket választott! Ha bármi problémája akad a termékkel vagy csak szeretne visszajelzést adni, tudjon róla, hogy ügyfélszolgálatunk 1 munkanapon belül mindenkinek válaszol. Köszönöm még egyszer és sok sikert és örömet kívánok a termék használatához!"*

4. Upsell videó



Kevesen élnek ezzel a trükkel, ezért nagyon könnyű "tartolni" vele:

Képzeld el, hogy vásárolsz valamit a weben, és miután rákattintottál a "Megrendelem" gombra, megjelenik egy kedves ember, és "élőben" elmondja, hogy itt és most azonnali kedvezménnyel vásárolhatsz valami mást is tőle – azaz „Upsell-video”!

Egy extra tipp az upsell-hez:

A jó sales-es tudja, hogy a vevője milyen érzelmi állapotban van, és ahhoz illeszti a mondandóját.

Az upsell-nél a legerősebb érzelmi faktor "a bölcs döntés". Itt a vevő érzelmileg már túl van a vásárlási döntésen, és a feje épp elkezdte azt racionalizálni. Logikai áramkörök maximumon!

A legrövidebb út ebben a pillanatban a meggyőzéshez a logikán keresztül vezet.

Ha röviden prezentálni tudod a videón, hogy mennyire okos és logikus döntés, és milyen sokan teszik azt, hogy a repülőjegy vásárlása után szternóbiztosítást kötnek, akkor sok ilyen fogsz eladni.

Sose becsüld alá az upsell-t: az upsell pillanatok alatt a legtöbb cégnél milliárdos biznisszé válhat, ráadásul akár duplázhatja is a profitodat - egy fillér plusz reklámköltés nélkül!

Találj egy jó kiegészítő terméket minden portékádhoz, amit csak akkor húzol elő, amikor a vevő már vásárolt, és növeld meg vele a "kosárértéket", növeld meg vele az egy vevőre eső profitodat.

Az örök példa erre a McDonald's:

- ha kérsz hamburgert, azonnal visszakérdeznék, hogy kérsz-e hozzá sültkrumplit,
- ha kérsz menüt, azonnal megkérdezik, hogy lehet-e nagy.

Szerinted mennyit kereshettek eddig ezzel a két kérdéssel és azzal, hogy szisztematizálták az upsell-t?

Szisztematizáld Te is egy videóval.

5. Termékbemutató élőben

Ne írd oldalakat, litániákat a portékádról, mert azt egyre kevesebben olvassák el. Inkább állj ki vele és mutasd be személyesen! Egy terméket amúgy sem a fotója adja el legjobban, hanem ha a vevő látja használat közben. És ki más tudná jobban eladni azt a terméket, mint a cég tulajaja, igaz?

Ha pedig nem terméket árulsz, hanem szolgáltatást, akkor még eggyel több érv szól a videó mellett, hiszen mi jobb: elmesélni, mit tesz az ügyfeleiért - vagy írásban magyarázni?

Egy bevált struktúra az ilyen videókhoz:

1. Kinek szól ez a termék / szolgáltatás
2. Mi az ő problémájuk (amin majd a termék / szolgáltatás segíteni fog)
3. Azt a problémát eddig hogyan próbálták orvosolni - és azzal a megoldással mi a baj
4. Bemutatjuk a termékünket / szolgáltatásunkat!
5. Mik a termék / szolgáltatás előnyei
6. És így kell megrendelni...

+1 Referencia videó



És végül az, ami nálam mindent visz: a „Referencia-videó”, azaz amikor az elégedett vevőid élőben áradoznak Rólad, a cégedről, a termékedről.

Extra tipp: az ilyen videóknak elsősorban a "túlbizonyíték" a célja, azaz hogy annyi ügyfél idézetet tegyél fel a honlapra, hogy már a mennyiség önmagában elveszi a friss látogató összes kétségét, bizalmatlanságát.

Azaz minél többet használsz, annál jobb, annál eredményesebb.

Tessék, 5+1 egyszerű videó, ami feldob minden honlapot és webshopot, és könnyű elkészíteni! Milyen hálás leszel magadnak egy hónap múlva, ha ma belefogsz?