



**COMO VENDER MAIS
USANDO VÍDEOS NA
SUA EMPRESA ?**

Introdução

Você já deve ter percebido que o consumo de conteúdo através de vídeos cresceu muito nos últimos anos. Não é por acaso que as **principais redes sociais** estão apostando nesse formato e dando mais espaço para que profissionais e amadores explorem os vídeos cada vez mais e alcancem o maior número de pessoas possível.

Para se ter uma ideia, em 2014 **64% de todo o tráfego da internet do mundo** se deu através de vídeos. Se em 2014 essa parcela já era alta, não tem como negar que nos dias de hoje o vídeo carrega consigo uma representatividade muito maior. Um relatório elaborado pela Cisco aponta que em 2019 os vídeos serão responsável por quatro quintos do tráfego mundial de internet.



A questão é que, quando falamos de comunicação não estamos mais falando apenas em informar quem está do outro lado, mas sim de engajar, envolver e, principalmente, encantar para que a mensagem seja absorvida positivamente e atinja o público-alvo de uma forma efetiva e que gere resultados para a empresa.

De forma geral, os vídeos se bem trabalhados, são capazes de gerar oportunidades e, principalmente, resultados através da otimização dos fluxos de informação de qualquer negócio.

E como os vídeos podem auxiliar empresas de todos os portes a aumentar o seus faturamentos? É simples. Quando falamos em vendas, estamos falando de confiança, seja

para o público interno ou externo. Uma boa estratégia audiovisual pode transitar entre diferentes públicos para fortalecer posicionamentos, esclarecendo pontos de dúvidas e contribuindo para que a imagem de autoridade e especialista de uma marca seja consolidada.

Mesmo diante desse cenário, existem empresas que ainda apresentam resistência em explorar novos formatos de comunicação. Algumas por acreditar que fazer vídeos dá trabalho, outras por não acreditar no potencial desse recurso, e há também aqueles que já se aventuraram de forma amadora e não alcançaram o resultados esperado. Você se enquadra em algum desses exemplos?

Nesse e-book você vai conseguir entender melhor como os vídeos conseguem captar a atenção do público, como podem trabalhar a credibilidade da empresa no mercado e também como podem compor a estratégia de negócios da sua empresa para aumentar o número de vendas no fim do mês.

Espero que nossas dicas sejam úteis e que ao terminar a leitura a sua ideia sobre trabalhar com o formato audiovisual seja a próxima pauta para o crescimento do seu negócio.

BOA LEITURA!



A capacidade dos vídeos para captar atenção

Os vídeos são ferramentas poderosas para prender a atenção de quem está assistindo do outro lado da tela. Por se tratar de um formato que possibilita a utilização de elementos variados, a chance de despertar a atenção e fazer com que o público permaneça atento é muito maior do que um material impresso e pouco didático.

Segundo a Pesquisa Video Viewers, realizada em parceria do Google com o Instituto Provokers, a quantidade de horas dedicadas a assistir vídeo pela internet cresce ano a ano, contabilizando em média **36 horas de vídeos assistidos por semana**. Ou seja, os usuários estão cada vez mais dispostos a absorver diferentes tipos de informação através do formato audiovisual.

Um ponto importante que contribui para que esse interesse cresça de forma ativa e não mais passiva é a facilidade em buscar novos vídeos através dos smartphones. Independente do horário ou do local é possível acessar uma plataforma de vídeo e buscar pelo conteúdo desejado. Esse tipo de acessibilidade transformou a maneira que os brasileiros buscam conteúdos, sejam esses de entretenimento, aprendizado e, principalmente de informações sobre empresas e produtos.

Se os vídeos estão em uma crescente exponencial, não podemos deixar de falar de um ponto crucial para que o sucesso audiovisual seja concretizados. Estamos falando de qualidade!

O formato por si só é de fato vantajoso, mas assim como qualquer tipo de produção, deve ser feito levando em conta os tipos de elementos que fazem o seu público querer assistir o seu vídeo e não o do concorrente e querer vê-lo até o final.

Veja abaixo alguns pontos que devem ser pensados para que o seu vídeo capte a atenção do seu público:

Tempo de duração

Antes de apresentar dados de pesquisas que comprovam que vídeos mais curtos prendem mais a atenção do que vídeos mais longos, responda a pergunta: quanto tempo VOCÊ fica totalmente atento assistindo um vídeo, sem colocar o mouse na barra de exibição para conferir quanto tempo ainda falta para o vídeo acabar? Tenho quase certeza que você respondeu que esse período de atenção total não dura muito tempo, acertei?

Pois é, os vídeos realmente chamam mais atenção do que outros formatos, porém é preciso se preocupar em ser objetivo para que essa atenção permaneça.

Em uma pesquisa feita para entender sobre a retenção de atenção de vídeos, foi comprovado exatamente isso. Depois de apresentar 2 vídeos praticamente idênticos para um grupo de pessoas, com a única diferença de que um deles tinha 10 segundos a mais que o outro, foi constatado que em média o vídeo mais curto teve a atenção do público durante 72% da sua exibição, enquanto o outro foi visto por apenas 50% de sua duração.

Portanto utilize os segundos iniciais para ir direto ao ponto e ser o mais objetivo possível e depois parta para os detalhes. Assim, a chance do seu público sair do seu vídeo sem assistir o que realmente importa é muito menor.

Seja relevante

Quer fidelizar seu público e manter sua audiência sempre presente? Entregue o conteúdo que ela quer ver. Não tem coisa mais frustrante que ser atraído para um vídeo e, depois de assisti-lo inteiro, não ter recebido o conteúdo prometido.

Algumas empresas utilizam esse tipo de ação com o objetivo de gerar um maior número de visualizações. Mas não se engane, o resultado disso é muito mais negativo do que positivo. O seu público irá perder a confiança sobre o que você tem a dizer. E como você já deve imaginar, confiança perdida = venda perdida.

Pessoas gostam de pessoas

Não tem jeito, pessoas gostam de pessoas. Independente do que a sua história for falar, busque humanizar o seu roteiro. Trabalhando a sua comunicação dessa forma é muito mais

fácil gerar empatia e identificação com a sua empresa. Nem sempre a mensagem a ser transmitida é simples, ainda mais quando o público-alvo é o público interno. Muitas vezes, informações complexas, exposição de números e até mesmo cortes no quadro de funcionários são o foco do vídeo. Porém, quando esse tipo de situação é humanizada, a aceitação é muito mais leve e absorvida positivamente.

Trabalhe com iscas

Se o objetivo é prender a atenção de quem assiste o seu vídeo, não deixe as iscas de lado. Elas são essenciais para atrair e prender a atenção até que a informação principal seja dada. É possível utilizar algumas iscas no decorrer do vídeo. A primeira você deve aplicar já nos 10 primeiros segundos, assim fará com que o público fique atento para acompanhar o desenrolar do conteúdo. No decorrer do material, explore outros momentos para estimular o público a continuar assistindo, dessa forma, a atenção é mantida enquanto você passa a mensagem que deseja.

IMPORTANTE: Nunca engane o seu expectador. Uma vez fisgado da forma errada, toda a sua estratégia pode ser colocada em prova.

Emoção é o tempero secreto

Emoções reais atraem as pessoas. Rir, chorar, amar, temer e até mesmo ficar com raiva de algo. As emoções têm o poder de conduzir a nossa atenção. Lembra de quando falamos sobre humanizar o seu roteiro? A humanização só é possível quando as emoções estão presentes. Um vídeo sem emoção pode beirar o tédio, e vamos combinar, ter essa sensação atrelada a sua marca não é nada interessante, não é? Portanto, se você quer prender a atenção do público, aposte em vídeos emocionantes e humanizados.

Informações completas

Se lá atrás falei que o ideal é não abusar dos vídeos longos, como inserir informações mais completas em pouco tempo? Pense em construir uma comunicação integrada a outros canais, assim é possível explorar assuntos densos em diferentes formatos que se completam. Por exemplo, use um vídeo para passar a mensagem de maneira direta e objetiva, a fim de gerar interesse para maiores informações. Feito isso, é possível utilizar chamadas para ação que complementam a informação, como visitar o site, ler um material mais completo e até mesmo

entrar em contato com a equipe, onde muitas vezes a venda poderá ser concretizada.

Existem inúmeras formas de passar uma mensagem para o público-alvo para transformá-lo em um cliente fiel. Utilizar os vídeos de forma independente ou complementar a eles irá aumentar consideravelmente as chances de captar a atenção de quem realmente importa.

Confiança vende !

Existem inúmeras técnicas e metodologias diferentes de vendas, mas em qualquer uma delas se o comprador não sentir confiança em quem está vendendo, tudo pode ir por água abaixo. A mesma coisa acontece com os vídeos.

Como falamos no início desse material, os vídeos são as principais tendências de comunicação do mercado. De fato essa informação é verdadeira. Porém, não basta ligar a câmera do celular e sair gravando tudo que acontece na sua empresa e soltar nas redes sociais. É preciso planejamento e, principalmente, profissionalismo.

Para profissionalizar a comunicação em vídeo é preciso pensar em algumas etapas e, para isso, o mais indicado é ter uma produtora audiovisual como parceira para te ajudar a pensar em todas elas de forma estratégica e vendável.

A primeira coisa que deve ser colocada no papel para ter os vídeos como braço direito na hora da venda, é definir o roteiro que ele irá seguir. Ligar a câmera sem ter um mapeamento do que será falado, quais as cenas serão captadas e, principalmente, onde se deseja chegar com ele, pode ser um erro fatal.

Outra etapa crucial para transmitir confiança com seu vídeo é o tom de voz usado na locução e a desenvoltura de quem está sob o foco das lentes. É nesse momento que o seu vídeo está vendendo para você, se não houver postura, firmeza e conexão entre o locutor/apresentador e o público, dificilmente ele irá cumprir o seu papel. Afinal, a ideia é esquecer que existe uma câmera entre a locução e o consumidor, a mensagem está sendo dita para o público, então nada mais coerente que trabalhar a comunicação para que de fato a mensagem o atinja da maneira esperada.

Além do discurso, pense também no que a sua linguagem corporal está falando. Para se mostrar confiante existem algumas técnicas que podem compor sua imagem no vídeo, como

por exemplo, manter as pernas alinhadas com os ombros e os pés, distribuindo o peso igualmente sobre as 2 pernas, mantendo os ombros para trás. Podemos considerar que essa é uma postura assertiva e que projeta confiança, não insegurança.

Se estamos falando de vídeos, não podemos deixar de citar a qualidade das imagens e dos áudios do material. Qualidade vende. Por mais que a sua empresa faça um trabalho exemplar, se não houver preocupação em como isso será transmitido para o público, o caminho entre você e a venda final será cada vez maior. Para isso, bons equipamentos e uma equipe especializada são fundamentais nesse processo.

Qualquer empresa que está no mercado quer vender. Com as novas tecnologias que surgem constantemente, é possível pensar em diversas maneiras para fortalecer a percepção que o público final pode ter de qualquer uma delas. A concorrência é grande e as possibilidades de fazer diferente também são, por isso, o recomendado é que busque auxílio de profissionais que estão sempre se atualizando e que de fato podem fazer dos vídeos um ponto de confiança para aumentar as vendas da sua empresa.





Amadorismo não tem vez

Se no Facebook cerca de 100 milhões de horas de vídeos são assistidos todos os dias, no YouTube são mais de 3 bilhões de horas de vídeos mensalmente, no Snapchat e Stories, os usuários consomem por volta de 10 bilhões de vídeos por dia, o que irá fazer o seu público assistir o seus vídeos ao invés de pular para o da concorrência? E quando falo concorrência não digo apenas do seu concorrente de mercado, mas sim de toda a oferta de vídeo presente na internet e televisão.

Vídeos bem feitos chamam a atenção e despertam interesse. Ainda há muito espaço para trabalhar com esse formato, desde que seja bem feito. Vídeos amadores não têm mais vez !

Talvez você possa estar se perguntando: Como ser tão profissional em uma área desconhecida e que a minha empresa não domina ? Fazer alianças com produtoras de vídeo é o primeiro passo para desbravar esse universo. A Artes Filmes, além de ter expertise em todas as etapas da criação de vídeos, também trabalha com um formato pouco explorado nesse mercado, o de consultores audiovisuais para cada cliente.

E o que isso quer dizer ? Contar com profissionais experientes que além de transformar ideias em imagens, são capacitados para propor novas possibilidades para fugir do óbvio e trabalhar efetivamente cada produção para que os objetivos sejam de fato alcançados.

Muitas vezes a praticidade de ligar a câmera do celular e fazer um vídeo desprezioso pode ser tentador, mas evite seguir por esse caminho. Nem sempre irá existir outras oportunidades para fortalecer a percepção que você deseja para o seu público, por isso, seja profissional em todos os pontos de contato e foque em entregar valor sempre que possível. Isso vende !

Autores



“**COMEÇAR DO ZERO, SEM EQUIPAMENTOS E ESTRUTURA, NOS FORTALECEU NA BUSCA DE SOLUÇÕES PARA O NOSSO SONHO.**”

Bruno Rodrigues

Gestor da produtora Artes Filmes e MBA em Gestão Empresarial pela FGV, é formado em Rádio e TV pela Universidade Brás Cubas de Mogi das Cruzes e há 7 anos trabalhando com produção de filmes publicitários. Passou pela TV Diário, afiliada da Rede Globo e, em seguida, cursou Planos de Negócios para Produção Audiovisual no Senac. Em 2012, mesmo sem estrutura e equipamentos, fundou a Artes Filmes, hoje a primeira produtora do Brasil a se tornar franquia.

bruno.rodriques@artefilmes.com.br



“**FAZER O NOVO, SE DESAFIAR TODOS OS DIAS, NÃO ENXERGAR LIMITES PARA UM NOVO DESAFIO, ASSIM EU ENXERGAVA À 5 ANOS ATRÁS E ASSIM QUE IREI ENXERGAR NOS PRÓXIMOS 50 ANOS**”

Felipe Palmeira

Formado em Rádio e TV pela Universidade Brás Cubas de Mogi das Cruzes, durante 3 anos foi editor na Tv Diário Afiliada da Rede Globo e hoje é Diretor de Produção e também sócio fundador da Artes Filmes.

felipe.palmeira@artefilmes.com.br

Conclusão

Assim como vimos no decorrer desse e-book, existem inúmeras possibilidades para utilizar os vídeos de forma estruturada, profissional e, principalmente, para torna-los corresponsáveis pelo aumento das suas vendas. Agora que você já sabe o panorama do cenário audiovisual e que é totalmente possível iniciar um plano de ação com o auxílio de profissionais fortemente preparados, sem ter que montar uma equipe e uma estrutura interna para isso, basta tirar os planos do papel, ligar as câmeras e entender na prática todas vantagens que os vídeos podem levar para sua empresa!

Nós da Artes Filmes estamos a mais de 6 anos no mercado audiovisual atuando em diversas frentes que os vídeos nos permitem explorar. Temos uma larga experiência em produção de vídeos publicitários, programas de televisão, institucionais, conteúdo online, motivacional, cobertura de eventos, vendas e tv corporativa.

Nosso objetivo é fugir do convencional na comunicação e partir para vídeos que possam resolver de forma mais relevante e efetiva e chegar a metas com muito mais emoção e criatividade.

Espero que esse material tenha te ajudado a ver os vídeos como uma nova possibilidade de fazer a sua empresa aparecer da melhor forma e se posicionar com muito mais qualidade e profissionalismo para o seu público.

Os vídeos não são a promessa do futuro, mas sim de agora! Permita que a sua empresa viva novas possibilidades e ganhe mais uma fatia do mercado. Nós estamos prontos para te ajudar nesse desafio. E você ?



www.artesfilmes.com.br

 artesfilmes  @artes_filmes  produtoraartesfilmes