

## **Рост популярности видеомаркетинга и его влияние на взаимодействие с потребителями**

**Научный руководитель – Круглова Марина Сергеевна**

*Владишевская Лидия Григорьевна*

*Студент (магистр)*

Сочинский государственный университет, Краснодарский край, Россия

*E-mail: lina.vladishevskaya@mail.ru*

В современном цифровом мире маркетологи и иные специалисты данной области постоянно переосмысливают свои стратегии, чтобы привлечь внимание потребителей в условиях жесткой конкуренции. Владельцам бизнеса следует тщательно изучить свой рынок и разработать уникальные стратегии, чтобы выделиться среди конкурентов и связаться со своей аудиторией.

В изученном исследовании в области наиболее интересной и привлекательной рекламы, перед пользователями сети Интернет был поставлен вопрос, какая реклама оказывает решающее воздействие на их решение, а также не вызывает отрицательных эмоций.

Респонденты со всего мира, а именно жители таких стран, как Россия, Америка, Германия и Колумбия, в процессе ответа на вышепоставленный вопрос в полной мере аргументировали своё решение и выбрали предпочтительный для них тип контента. Ведущими и наиболее результативными средствами продвижения брендов в сети Интернет выступают объявления и реклама в социальных сетях и видеоконтент, являющийся победителем среди конкурентных инструментов маркетинга [4].

Базируясь на выявленной статистике, можно сделать вывод о популяризации видеоконтента среди пользователей Интернета, заходящих с различной частотой на соответствующие платформы [2].

Отмечают, что более половины опрошенных пользователей сети утверждают о частом посещении различных платформ и хостингов, реализующих видеоконтент. В том числе 25% респондентов заходят на них ежедневно, 19% выделяют несколько часов в неделю на просмотр видеороликов, и 8% – пару дней в месяц [5].

Таким образом, видеомаркетинг является одним из наиболее эффективных способов привлечения аудитории на сегодняшний день. Видеомаркетинг - это тактика, которую применяют компании для установления контакта с желаемой аудиторией, демонстрации своих предложений и превращения зрителей в покупателей. Этот подход включает в себя создание и распространение увлекательных видеороликов на платформах для передачи сообщений и повышения узнаваемости бренда [3]. Одним из главных преимуществ видеомаркетинга является то, что он визуализирует контент и воздействует на слух одновременно; это означает, что для многих пользователей видео легче запомнить, чем текстовые формы. Когда потребители запоминают видеоконтент, они также запоминают бренд, что ведет к увеличению продаж. Кроме того, обычно пользователи любят делиться понравившимся видео с друзьями, а это позволяет охватить более широкую аудиторию [1].

В 2024 году использование видео в маркетинге будет продолжать развиваться и расширяться. Благодаря своей способности привлекать внимание, вызывать эмоции и укреплять доверие, видеомаркетинг стал важным для специалистов рекламы, чтобы охватить и задействовать целевую аудиторию. Компании могут существенно влиять на поведение потребителей и проводить успешные маркетинговые кампании, используя стратегии видеомаркетинга в своих маркетинговых усилиях и опережая новые тенденции.

### **Источники и литература**

- 1) Ильина Е.Л., Латкин А.Н., Бочарова Э.А. Видеомаркетинг как перспективное направление контент-маркетинга // Символ науки. 2017. №4.
- 2) Филиппова М. С., Хаймина Л. Э. Видеомаркетинг как эффективный инструмент продвижения бизнеса, 2021
- 3) Видеомаркетинг в 2023 году и в последующие годы и какое влияние на него оказывает ИИ: <https://vc.ru/marketing/849970-videomarketing-v-2023-godu-i-v-posleduyushchiye-gody-i-kakoe-vliyanie-na-nego-okazyvaet-ii?ysclid=lt5md8e8m7896899587>
- 4) Content Trends: Preferences Emerge Along Generational Fault Lines: <https://blog.hubspot.com/marketing/content-trends-preferences>
- 5) YouTube – «телевидение» XXI века: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiy-obzor/youtube-televidenie-xxi-veka/>