



Não é difícil perceber que o vídeo é o formato de mídia favorito entre os internautas. Basta observar o sucesso das plataformas mais utilizadas atualmente, como o YouTube, Instagram (com Stories e IGTV), Netflix e Livestreams.

Grande parte desse sucesso se deve à era do acesso imediato à informação, já que as produções audiovisuais representam a forma mais fácil e rápida de consumir conteúdo. Além disso, trata-se de uma mídia democrática, capaz de abordar qualquer tipo de assunto e, conseqüentemente, chegar a uma quantidade maior de pessoas.

## AS ESTATÍSTICAS NÃO MENTEM

Segundo uma pesquisa encomendada pelo YouTube em 2018, o consumo de vídeos no Brasil se baseia em **4 pontos principais**:

- Conexão: sentir-se parte de algo;
- Conhecimento: consumo de informações que agreguem;
- Entretenimento: para momentos de descontração;
- Identidade: como busca por autoconhecimento e ajuda em questões pessoais.



O mesmo estudo revelou ainda que, em 4 anos (de 2014 a 2018), o consumo de vídeos no Brasil deu um salto de incríveis 135%. No mesmo período, o aumento do consumo de televisão foi de apenas 13%. Dados como esses comprovam que o vídeo marketing é um investimento promissor para as empresas.

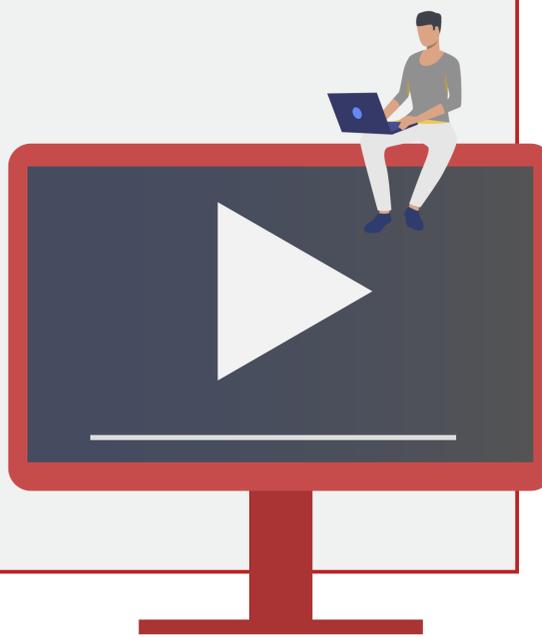
Vale lembrar que a tendência não se aplica apenas a grandes corporações, de alcance mundial ou nacional, mas também faz sentido para microempresas e negócios locais.



## SUA EMPRESA ACOMPANHA A TENDÊNCIA?

Estar por dentro das tendências de mercado e consumo é essencial para a estabilidade no negócio. Por isso, é importante investir na disseminação de conteúdos através de vídeo, sejam eles institucionais, informativos, publicitários, entre outras categorias.

Vale lembrar que ser uma mídia de fácil consumo não significa necessariamente que é de fácil produção. Para que atinja as metas esperadas, é necessário bastante pesquisa e mão na massa.



## MARKETING DE CONTEÚDO

O marketing de conteúdo também pode ser aplicado às produções audiovisuais. A estratégia baseia-se na publicação de conteúdos relevantes, neste caso através de vídeos, que engajam e agregam valor ao público.

Conseqüentemente, tem-se uma percepção mais positiva da marca, que passa a ser vista como autoridade no setor e, é claro, gera mais negócios. Portanto, a estratégia, que já é considerada um investimento essencial para as empresas, tem potencial de entregar resultados ainda mais expressivos.

Para acompanhar esse mercado crescente, é preciso fazer uma análise de como a sua empresa tem utilizado os vídeos. Também é importante estudar as melhorias que ainda podem ser feitas para **explorar todo o potencial dessa mídia hoje e nos próximos anos.**