

چگونه در یوتیوب مخاطبان را هدف گیری کنیم؟

استفاده از یوتیوب در حوزه تبلیغات و هدف گیری مخاطبان در کشور ما بسیار مهجور است که مسدود بودن این وب سایت بزرگ و محبوب اشتراک ویدئو از جمله دلایل اصلی آن است. با این حال و به رغم عدم دسترسی آسان به یوتیوب این وب سایت از ظرفیت های بسیار زیادی برای انجام فعالیت های تبلیغاتی و بازاریابی برخوردار است که در اینفوگرافی پیش رو روش های هدف گیری مخاطبان و تولید محتوا را مورد مطالعه و بررسی قرار خواهیم داد. با توجه به وجود سایت های تقریباً مشابه ایرانی برای یوتیوب، ساختار این مطلب می تواند به کسب و کارها کمک کند.

گروه های جمعیتی

محدوده سنی، جنسیت و وضعیت کنترل های اعمال شده بر صفحات آن دسته از کاربران را که قصد هدف گیری آنان را دارید انتخاب کنید و مورد بررسی قرار دهید. به یاد داشته باشید که از معیارهای دقیق برای انتخاب گروه های هدف خود استفاده کنید و از این طریق ارائه محتوا برای مخاطبان غیر مرتبط منابع و انرژی خود را هدر ندهید.



منافع

گروه هدف خود را از میان گروه های کاربری مختلف و متنوع موجود انتخاب و بررسی کنید که منافع و علائق آنها دقیقاً در چه بخش هایی است. در این صورت می توانید محتوایی مناسب تر و اثرگذار تر تولید و به مخاطبان تان عرضه کنید.



وابستگی مخاطبان

با تولید کلیپ های ویدئویی تبلیغاتی موثر و با کیفیت میزان آگاهی مخاطبان از برندتان را افزایش دهید و با به اشتراک گذاشتن و عرضه آن به مخاطبانی که به موضوعات مرتبط علاقه مند هستند جمعیت وسیع تری را هدف بگیرد.



سفارشی سازی مخاطبان وابسته و وفادار

با سفارشی سازی این دسته از مخاطبان می توانید دسته ای از آنان را انتخاب کنید که بیش از دیگران نسبت به برند شما احساس وفاداری می کنند. این بخش از مخاطبان و کاربران وفادار شما می توانند همانند مخاطبان وفادار شبکه های تلویزیونی رفتار و محتواهای تبلیغاتی تولید شده توسط شما را همواره مشاهده کنند. بهترین نمونه در این مورد شرکت سازنده کفش های مخصوص دوومیدانی است که به جای هدف گرفتن جمعیت ورزش دوستان به دنبال هدف گرفتن ورزشکارانی است که به رقابت های دو ماراتن علاقه مندند.



هدف گیری مخاطبان حاضر در بازار

جمعیت هدف خود را از میان این دسته از مخاطبان انتخاب کنید، چرا که آنان در بازار حاضر بوده و برای یافتن کالا یا خدمات مورد نظرشان به جست و جوی می پردازند و شما می توانید با هدف گیری صحیح آنان، محصولات و خدمات تان را به آنها عرضه کنید.



بازاریابی ویدئویی

مخاطبان خود را بر اساس نحوه تعامل آنان با کلیپ های ویدئویی تبلیغاتی که بیشتر تولید کرده و در کنال یوتیوب خود قرار داده اید انتخاب کنید. به یاد داشته باشید که چنانچه شما لینک کانال یوتیوب خود را به محتواهای تبلیغاتی تان متصل کنید، یوتیوب لیستی سفارشی از مخاطبان برای شما ایجاد می کند.



تعیین جمعیت هدف

کانال ها و وب سایت های خاص و منحصر به فرد را هدف بگیرید و با آنان ارتباط برقرار کنید. به عنوان مثال شما می توانید یک وبلاگ پربازدید و مفصل یا صفحه اول یک وب سایت جدید و پربازدید را انتخاب و از این طریق جمعیت هدف خود را تعیین کنید.



موضوعات

برای کلیپ های ویدئویی تبلیغاتی خود موضوعی مشخص را انتخاب کنید و بر آن اساس آنها را تولید کنید و در دسترس مخاطبان تان قرار دهید. هدف گیری موضوعات به شما اجازه می دهد تا به گستره وسیعی از کانال ها، ویدئوها و وب سایت هایی که به موضوعات مورد نظر شما مرتبط هستند دسترسی داشته باشید. برای مثال شما موضوع صنعت خودروسازی را انتخاب می کنید و بر همین اساس ویدئوهای تبلیغاتی شما به هنگام مراجعه کاربران یوتیوب به صفحات و کانال هایی با موضوع صنعت خودرو به نمایش در می آیند.



کلمات کلیدی

بسته به فرمت ویدئویی مورد استفاده شما در ساخت کلیپ های ویدئویی تبلیغاتی، می توانید از طریق استفاده از کلمات یا اصطلاحات کلیدی، کلیپ تبلیغاتی خود را به کانال یوتیوب یا وب سایت هایی که مخاطبان تان به آنان علاقه مند هستند متصل کنید.

