

Opfølgning på oplæg om online video v/ Jakob Stigler, Goviral 12/10-2012

- Hvordan man fanger folks opmærksomhed, hvis produktet i sig selv ikke er særligt appellerende til de brede masser (den kreative proces)
 - Hvordan man holder hypen ved lige på tv-programmer som som har teaset godt og meget op til programstart. Eks. Paradise – man gider ikke læse deltagernes blog o.lign., når først programmet kører.
 - Hvordan brugere/seere involverer sig i content/programmer.
 - Hvordan man linker videre til sites i playeren.
 - Hvordan man teaser godt og effektivt, men samtidigt sikre at seerene følger med til slut på det egentlige program.
 - Hvornår bliver "views" et brugbar middel – Er der et antal views, der giver salgsgaranti?
 - Er der liste over hvad der lokker brugere til (hor, mord, bryster...)
-

Spørgsmål:

- Har de (goviral) en formel over for hvad videoer skal indholde?
- Hvordan registrerer de visninger?
- Er der en forskel på hvordan views tælles på vimeo og youtube?
- Hvilken påvirkning har bryster på antallet af views?
- Interesseret i mere om deres forretningsstrategi (goviral)

Hvad har vi lært?

- Indholdet af videoer har nødvendigvis ikke så meget med views at gøre.
 - Man kan købe sig til views – selvom man har lavet noget lort.
 - Flere benytter sig af at lave bedre indhold for at komme ud på forskellige platforme (det er nemmere)
 - Videoer er det stærkeste medie i forhold til reklame (ifølge goviral)
-

- Flere eksempler på gode virale kampagner
 - Hvilke virkemidler fungerer på nettet? Liste
 - Dramaturgi til nettet – overskrifter, tags osv.
 - Hvordan starter man en kampagne op
 - Planlægningen af kampagnen og placering på nettet
 - Hvad er forskellen på viral succes og involvering?
-

Spørgsmål til Jakob:

- Hvor mange hits ville I maksimalt kunne garantere (hvis penge ikke spiller en rolle).
- Hvor dårligt skal noget være, før I: 1. Melder pas? Eller 2. Kræver ændringer?
- Har I nogensinde ikke opnået målet (antal klik)? Og hvad sker der så?
- Er facebook's markedsføring en trussel for jer? Fb kender allerede kunderne og kan reklamere målrettet til dem. I skal først lære dem at kende...

Områder, hvor vi gerne vil have mere indsigt:

- Liste over do's & don'ts ift. at gøre netreklamer mindre irriterende.
-

- Hvordan får man views på ikke kommercielt indhold? Dokumentar, netvideoer etc. Videoer der varer længere end 90 sek.
- Hvordan distribuerer man gratis? –ikke køber sig til views
- Preroll vs den reelle video – hvordan vurderer man om videoen egner sig til preroll eller skal distribueres som alm. video.
- Måliger på længde og indhold! – hvor meget kan der siges om forbrugerne og kampagnerne? Hvornår formår en video at komme ud til mange brugere og hvornår er det et flop?
- Troværdigheden? Kvalitet? Hvad betyder troværdighed og kvalitet for views og distribution?
- Hvordan finansierer man ikke kommercielt indhold?