

O consumo e importância do audiovisual na comunicação.

Julia Peliser

Podemos perceber que de alguns anos para cá, as pessoas têm preferido consumir muito mais conteúdo em vídeo do que de forma escrita, mais precisamente 66% da população*, a grande maioria dessas pessoas, possui uma rotina corrida e por isso informações contidas em grandes textos não funcionam, por isso vídeos são mais desejados, com eles é possível ouvir e ao mesmo tempo continuar fazendo uma outra tarefa.

Segundo uma pesquisa feita pela Wyzowl, as pessoas assistem em média 16 horas de vídeo por semana e tem duas vezes mais chances de compartilhar conteúdo nesse formato com seus amigos, colegas e familiares. As informações contidas no formato de vídeo têm ganhado cada vez mais espaço na nossa sociedade e seguirá crescendo no decorrer dos anos.

A pesquisa da Wyzowl também constatou que, 79% dos consumidores preferem assistir um vídeo sobre determinado assunto do que ler sobre ele, 84% já foram convencidos a comprar algo depois de ver um vídeo, 91% já assistiram um vídeo explicativo sobre determinado assunto ou produto e 90% das pessoas acreditam que o vídeo torna qualquer conteúdo mais atrativo.

Com isso é possível concluir que as empresas devem sim, investir em audiovisual, mas não podem só produzir vídeos quaisquer, precisam produzi-los com conteúdo de relevância e coerência, planejado e executado de uma forma que converse com o seu nicho e clientes. Bons conteúdos nesse formato podem ajudar e muito a gerar mais engajamento, as *lives* também são uma boa forma de interagir com as pessoas, tornando a relação de cliente e empresa mais amigável.

Mas é evidente que não é uma forma só de comunicação externa, ele também é uma ótima ferramenta na hora de transmitir informações ou fazer uma ação interna, uma boa comunicação interna faz toda a diferença na empresa, faz com que os colaboradores trabalhem de uma forma mais coesa, com mais ânimo e com menos erros, e é claro que o vídeo nesse momento é um grande aliado.

O audiovisual como é possível analisar transformasse uma ferramenta que é viável usar de várias formas, desde conteúdos promocionais até, informativos,

institucionais, entre outros, é uma forma rápida e leve de comunicar e se aproximar das pessoas, sejam elas, amigas, colaboradores, clientes ou família.

Referências

D’Lucca&Jotta comunicação, 2020. Vídeo marketing: entenda porque concluir o formato na sua estratégia digital. Disponível em <
<https://blog.dluccajota.com.br/video-marketing-entenda-porque-incluir-o-formato-na-sua-estrategia-digital/>> acesso em 30/09/2021