

De ontwikkeling van videomarketing

02-02-2015 10:19

Als een consument een video van één minuut bekijkt, heeft dat volgens [Forrester](#) evenveel impact als het lezen van 1,8 miljoen woorden of het bekijken van zo'n 3600 webpagina's. Het menselijk brein kan visuele informatie namelijk [zestigduizend keer](#) sneller verwerken dan tekst. Al met al is videomarketing dus een middel dat retailers niet links kunnen laten liggen. Horlogemerkt Bulova haakte in 1941 al aan op de mogelijkheden van video, door 's werelds eerste tv-reclame uit te zenden. Marketingbureau Conductor zet in deze infographic meer merken en partijen op een rij die op originele wijze gebruikmaken van videomarketing.