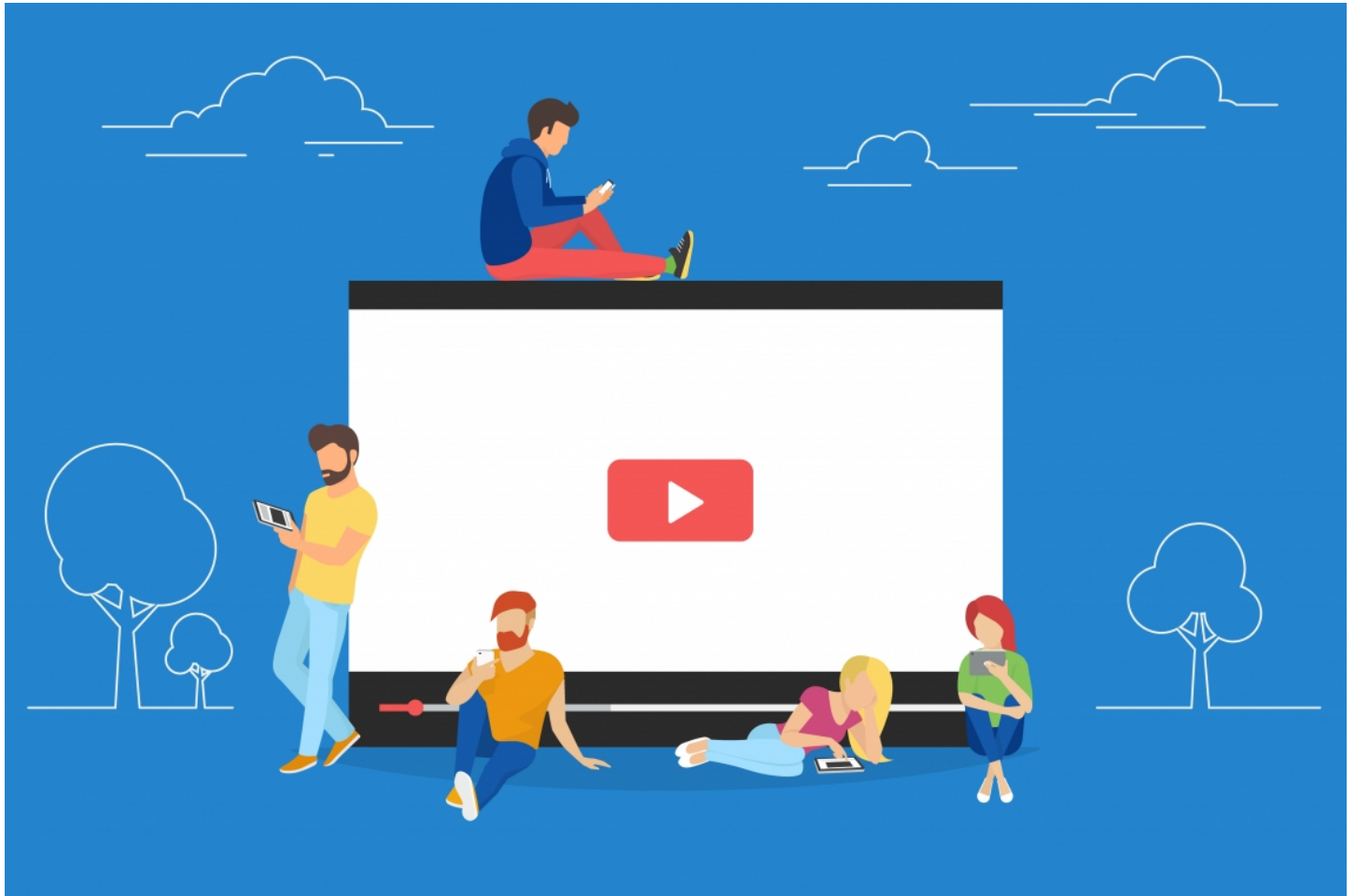


# Wat consumenten verwachten van videocontent

29-11-2016 09:49



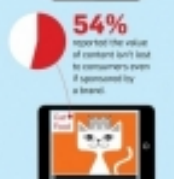
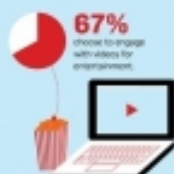
Dat een video gesponsord wordt door een merk, doet voor een meerderheid van de consumenten niet af aan de waarde ervan. Ook vindt meer dan de helft video's een goede manier om de werking van een product te leren en is ruim een derde zelfs bereid persoonlijke informatie te delen, als de content die ze te zien krijgen hen maar bevalt. Maar waar zit precies de kracht van goede videomarketing? Accenture vroeg het duizend consumenten, en zette de resultaten op een rij in deze infographic.

# Decoding Video

Consumers are open to branded content, but there are some caveats.

## What they want

People have an insatiable desire for content that stimulates. This content also helps consumers to new brands.

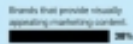


33% would register with a brand and share basic personal info in exchange for free, compelling content.

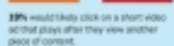
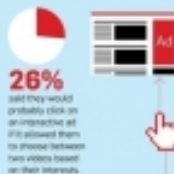
Consumers prefer mediums that simulate human interaction and provide visual components.



They are drawn to:



### Choice is paramount

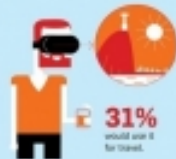


### BUT THE CONSUMER DOESN'T WANT TO BE INTERRUPTED UPON



### Virtual Reality

Most consumers are seeing virtual reality implemented as entertainment, but this can be the gateway into other application areas.



### Businesses are also taking note of the video shift

Video is quickly becoming the most prominent way for businesses to communicate key info to employees and customers.



