Eri julkaisukanavat videoille – miksi tarvitaan erilaisia kanavia?

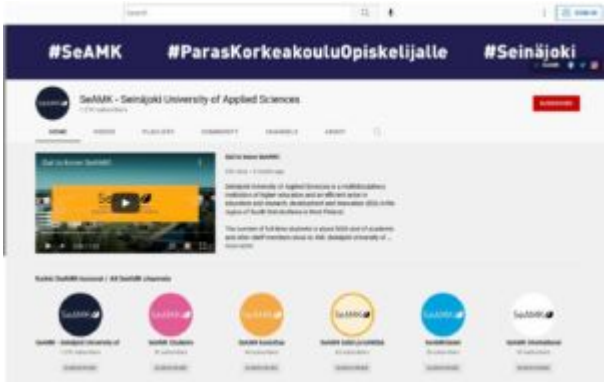
22.7.2022

Ladataan video yhdelle julkaisualustalle ja linkitetään sieltä muihin palveluihin – se riittää?

Linkityksen ja linkkien kautta tehtävä videoiden jakaminen ei ole enää käyttäjäystävällisin ja tarkoituksenmukaisin tapa toimia. Erilaisia kanavia ja alustoja medialle on enemmän kuin saatamme muistaakaan. Niiden määrä myös kasvaa jatkuvasti. Alustojen käyttötarkoitus on keskenään erilainen käyttäjäkunnan painottuessa eri sovelluksissa eri tavalla. Sosiaalisen median kanavat ovat vuosien aikana myös erikoistuneet – ehkä käyttäjiensäkin käyttötottumusten johdosta hieman erilaisiin medioihin. Monet käyttäjät käyttävätkin esimerkiksi tiettyä some-kanavaa vain yhteen tarkoitukseen ja toista kanavaa toiseen.

Eri alustoja eri käyttötarkoituksiin

Markkinoinnin ja viestinnän näkökulmasta YouTube on erittäin hyvä yleiskanava videoille. Vimeo on kokonaisuutena paras vaihtoehto livestriimauksiin, mutta myös YouTube on toimiva, helppo ja ilmainen työkalu. Facebook, Instagram ja TikTok ym. alustat ovat videon näkökulmasta lähtökohtaisesti hyvin erilaisia alustoja kuin aiemmin mainitut.



Eri videoversioita ja kuvakokoja kohderyhmien tavoittamiseksi

Moninaisten alustojen lisäksi on huomioitava, että yksi versio videosta ei enää ole optimaalisin ja paras julkaisutapa – jos halutaan saada mahdollisimman laajaa kattavuutta, huomiota ja kohdentaa video tietylle yleisölle. On huomioitava eri resoluutiot ja kuvakoot. Perinteisessä 16:9-kuvasuhteessa oleva video ei olekaan enää ainut vaihtoehto. Videon pituus on myös erittäin tärkeä tekijä. Liian pitkä video ei menesty, jos sisältö ei ole laadukasta. Video voi olla teknisesti huono ja menestyä silti, jos sen sisältö on kiinnostavaa. Sisällöllä täytyy saada katsoja todella kiinnostumaan ja koukuttumaan, jotta hän jaksaa katsoa pitempään: Videossa pitää siis olla ns. pitovoimaa.

Toisilla julkaisualustoilla käytetään yksittäisen videon katseluun enemmän aikaa, kun taas toisessa videon maksimipituus on jo palvelun puolesta rajattu. Videoiden määrällinen kulutus käyttäjätasolla vaihteleekin siis julkaisualustojen välillä suuresti.

Peruskysymyksiä, joita kannattaa miettiä aina videota tuotettaessa ovat esimerkiksi: mitä haluan saada videolla aikaan ja miksi sekä kenelle video on suunnattu. Tällöin tulee mahdollisesti vastanneeksi jo kysymykseen – mihin videon lataisin?

Joni-Petteri Tuhkanen
av-tuottaja, SeAMKin markkinointi ja viestintä