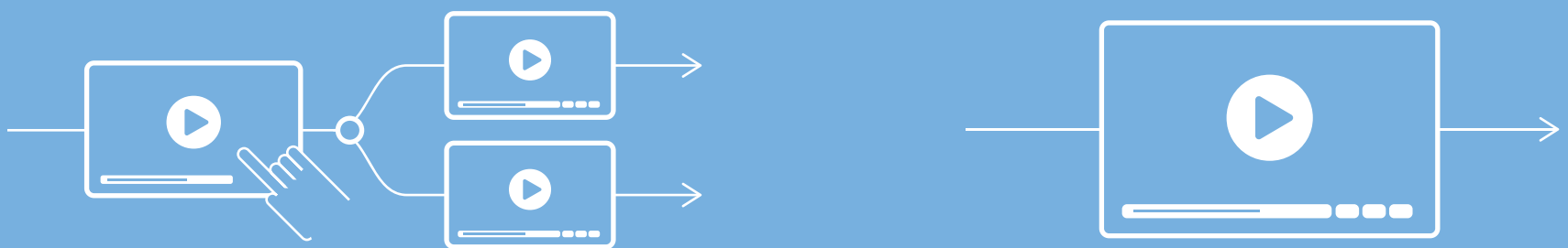


Consument kiest interactieve video



INTERACTIEVE VIDEO

VS

LINEAIRE VIDEO

Consumenten navigeren graag op eigen tempo en waarderen interactieve toevoegingen zoals verdieping en downloadmogelijkheden.

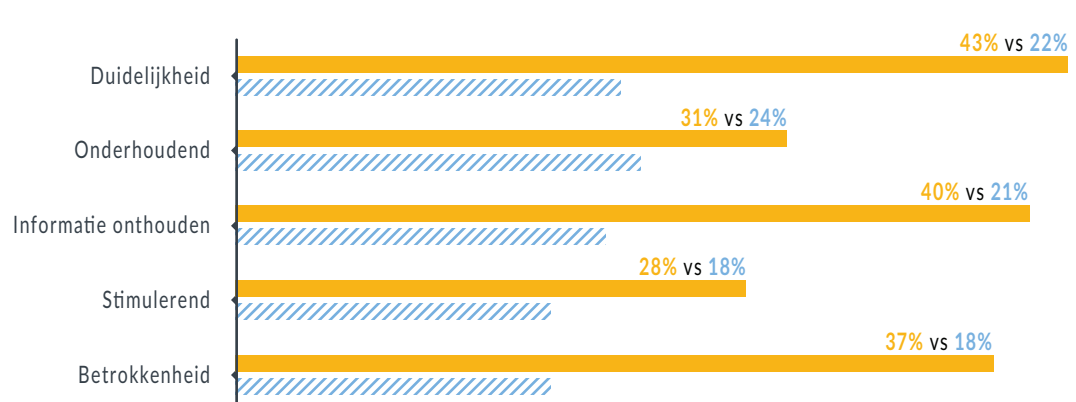
De inzet van interactieve video is enorm in opkomst. Maar hoe kijkt de consument eigenlijk tegen deze vorm van video aan? In dit onderzoek keken en beoordeelden 1000 consumenten interactieve en lineaire kookvideo's.

Bij de interactieve video kon ik in mijn eigen tijd bepalen wat belangrijk was, dat gaf een minder gejaagd gevoel. Bij de lineaire video zou ik met pen en papier zitten noteren waardoor ik de essentie van de kookles zou hebben gemist.

Aan de ene kant vind ik het fijn dat de video zo snel gaat maar aan de andere kant gaat het wel erg snel. De ingrediënten en hoeveelheden kun je haast niet onthouden.

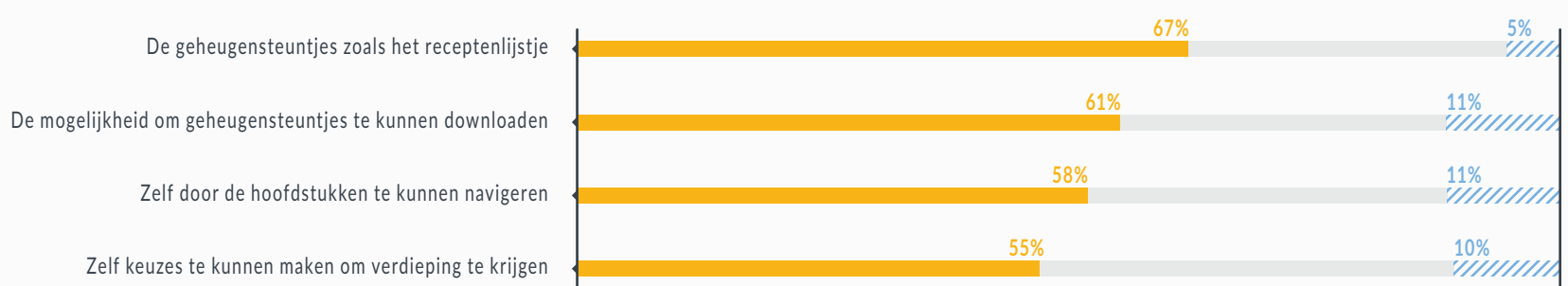
De interactieve video werd onder meer beter beoordeeld op de volgende aspecten:

— Interactieve video
— Lineaire video

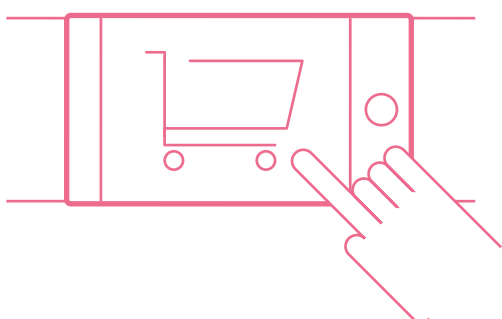


Wat vond u van...

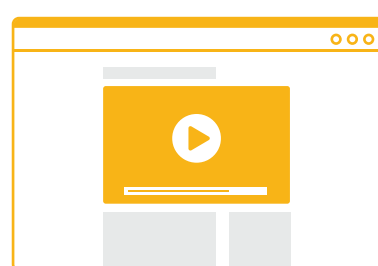
— Prettig / handig
— Niet zo prettig / onnodig



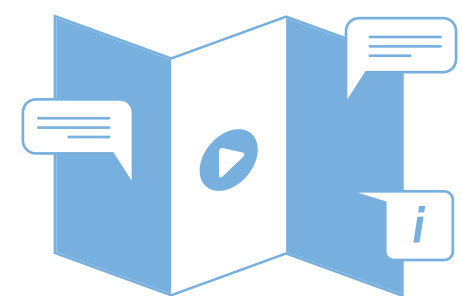
KIJKGEDRAG & CUSTOMER JOURNEY



40%
Bekijkt 1 of meerdere productvideo's als hij een product wilt gaan kopen



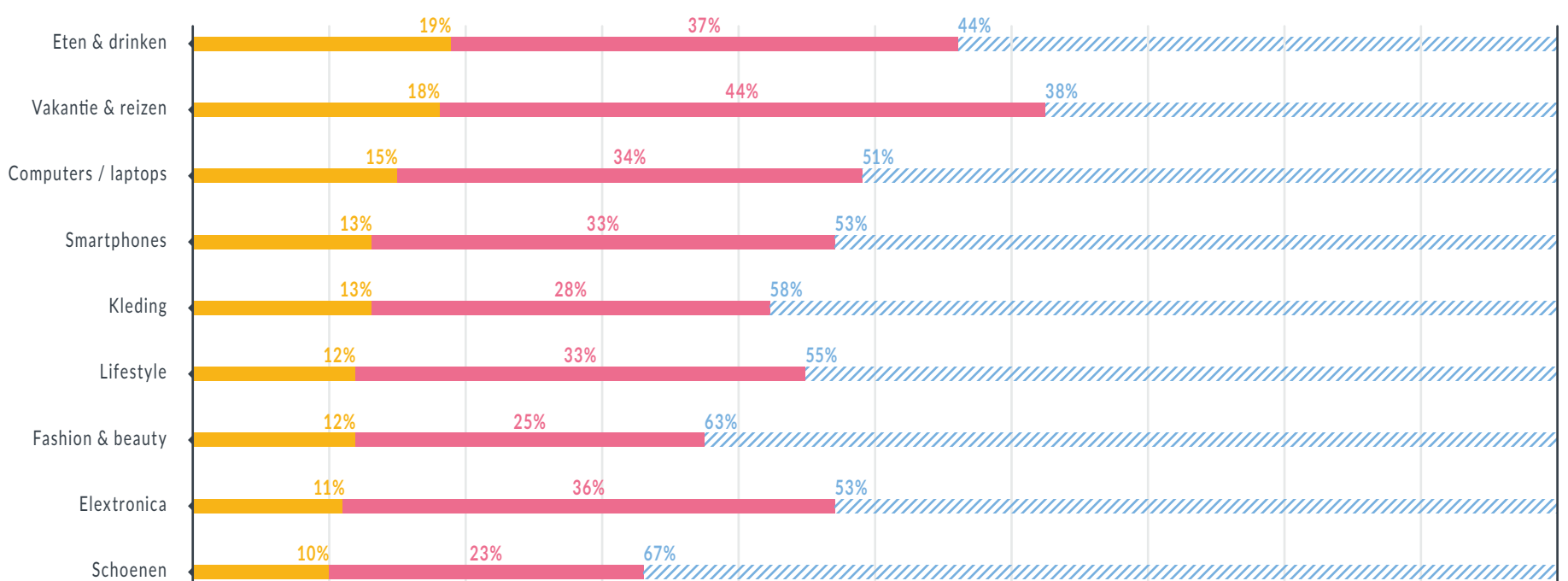
41%
vindt dat bedrijven video's op hun website horen te hebben



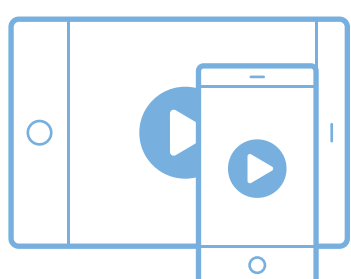
Een ruime meerderheid geeft tevens aan dat een online video meer informatie geeft dan website teksten of brochures.

In hoeverre bekijkt u wel eens online video's over onderstaande categorieën om u te oriënteren op een eventuele aankoop?

— Geregeld
— Soms
— Nooit



50%
Kijkt minimaal 4-5 keer per week naar online video's



+25%
Kijkt op smartphone en tablet

