

VerbanoNews

Le news del Lago Maggiore

Perché il video è la più potente forma di comunicazione? Ecco la spiegazione

divisionebusiness · Friday, March 29th, 2024

Il **video** è universalmente riconosciuto come **una delle forme più potenti di comunicazione** disponibili oggi. La ragione risiede nel suo essere capace di offrire un'esperienza multisensoriale, cioè capace di coinvolgere la vista e l'udito in un mix composito di parole, suoni, testo e narrativa.

È anche per questo che gli **spot pubblicitari** continuano a rimanere sul mercato pubblicitario nonostante il web abbia completamente ribaltato i vecchi paradigmi tradizionali. A sostenere la **potenza comunicativa del video** vi è più di una fonte autorevole; l'aspetto più interessante è che tali conclusioni provengano da più ambiti di studio, cioè dalla psicologia, dalla sociologia e dalle scienze della comunicazione.

Ma perché il video è così potente? Vediamolo insieme.

I video funzionano perché sono multi-sensoriali

Per Psychology Today la potenza nel video risiede proprio nell'appena citata **multi-sensorialità**, cioè la presenza di più canali di ascolto che, uniti assieme, danno vita ad un **impatto comunicativo** di una certa entità. Quando guardiamo un video, infatti, non solo vediamo e ascoltiamo ciò che ci viene presentato ma ci immergiamo nella storia al punto da rimanere completamente assorti durante la visione.

La capacità del video di **trasmettere informazioni** in modo **chiaro e coinvolgente** è così notevole da aver attecchito rapidamente nel **marketing**. Grazie alla narrazione visiva, infatti, è possibile **raccontare storie complesse** in modo chiaro, creare **connessioni** con il pubblico e, sì, anche **persuadere** alla vendita. Questo rende il video particolarmente efficace nel trasmettere concetti complessi, presentare prodotti o servizi in modo coinvolgente e, infine, nell'ispirare azioni presso gli spettatori.

Il video deve essere “memorabile”

Il video è un contenuto **“memorabile”**, nel senso che è più facile che si imprima nella memoria delle persone. Le persone, infatti, tendono a ricordare meglio le informazioni di un video rispetto a quelle che possono leggere su un foglio o semplicemente ascoltare da una radio.

Questo è perché si hanno, in genere, maggiori capacità di **ricordare ciò che è vivido, tangibile e reale** rispetto a qualcosa di astratto o da immaginare da zero. I contenuti video, in pratica, possono

lasciare un'impressione duratura nella mente degli spettatori e aumentare la probabilità che il messaggio resti impresso.

La **portata** e l'**accessibilità** del video, per finire, sono certamente vantaggiose. Grazie alla diffusione di Internet e dei social media, infatti, i video possono raggiungere un vasto pubblico, in tutto il mondo e nell'immediato. Le piattaforme video online offrono una vasta gamma di contenuti e sono le migliori occasioni di lancio per creator e aziende desiderosi di raggiungere un sempre maggior numero di spettatori.

Non è un caso se i **social emergenti**, come Tiktok o Twitch per citarne un paio, vertono interamente sul contenuto video: è proprio grazie a questi che, oggi, queste piattaforme vantano la concentrazione del maggior numero di creator e di influencer di fama globale. In futuro, forse, il video diventerà ancora più pervasivo nelle nostre vite e, magari, già nel breve, potremo vivere **esperienze realistiche e incredibili** indossando un visore.

This entry was posted on Friday, March 29th, 2024 at 6:00 am and is filed under [Senza categoria](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Responses are currently closed, but you can [trackback](#) from your own site.