

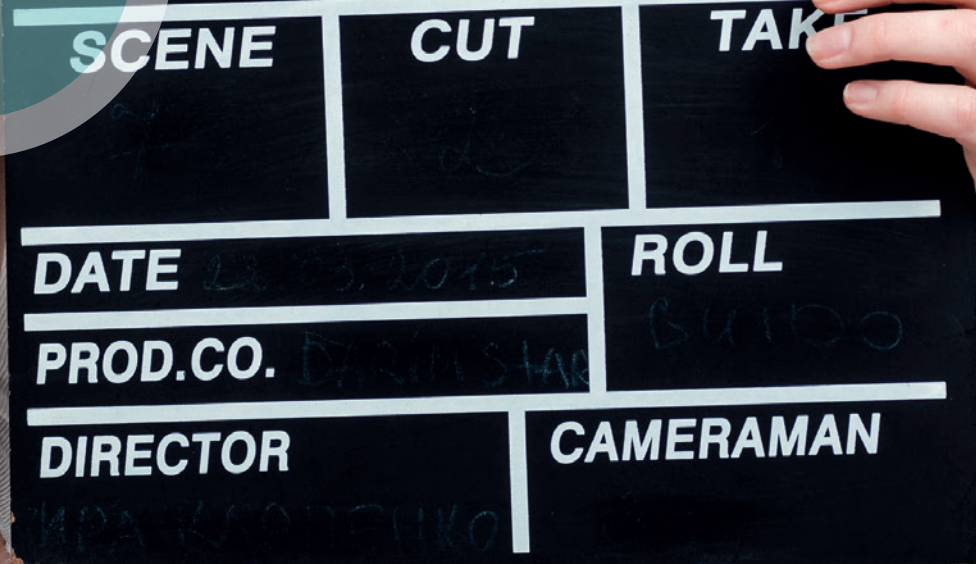
EXKLUSIV



SELLWERK

SETZ DEIN UNTER- NEHMEN ATTRAK- TIV IN SZENE

ERFOLGREICHER EINSATZ
VON VIDEOS IM ONLINE-
MARKETING



© speed300 - stock.adobe.com

SETZ DEIN UNTERNEHMEN ATTRAKTIV IN SZENE

ERFOLGREICHER EINSATZ VON VIDEOS IM ONLINEMARKETING

Dass sich durch die Digitalisierung einige Marketingstrategien ändern und anpassen müssen, ist kein Geheimnis. Denn wie auch du bestimmt schon gemerkt hast, liegt der Fokus mittlerweile immer mehr im Online Marketing. Plakate und Magazine verfehlen zwar nicht ihren Sinn, doch durch gezielte Online Kampagnen lassen sich einfach mehr Kunden erreichen. Und das auch zurecht, denn mit Videos können Menschen viel emotionaler berührt werden als es reine Bilder oder Texte können. Wir verraten die Videomarketing Grundlagen, Anwendungsbereiche und Tipps.

Schätzungen zufolge haben mehr als 5 Milliarden Menschen ein mobiles Endgerät. Hinzu kommt noch die Verbesserung einer schnelleren Internetverbindung, die das reibungslose Abspielen von bewegten Bildern möglich macht. Durch Videos wird darüber hinaus ein positiver Gesamteindruck vermittelt. Bewegbild schafft Vertrauen und lockert schwierige Sachverhalte durch die bildliche Darstellung auf.



ZAHLEN UND FAKTEN ÜBERS VIDEOMARKETING

DIE PERFEKTE LÄNGE

Für Social Media Plattformen sollte ein Video so kurz wie möglich sein
Für Videocontent liegt der Richtwert 30 Sekunden.

DER PERFEKTE AUGENBLICK

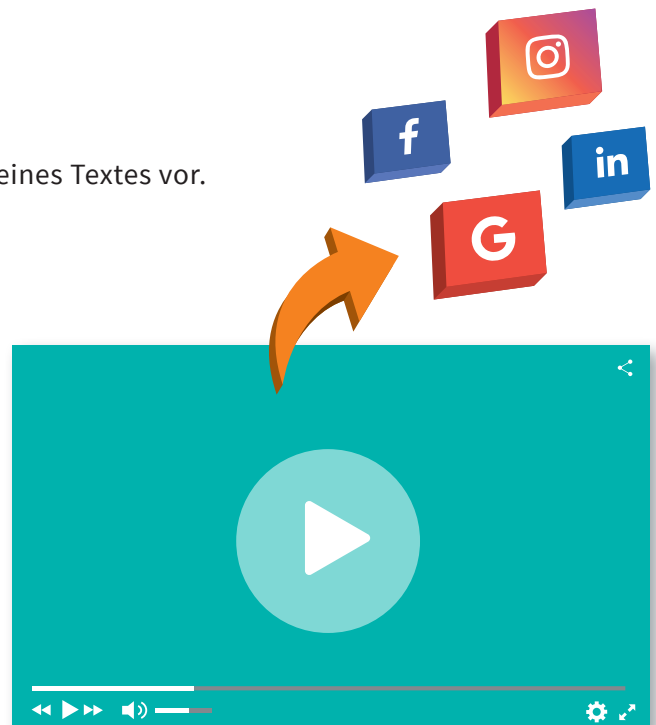
Videos sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken und haben eine hohe Relevanz.
Im Durchschnitt schauen Personen 1,5 Stunden Videos pro Tag.

DIE PERFEKTE LÖSUNG

Potenzielle Kunden ziehen ein Video gegenüber eines Textes vor.
62% aller Konsumenten schauen lieber Videos.

DAS PERFEKTE PRODUKT

Seit Corona ist der Anteil von Videoinhalten stetig gestiegen. Es wurden im Vergleich 20% mehr Videoinhalten konsumiert.



EINSATZ VON IMAGEFILMEN

WEBSITE

Mit einem Imagefilm auf deiner eigenen Website kannst du nicht nur Informationen vermitteln, sondern auch mit Emotionen die Nutzer binden. Dadurch kannst du dir ein positives Image deines Unternehmens aufbauen und ihm ein Gesicht geben.



Dein Firmenvideo kannst du auf verschiedenen Plattformen für verschiedene Funktionen einsetzen.

EINSATZ ALS SEO TOOL

Wenn du dein Firmenvideo oder Imagefilm auf deiner Website hochlädst, kann sich das positiv auf SEO auswirken und dein Unternehmen erscheint dadurch im Suchmaschinen Ranking weiter oben. Warum? Texte werden ungern gelesen und die Inhalte werden in einem Video verständlicher und in kürzerer Zeit kommuniziert. Häufig verlassen Nutzer die Website schneller, wenn sie mit viel Text gefüllt ist. Schaut sich allerdings jemand dein interessantes und gut gemachtes Video an, erhöht sich die Verweildauer auf deiner Webseite, was wiederum einen guten Einfluss auf dein Google Ranking hat.

Lädst du dein Video auf "YouTube", der weltweit zweitgrößten Suchmaschine, hoch und verwendest dabei noch einen interessanten Titel, kann dies ebenfalls einen positiven Einfluss haben, wenn dein Video hier gut ankommt und fleißig geteilt wird.

Durch den Einsatz von Videos kann sich deine SEO Relevanz erhöhen.



SOCIAL MEDIA

Neben der eigenen Website lassen sich vor allem auch auf verschiedenen Social Media Plattformen wie zum Beispiel Youtube, Facebook oder Instagram kostenlos Videos hochladen. Hierbei sollte man vor allem den viralen Aspekt bedenken, denn die Nutzer können dein Video teilen und dir dadurch eine höhere Reichweite und Aufmerksamkeit verschaffen.

Auf Social Media können Videos direkt kommentiert oder geteilt werden.

MESSEN

Auf Messen kannst du mit einem kurzen Imagefilm dein Unternehmen präsentieren. Auf großen Bildschirmen oder per Beamer auf Leinwände projiziert, ziehst du die Aufmerksamkeit der Besucher auf deinen Messestand.

Sichere dir auf Messen durch den Einsatz von Video mehr Aufmerksamkeit.



FÜR WELCHE BRANCHEN SIND FIRMENVIDEOS BESONDERS RELEVANT?

1

ANWÄLTE

In der Regel sind Anwälte für Klienten eine große Investition. Daher ist es wichtig, sofort Vertrauen zu gewinnen. Aus diesem Grund bietet sich ein Video optimal an. Hier kann sich der potenzielle Kunde sofort ein Bild vom Unternehmen machen und eine Verbindung herstellen.

2

GESUNDHEITSWESEN

Im Gesundheitsbereich sieht es ähnlich aus. Gesundheit ist ein wichtiges Thema. In diesem Bereich möchte man sich als Patient gut aufgehoben fühlen und den passenden Arzt oder die passende Praxis für sich selbst finden. Daher ist eine Vertrauensbasis hier die Grundlage. Durch den Einsatz von Bewegtbild, kann ein einladendes und sicheres Image transportiert werden.

3

GASTRO/RESTAURANTS

In der Gastrobranche wimmelt es nur so von Gelegenheiten für Videos. Schaffe deinen Gästen einen ersten Einblick in deine Lokation, einen Blick hinter die Kulissen in deine Küche und Bilder von deinen Gerichten, die auf der Speisekarte stehen.

4

REISEN

Reisezeitschriften sind toll. Aber noch besser sind Videos. Bringe deine Zuschauer direkt an den Strand, in das Flugzeug oder in die Berge, bevor sie überhaupt dort ankommen. Das ist überzeugend und transportiert Emotionen.

5

FINANZBRANCHE

In der Finanzbranche dreht sich sehr viel um Zahlen und der Versuch ein Bild zu verkaufen. Eine sichere Zukunft, ein angenehmer Ruhestand. Durch den Einsatz von Videos kannst du Gefühle und Emotionen vermitteln, wo der Text vielleicht manchmal zu kurz kommt.

6

HANDWERKER

Handwerker können Videos nutzen, um sich sympathisch und professionell zu präsentieren. Vom ersten Augenblick an können sich Kunden einen Eindruck vom Betrieb schaffen und du schaffst dir mit deinem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil.

FIRMENVIDEOS FÜR KLEINE LOKALE UNTERNEHMEN

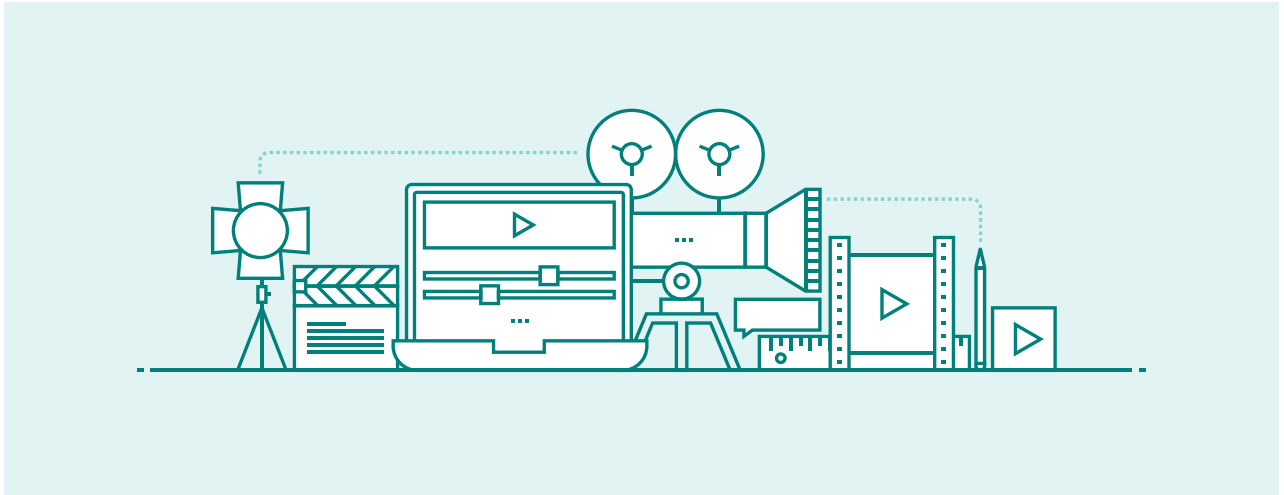
Als lokales Unternehmen kannst du lokale Anzeigen z.B in der Zeitung schalten oder Plakatwerbung in der Umgebung buchen. Doch durch den Einsatz von Video können auch kleine Unternehmen neue und mehr potenzielle Kunden erreichen und ihre Zielgruppe erweitern. Deine Zielgruppe ist zwar lokal, aber deswegen ist sie trotzdem auch digital und online unterwegs.

Auch als kleines lokales Unternehmen kannst du dich mit einem Firmenvideo von deiner Konkurrenz abheben und dir weitere Vorteile sichern.

ARTEN VON IMAGEFILMEN

- Produkt/Dienstleistung
- Events
- Kinowerbung
- Recruiting
- Social Media: Facebook + Instagram





WAS MACHT EIN GUTES VIDEO AUS?

- Eine gute kreative Idee
- Ausrichtung auf die Zielgruppe
- Professionelle Produktion
- Reichweite in der Verbreitung

EMOTIONEN AUSLÖSEN UND IM GEDÄCHTNIS BLEIBEN

Gegenüber anderen Werbemitteln fällt es bei audiovisuellen Medien wie dem Videomarketing leichter, mehrere Sinne gleichzeitig anzusprechen und somit den Zuschauer auf emotionaler Ebene zu erreichen. Mit einem passenden Storytelling, also einer Geschichte, bleibt ein kurzer Imagefilm oder ein Werbevideo länger in Erinnerung und man verbindet durch die ausgelösten Emotionen wie Überraschung, Freude, Vergnügen oder Neugier etwas Positives mit deinem Unternehmen. Beachte dabei aber unbedingt die Länge des Videos, maximal 60 Sekunden sind ideal, ansonsten kann es passieren, dass dein Video nicht bis zum Schluss geschaut wird.

Video holen den Zuschauer auf der emotionalen Ebene ab und bleiben besser im Gedächtnis.

SCHNELLERE UND ERFOLGREICHE KOMMUNIKATION

“BILDER SAGEN MEHR ALS TAUSEND WORTE, ABER EIN VIDEO SAGT MEHR ALS TAUSEND BILDER.”



An dieser Aussage ist was dran, logisch: Denn ein Flyer beispielsweise kann zwar viele Informationen enthalten, aber ein Video kann in kürzester Zeit diese Inhalte schneller und ansprechender transportieren. Noch dazu bleibt ein Video länger und besser im Gedächtnis als ein reiner Text. Dass Videomarketing und Werbefilme auch wirklich funktioniert und die Konvertierung steigert, zeigen uns Statistiken: Rund 81% der Verbraucher kaufen ein Produkt oder nehmen eine Dienstleistung in Anspruch, nachdem sie sich ein Video angesehen haben. Wichtig ist hierbei am Ende des Videos einen Call-to-Action einzufügen. Hiermit steigert man die Interaktion und bringt den Nutzer dazu die gewünschte Handlung (z.B kaufen, Newsletter abonnieren, Video teilen, Link klicken ...) auszuführen.

VERTRAUEN SCHAFFEN

Als Kunde ist es häufig nicht leicht, sich mit einem Unternehmen zu identifizieren und herauszufinden, was wirklich dahintersteckt. In manchen Fällen helfen Bewertungen und Erfahrungen anderer, sich ein erstes Bild zu machen. Doch letztendlich will der Kunde sich trotzdem seinen eigenen Eindruck verschaffen. Mit Hilfe eines kurzen Videos kannst du mit deinen potentiellen Kunden authentisch kommunizieren. Dadurch baust du Vertrauen auf, grenzt dich von deinen Mitbewerbern ab und kannst sie letztendlich durch die spezielle Bindung von deinem Unternehmen überzeugen.

Videos können in kürzester Zeit und einfach verpackt eine Menge an Informationen vermitteln.

Baue durch Videos leichter Vertrauen zu deinen Kunden auf.

EIN FIRMENVIDEO PRODUZIEREN

IDEENFINDUNG

Bevor es mit der Filmproduktion losgeht, gibt es vieles zu beachten. Ein Firmenvideo lebt von der Idee. Sie ist das Herzstück und die Basis des fertigen Films. Daher ist es wichtig einen Grundansatz zu finden, worüber der Film handeln wird. Sammle Vorschläge und tüftele an der Idee, bis sie fertig ausgearbeitet und geformt ist.

ZIELGRUPPE

Wen möchtest du mit deinem Imagefilm erreichen? Wer soll sich angesprochen fühlen? Je nach Zielgruppe sind unterschiedliche Medien und Kanäle sinnvoll und verlangen eine andere Art an Firmenvideo.

PLANUNG/BRIEFING

Je detaillierter das Briefing ist, desto leichter ist später die Umsetzung. Das Skript umfasst alle Ideen in Stichpunkten oder in ganzen Sätzen. Skizzen und Zeichnungen können die Inhalte zudem visualisiert unterstützen.

REALISIERBARKEIT/BUDGETIERUNG

Wichtig ist natürlich, dass du dir im Vorhinein überlegst, was du dir vorstellst innerhalb des angedachten Budgets. Wie viel Budget ist eingeplant, an welchen Punkten kann womöglich noch gespart werden?

Egal ob du den Bekanntheitsgrad deiner Marke steigern möchtest, neue Mitarbeiter gewinnen möchtest, dein Image verbessern möchtest, den Verkauf deiner Produkte und den Umsatz steigern möchtest, Videomarketing kann dir bei der Erreichung verschiedenster Unternehmensziele helfen. Im Gegensatz zu TV-Werbung oder Kinowerbung kann man beim Videomarketing Streuverluste reduzieren und das Video exakt an die gewünschte Zielgruppe ausspielen.

