

Unternehmensclips / Image-Videos

BEST PRACTICE

Show Cases / kurze Erklärung

PRODUCTION _____

DIRECTOR _____

CAMERA _____

SCENE

TAKE

INHALTSVERZEICHNIS

01

INHALTSVERZEICHNIS

02

ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

A) ÜBERSICHT

03

SHOW CASES

A) KUNDENBEISPIEL

B) KUNDENBEISPIEL MIDI

C) KONKURRENZANALYSE VERSICHERER

04

STATISTIKEN

A) ÜBERSICHT

05

SEO-RELEVANZ

A) ALLGEMEIN

B) BELASTBARE ZAHLEN

06

ZUSAMMENFASSUNG



2. ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

A) ÜBERSICHT

Video-Marketing / Video-SEO ist **kein vorübergehender Trend**. Seit langer Zeit befindet sich diese Marketing-Disziplin auf einem **stetigen Wachstumspfad**.

Und es sieht nicht so aus, als würde sich das in absehbarer Zeit ändern.

Video-Marketing ist vielschichtig und fängt bei einer **soliden Grundpräsenz** durch einen Unternehmensclip / Image-Video an, welches Ihre Sichtbarkeit komplementiert (**Profilvervollständigung**) und schnell und attraktiv Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen, sowie Ihre Erreichbarkeit in dem aktuell am **stärksten wachsenden** und genutztem **Medium am Markt** präsentiert.

Darüber hinaus gibt es noch viele weitere Möglichkeiten, die **Sichtbarkeit** Ihres Unternehmens durch Video-Marketing **zu steigern**.

Video-Content gehört zu den **größten Treibern im Internet**; Plattformen wie Google, YouTube, Facebook, Instagram und TikTok profitieren davon enorm und bringen Nutzer und Unternehmer direkt zusammen.

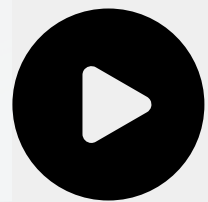
Weitere kommen stetig hinzu, wie aktuell Xing und Linkln mit **Fokus auf Video-Inhalten** beweisen.



2. ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

A) ÜBERSICHT

Folgend einige exemplarische Beispiele, wo Video-Marketing **erfolgreich** zur **Steigerung der Sichtbarkeit** von Unternehmen geführt hat und deren **Umsätze** dadurch **gesteigert werden** konnten.



Wissen Sie, was eines der erfolgreichsten Erklärvideos auf YouTube ist? Es heißt „How to open a bottle of wine – without a corkscrew“. In dem nur 49 Sekunden langen Clip erklärt der Winzer Stephen Cronk, wie Sie eine Weinflasche ohne Korkenzieher öffnen. Über 12,5 Millionen Views bekam das Video bislang – und das Weingut Maison Mirabeau jede Menge Aufmerksamkeit und eine merkliche Umsatzsteigerung.



Video-Marketing ist nicht nur für große Unternehmen relevant, sondern für jeden Unternehmer, um die Bekanntheit und das Vertrauen in das Unternehmen zu steigern. Ein gutes Beispiel dafür ist der Solo-Selbstständige „steuerfabi“. Fabian Walter ist in die Videoproduktion eingestiegen, um für sich als Steuerberater zu werben. Seine kurzen Clips / Videos postet er auf mehreren sozialen Netzwerken. Und das mit großem Erfolg: Auf TikTok hat er über 601.000 Follower und Followerinnen, auf Instagram über 216.000 (Stand: März 2021). Durch die gestiegene Bekanntheit konnte der Umsatz signifikant gesteigert werden.



2. ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

A) ÜBERSICHT

33 Minuten am Tag konsumieren Deutsche heute im Durchschnitt kostenlose Online Videos mit einer **steigenden Tendenz**. Unser Hirn verarbeitet Bewegtbild **60.000 mal schneller** als Text.
Kein Wunder also, dass Video Content so **erfolgreich im Marketing** ist.

Wie alle Werkzeuge und Hilfsmittel zur Steigerung der Sichtbarkeit und der Suchmaschinenoptimierung sind Unternehmensclips / Image-Videos keine Wunderwaffe, sondern gehören inzwischen zu den **elementaren Instrumenten** im Marketing-Mix.

Je besser Ihre Online Marketing-Maßnahmen aufeinander abgestimmt sind, um so **sichtbarer und erfolgreicher** wird Ihr Unternehmen sein.
Schon länger reicht eine Webseite dafür alleingenommen nicht mehr aus. Es müssen **viele Maßnahmen**, wie z.B. ein Google Business Profil, Listing, Social Media Aktivitäten, qualifizierter Content, usw. ineinander wirken.

Hochwertiger Content ist King.

Ein Unternehmensclip **erweitert Ihren Content**, präsentiert Ihr Unternehmen in vielen **relevanten Quellen** und **ergänzt** Ihre bisherigen **Marketing-Maßnahmen** professionell und **wirksam**.

Ein Unternehmensclips / Image-Video ist **ein muss, um** auch weiterhin zukunftsweisend **Sichtbar** zu bleiben, oder es **zu werden**.



2.ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

A) ÜBERSICHT

Eine Hubspot Studie zum Thema Video-Content aus dem Jahr 2018 zeigt, dass **Nutzer online** immer **mehr Videos konsumieren** und sich audiovisuelle Inhalte auch von Unternehmen wünschen.

Daher sollten auch Unternehmen vermehrt darauf achten, **Clips / Videos** mit **in ihre Content Strategie** und Marketingkommunikation **einzubeziehen**.

Clips / Videos **erregen die Aufmerksamkeit** der Webseiten-Nutzer und sorgen damit für eine potenziell **längere Verweildauer**.

Diese signalisiert eine **positive Nutzererfahrung** durch qualitativen und für den Nutzer **relevanten Content**. Für Suchmaschinen ist eine lange Verweildauer und somit auch eine geringere Absprungrate ein Anzeichen dafür, dass der Nutzer die gesuchte Information auf Ihrer Webseite gefunden hat und **platziert die Seite entsprechend höher** auf den Suchergebnisseiten (SERPs).

Für die Suchmaschinenoptimierung bieten Videoinhalte daher die Chance auf **bessere Rankings** und eine **positive User Experience**.

Vor Ihnen liegt ein gigantischer Markt mit **unglaublich großem Potential**.
Machen Sie mit!



3. SHOW CASES

A) KUNDENBEISPIEL

Optimierung - Kunde:

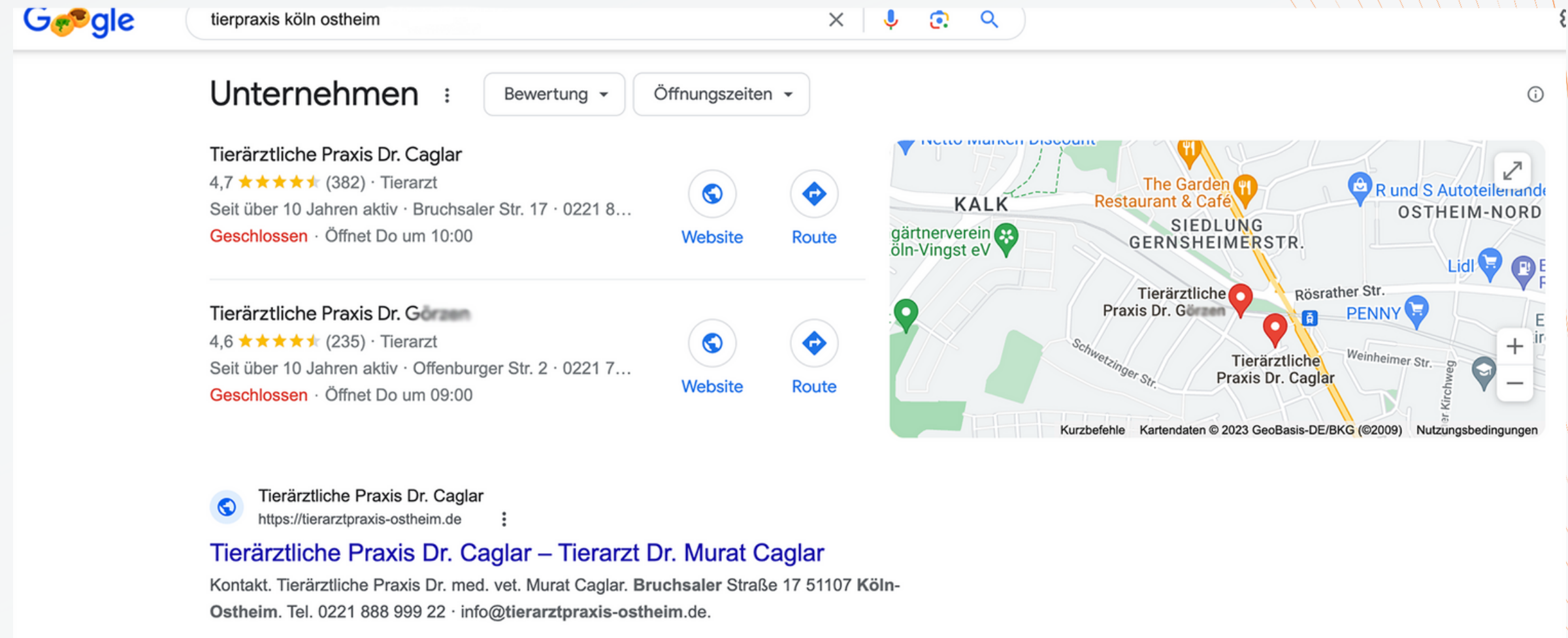
Tierärztliche Praxis Dr. G...
(Kunde will nicht genannt werden)

Rahmenbedingungen:

- schwieriges Umfeld, direkte Konkurrenz in unmittelbarer Nähe
- Kunde hatte bereits Webseite, Google Business Profil, Listing und ist auf Facebook aktiv
- Keine YouTube Präsenz
- Konkurrent organisch und mobil auf 1.
- Ziel: Kunde wollte organisch und mobil auf Platz 1

Ausgangssituation (vor Optimierung):

- Darstellung: Google SERPs
- Suchbegriff: Tierpraxis Köln Ostheim
- Position: >1 organisch
- Position: 2 mobil



3. SHOW CASES

A) KUNDENBEISPIEL

Optimierung - Kunde:

Tierärztliche Praxis Dr. G...

(Kunde will nicht genannt werden)

Maßnahmen:

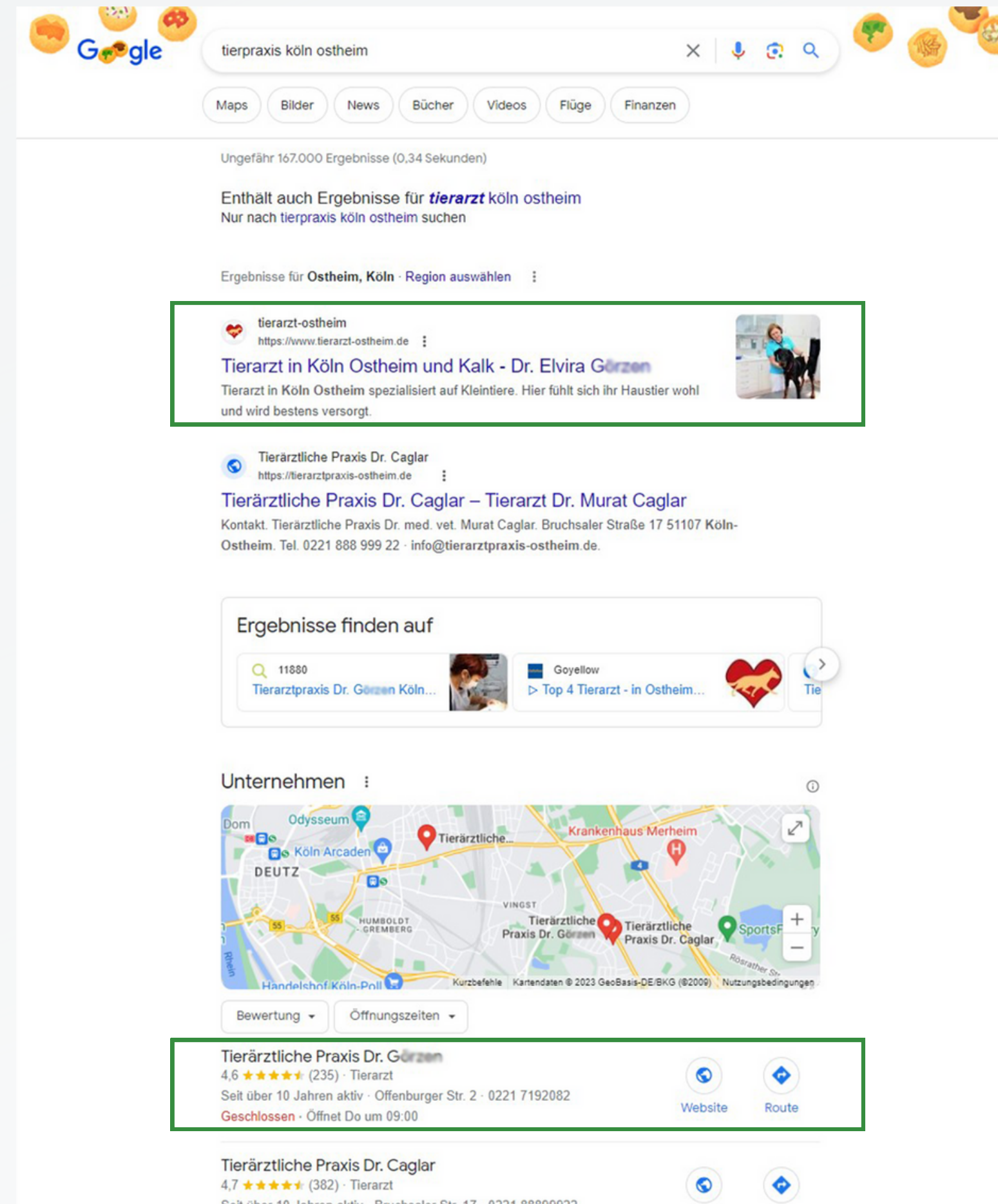
- Erstellung eines Unternehmensclips / Image-Videos
- Erstellung eines YouTube-Channels
- Platzierung des Clips auf Webseite und YouTube

Ausgangssituation (nach Optimierung):

- Darstellung: Google SERPs
- Suchbegriff: **Tierpraxis Köln Ostheim**

Ergebnis (nach Optimierung):

- Position: **1 organisch**
- Position: **1 mobil**



3. SHOW CASES

A) KUNDENBEISPIEL

Optimierung - Kunde:

Tierärztliche Praxis Dr. G...
(Kunde will nicht genannt werden)

Maßnahmen:

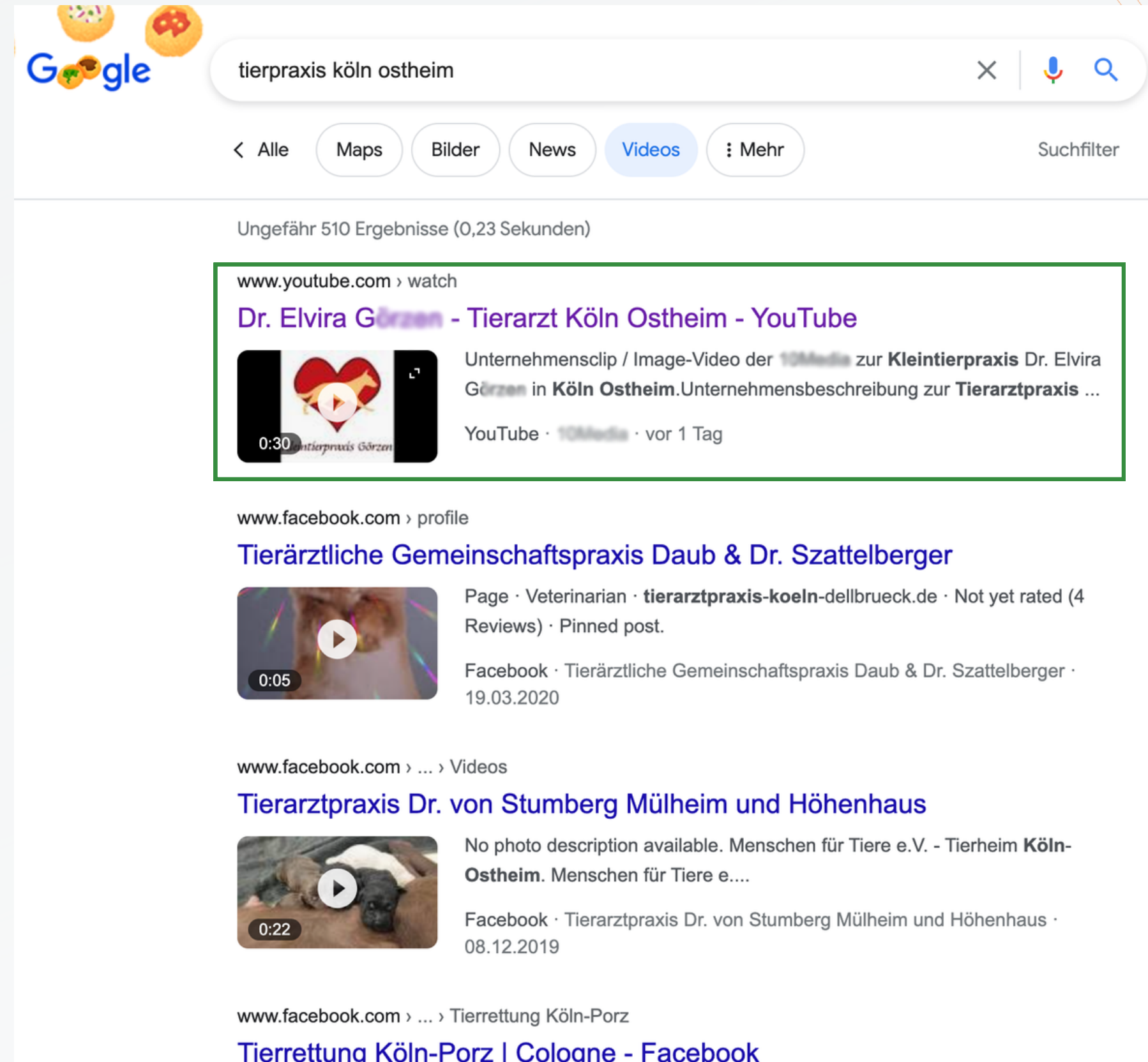
- Erstellung eines Unternehmensclips / Image-Videos
- Erstellung eines YouTube-Channels
- Platzierung des Clips auf Webseite und YouTube

Ausgangssituation (nach Optimierung):

- Darstellung: YouTube Suche (vorher keine Präsenz vorhanden)
- Suchbegriff: **Tierpraxis Köln Ostheim**

Ergebnis (nach Optimierung):

- Position: **1**



3. SHOW CASES

A) KUNDENBEISPIEL

Optimierung - Kunde:

Tierärztliche Praxis Dr. G...
(Kunde will nicht genannt werden)

Maßnahmen:

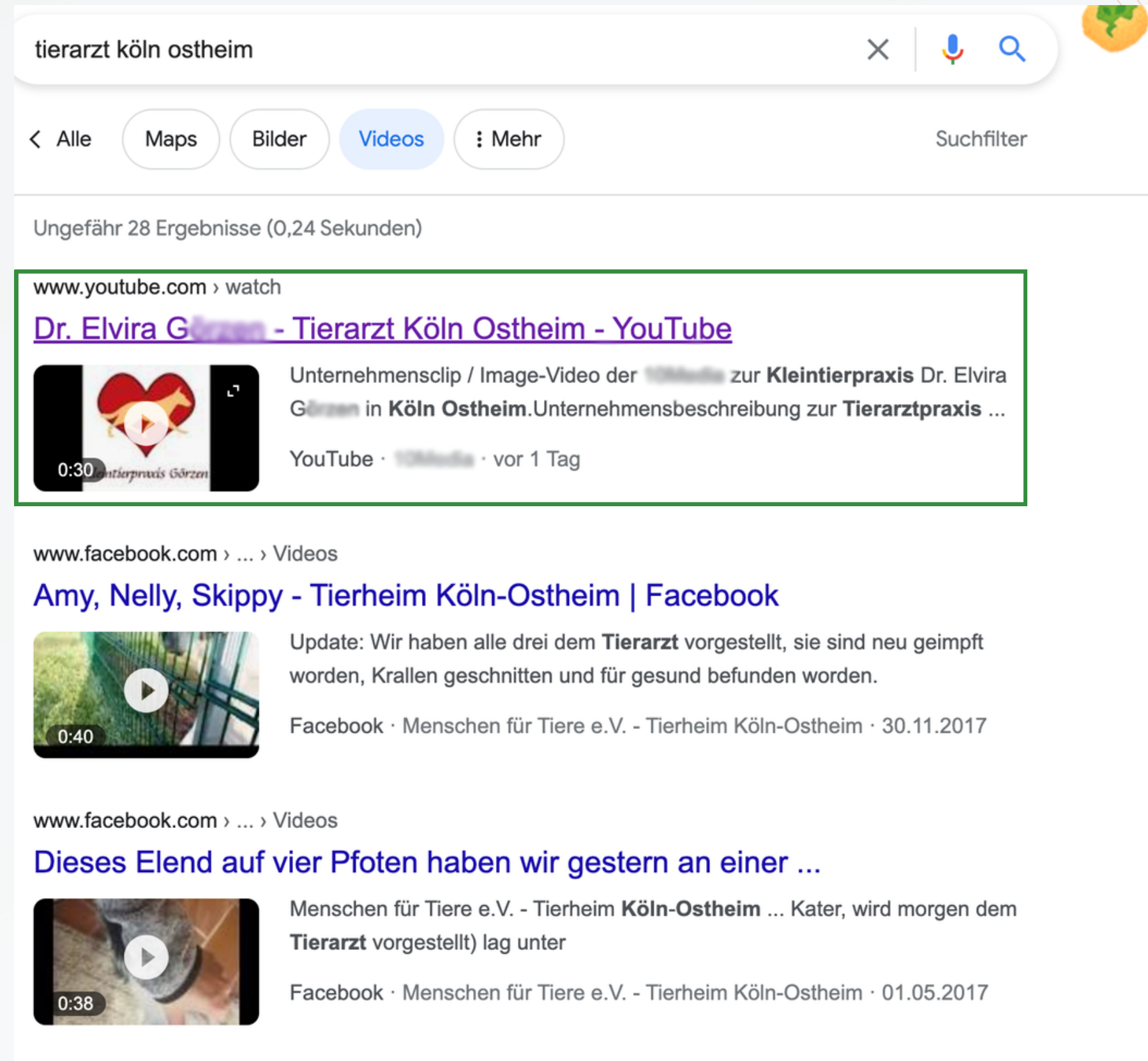
- Erstellung eines Unternehmensclips / Image-Videos
- Erstellung eines YouTube-Channels
- Platzierung des Clips auf Webseite und YouTube

Ausgangssituation (nach Optimierung):

- Darstellung: YouTube Suche (vorher keine Präsenz vorhanden)
- Suchbegriff: **Tierarzt Köln Ostheim**

Ergebnis (nach Optimierung):

- Position: 1



3. SHOW CASES

B) KUNDENBEISPIEL MIDI

Optimierung - Kunde:
Kita-Kinderzimmer

Rahmenbedingungen:

- schwieriges Umfeld, direkte Konkurrenz in unmittelbarer Nähe, Hohe Dichte an Kitas
- Kunde hatte bereits Webseite, Google Business Profil, Listing, schaltet Google Ads
- Keine YouTube Präsenz
- Konkurrenz organisch und mobil auf 1.
- Ziel: Kunde wollte organisch und mobil in die Top Ergebnisse

Ausgangssituation (nach Optimierung):

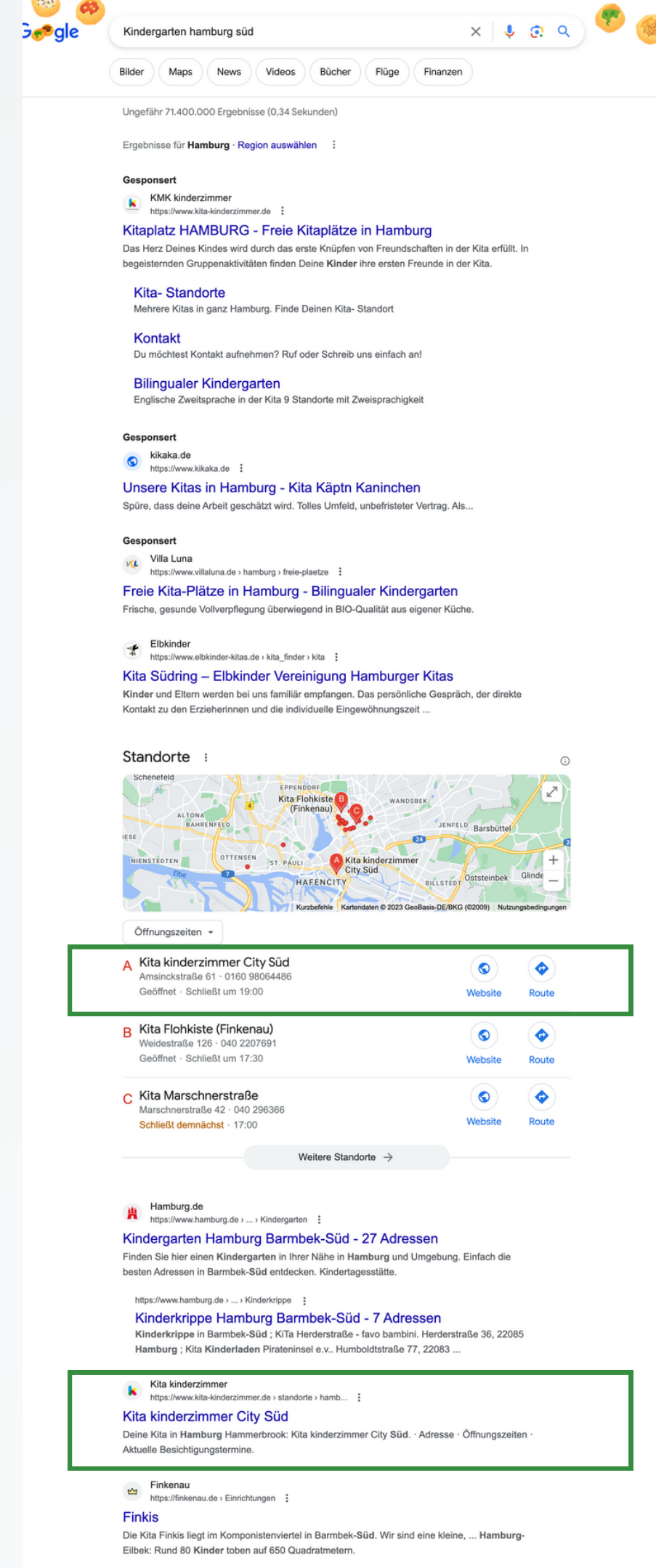
- Darstellung: Google SERPs
- Suchbegriff: **Kindergarten Hamburg Süd**

Maßnahmen:

- Erstellung eines Unternehmensclips / Image-Videos
- Erstellung eines YouTube-Channels
- Platzierung des Clips auf Webseite und YouTube

Ergebnis (nach Optimierung):

- Position: **2 organisch**
- Position: **1 mobil**



3. SHOW CASES

B) KUNDENBEISPIEL MIDI

Optimierung - Kunde:
Kita-Kinderzimmer

Maßnahmen:

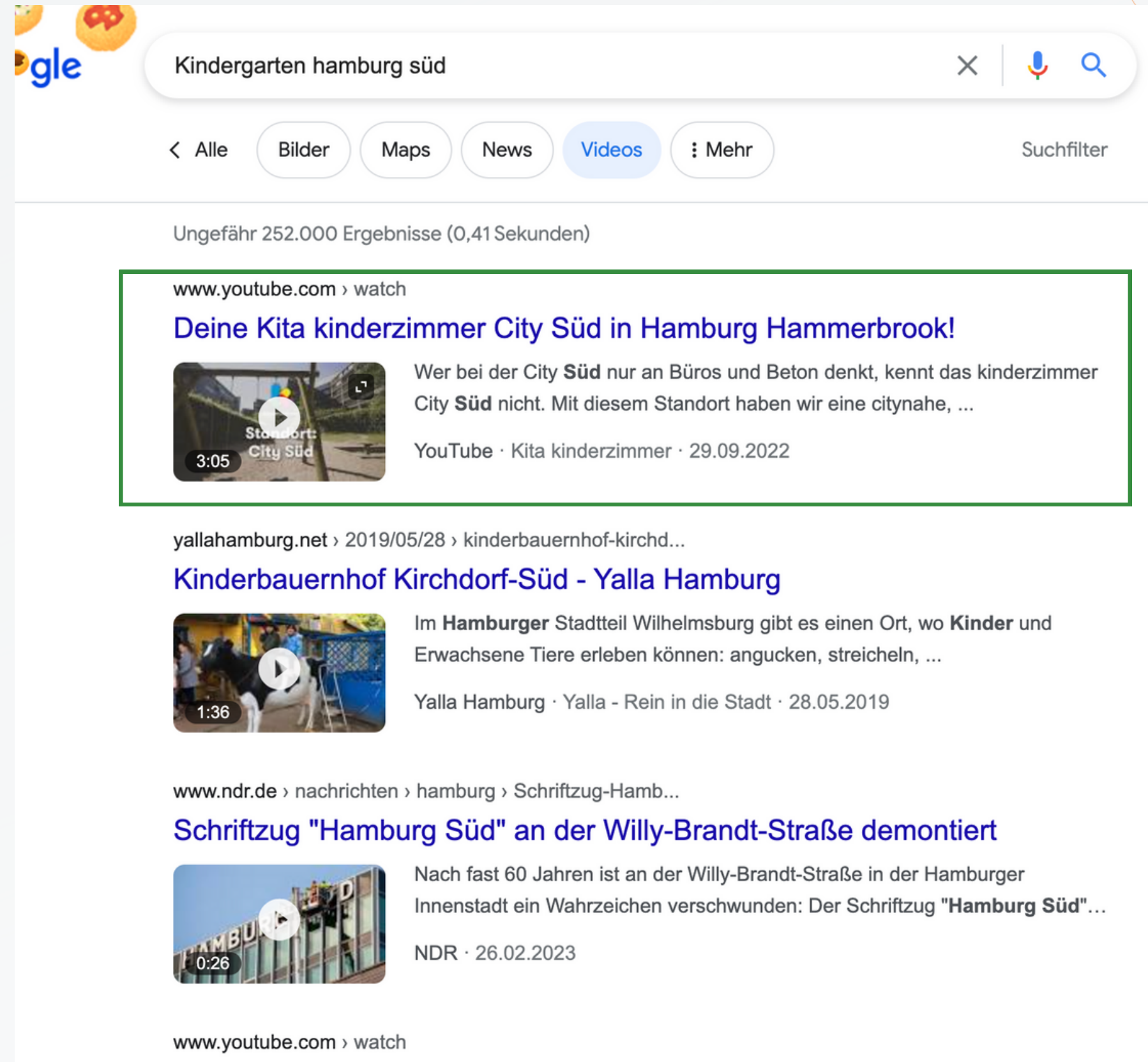
- Erstellung eines Unternehmensclips / Image-Videos
- Erstellung eines YouTube-Channels
- Platzierung des Clips auf Webseite und YouTube

Ausgangssituation (nach Optimierung):

- Darstellung: YouTube Suche (vorher keine Präsenz vorhanden)
- Suchbegriff: **Kindergarten Hamburg Süd**

Ergebnis (nach Optimierung):

- Position: **1**



3. SHOW CASES

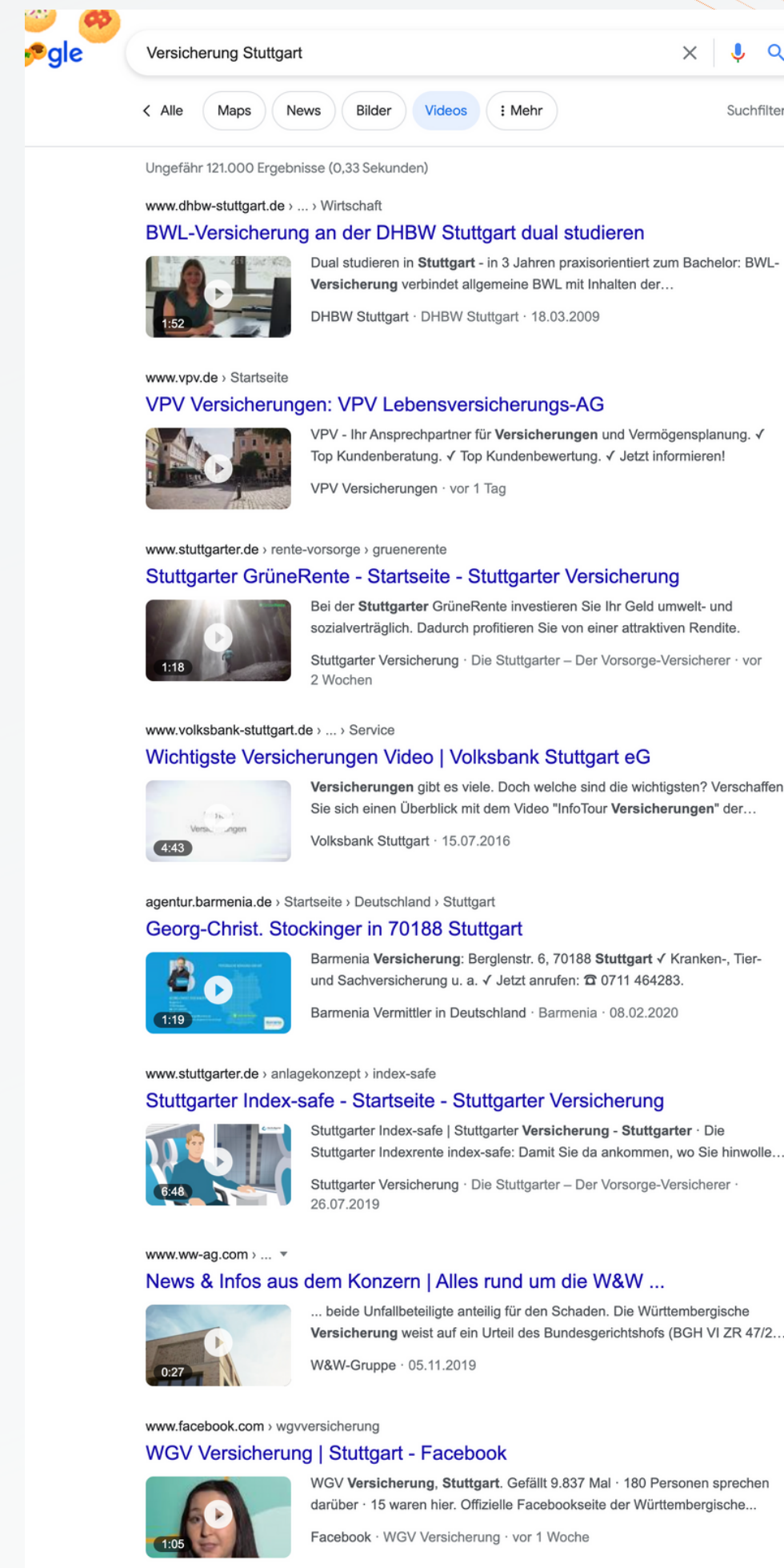
C) KONKURRENZANALYSE VERSICHERER

Ausgangssituation:

- Darstellung: Google SERPs
- Suchbegriff: **Versicherung Stuttgart**

Analyse:

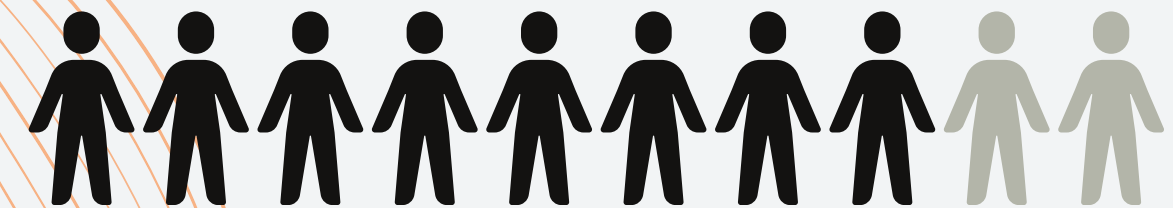
- Konkurrenzsituation groß
- noch relativ wenige Unternehmensclips in dieser Branche
- wenige Videos sind Google optimiert
- wenige Verknüpfungen von Clips / Videos mit Google Business Profil, Youtube, Verzeichnissen vorhanden
- Nur vereinzelt große Unternehmen aktiv
- **Potentiale** für Unternehmen mit Unternehmensclips / Image-Videos **vorhanden**



STATISTIKEN

80% der Video Marketer
geben an, dass Videos
unmittelbar zu einer
Umsatzsteigerung geführt
haben.

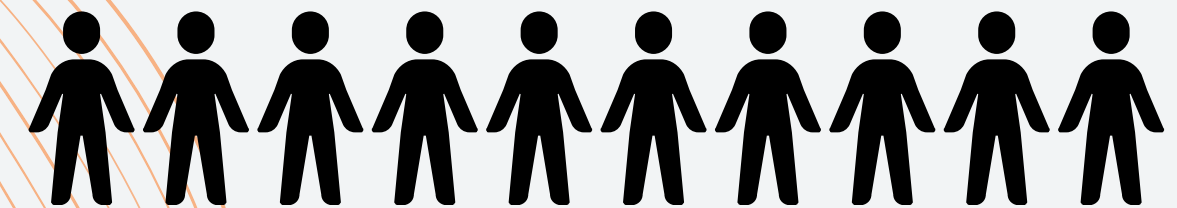
80%



STATISTIKEN

96% der digitalen
Vermarkter geben an, dass
Videos ein wesentlicher
Bestandteil ihres
Marketingplans sind.

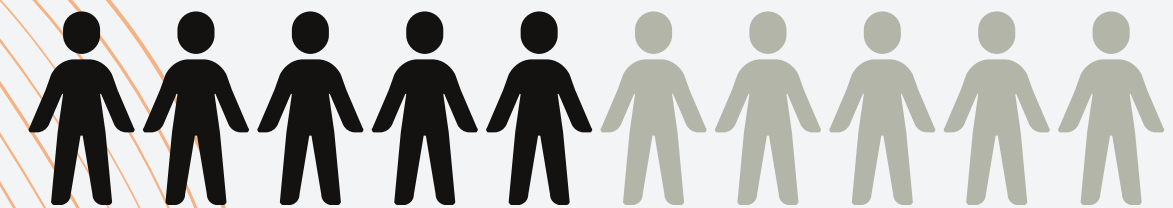
96%



STATISTIKEN

über **50%** der Vermarkter
betonen, dass sie mit Clips
/ Videos den höchsten ROI -
Return on Invest erzielen.

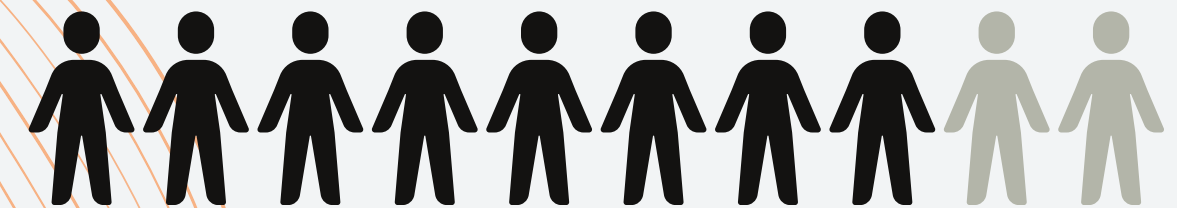
>50%



STATISTIKEN

Conversions können
nachweislich um **80%**
gesteigert werden.

80%



4. STATISTIKEN

A) ÜBERSICHT

Video-Marketing In Zahlen (Studien von Hubspot, Google, Searchmetrics, Statista, Wyzowl, Neil Patel, Facebook):

- **95%** der Konsumenten erinnern sich an die Informationen in Clips / Videos - nur **10%** an die von Text.
- **46%** der Zuschauer beschäftigen sich intensiver mit einem Thema durch Video.
- **53%** entwickeln eine positivere Einstellung zum Unternehmen.
- Unternehmensvideos, die auf der eigenen Webseite eingebettet sind, steigern den Traffic um bis zu **55%**.
- **88%** der Vermarkter geben an, dass Clips / Videos einen guten ROI - Return on Invest erzielt haben (HubSpot Studie).
- Laut einer weltweiten Umfrage schätzen **52%** der Marketingprofis Unternehmensvideos als den Content mit dem höchsten Return on Investment ein.
- **84%** der Verbraucher haben Videos als überzeugenden Faktor bei einem Kauf genannt (Wyzowl Studie).
- Die Interaktionsrate von auf Facebook geteilten Videos ist um **35%** höher als bei Textbeiträgen.
- E-Mails, die im Betreff das Wort „Video“ enthalten, werden **19%** häufiger geöffnet.



4. STATISTIKEN

A) ÜBERSICHT

- Der Autoteilehändler Advance Auto Parts hat herausgefunden, dass Webbesucher **doppelt so lange** auf der Webseite bleiben und **doppelt so viele** Seiten durchsuchen, wenn sie sich ein Clip / Video ansehen (Studie Neil Patel).
- Die weltweiten Ausgaben für digitale Videowerbung werden bis Ende 2023 voraussichtlich **über 52 Milliarden** US-Dollar erreichen (Studie Statista).
- Google berichtet, dass 30-Sekunden-Videoanzeigen auf YouTube eine um **30% höhere** View-through-Rate haben als 15-Sekunden-Anzeigen (Studie Google).
- Internetseiten mit Videomaterial **ranken besser** in Suchmaschinen.



5. SEO RELEVANZ

A) ALLGEMEIN

Clips / Videos sind heutzutage eine äußerst relevante Komponente im Marketing-Mix und spielen auch im Bereich der Suchmaschinenoptimierung (SEO) eine wichtige Rolle.

Hier sind einige Gründe, warum Clips / Videos für SEO relevant sind:

Suchmaschinen lieben Videos:

Suchmaschinen wie Google berücksichtigen Videos in ihren Suchergebnissen und zeigen diese vermehrt prominent an. Eine gute Platzierung in den Suchergebnissen kann zu einer höheren Sichtbarkeit und mehr Traffic auf Ihrer Webseite führen.

Verlängerte Verweildauer:

Videos haben die Fähigkeit, Benutzer länger auf Ihrer Webseite zu halten. Wenn Besucher länger auf Ihrer Seite bleiben, interpretieren Suchmaschinen dies als positives Signal für die Qualität Ihrer Inhalte. Eine längere Verweildauer kann sich positiv auf das Ranking Ihrer Webseite und Internetpräsenz auswirken.



5. SEO RELEVANZ

A) ALLGEMEIN

Vielfalt des Contents:

Unternehmensclips / Image-Videos bieten eine andere Art von Inhalt, der Besucher anspricht und auf verschiedene Weise Informationen vermitteln kann. Durch die Bereitstellung von Videos ergänzen Sie Ihren Textinhalt und bieten Ihren Besuchern eine breitere Palette an Informationen. Das kann die Nutzererfahrung verbessern und zu einer höheren Benutzerzufriedenheit führen.

Teilbarkeit und Backlinks:

Verlinken Sie Ihre veröffentlichten Unternehmensclips / Image-Videos geschickt mit Videoplattformen wie YouTube und Ihrer Webseite, werden wertvolle Backlinks erzeugt, welche sich ebenfalls positiv auf die Google Platzierung auswirken.

Darüber hinaus werden Clips / Videos oft in sozialen Medien und anderen Online-Plattformen geteilt. Es besteht dadurch die Möglichkeit, dass Ihr Unternehmensclip / Image-Video viral geht und viele Backlinks generiert. Backlinks sind ein wichtiger Faktor für das SEO-Ranking, da sie die Autorität und Glaubwürdigkeit Ihrer Webseite erhöhen.

Gerade bei größeren Unternehmen kann dieser Prozess auch zielgerichtet verfolgt werden.



5. SEO RELEVANZ

A) ALLGEMEIN

Rich Snippets und SERP-Features:

Clips / Videos können als Rich Snippets in den Suchergebnissen angezeigt werden. Das sind spezielle visuelle Elemente, die Aufmerksamkeit erregen und die Klickrate erhöhen können. Darüber hinaus bietet Google auch spezielle SERP-Features wie "Videos" oder "Video-Karussells", bei denen Videos in den Suchergebnissen prominent präsentiert werden.

Profilvollständigkeit:

Die Profilvollständigkeit kann indirekt einen Einfluss auf die SEO-Ergebnisse haben. Hier sind einige Gründe, warum die Profilvollständigkeit wichtig ist:

- Nutzerfreundlichkeit:

Eine vollständig ausgefüllte Profilseite bietet den Besuchern eine umfassende und informative Darstellung Ihres Unternehmens, Ihrer Produkte oder Dienstleistungen. Dadurch wird die Benutzerfreundlichkeit verbessert und Besucher finden leichter die gewünschten Informationen. Eine gute Nutzererfahrung kann zu einer höheren Verweildauer und niedrigeren Absprungraten führen, was sich positiv auf das Ranking Ihrer Webseite und Präsenz auswirken kann.



5. SEO RELEVANZ

A) ALLGEMEIN

- Vertrauenswürdigkeit:

Eine vollständige Profilseite vermittelt Professionalität und Vertrauenswürdigkeit. Wenn potenzielle Kunden oder Benutzer sehen, dass Ihr Profil umfassende Informationen enthält, einschließlich Kontaktinformationen, Unternehmensdetails, Auszeichnungen, Zertifikate usw., sind Nutzer eher bereit, mit Ihrem Unternehmen in Kontakt zu treten oder einen Kauf zu tätigen.

Ein vertrauenswürdiges Image kann sich auf das Engagement der Nutzer, ihre Interaktionen und letztendlich auf Ihre Conversion-Rate (Conversion Rate im Online Marketing beschreibt die Umwandlungsrate, die angibt, wieviel Umsatz oder Leads im Verhältnis zur User-Zahl erreicht wurden) auswirken.

- Markenpräsenz:

Durch ein stimmiges Auftreten mit ausgeschöpfter Profiltiefe können Sie Ihre Markenpräsenz stärken. Sie haben die Möglichkeit, Ihre Markenbotschaft, Unternehmenswerte und -geschichte effektiv zu kommunizieren. Dies hilft dabei, das Bewusstsein für Ihre Marke zu erhöhen und sich von der Konkurrenz abzuheben.



5. SEO RELEVANZ

A) ALLGEMEIN

- lokale Suchergebnisse:

Für lokale Unternehmen ist die Profilvollständigkeit besonders wichtig. Suchmaschinen wie Google bieten spezielle Dienste wie Google Business Profil an, bei denen Unternehmen ihr Profil mit relevanten Informationen wie Adresse, Öffnungszeiten, Kundenbewertungen und Fotos vervollständigen können.

Eine vollständige Profilseite in diesen Diensten kann dazu beitragen, Ihre Präsenz in lokalen Suchergebnissen zu verbessern und die Wahrscheinlichkeit einer Auflistung in den "Local Pack"-Ergebnissen zu erhöhen.

- Reichweite:

Es ist daher ratsam, Ihre Profilseiten und Unternehmensprofile auf verschiedenen Plattformen, einschließlich Ihrer Webseite, Social-Media-Kanälen und Verzeichniseinträgen, so vollständig wie möglich auszufüllen. Stellen Sie sicher, dass relevante Informationen präzise, aktuell und leicht zugänglich sind.

Dadurch können Sie die Benutzererfahrung verbessern, das Vertrauen der Benutzer gewinnen und potenziell positive Auswirkungen auf Ihr SEO-Ranking erzielen.



5. SEO RELEVANZ

A) ALLGEMEIN

Erhöhung der Markenbekanntheit & Reichweite:

Ein Unternehmensclip / Image-Video kann auf zahlreichen Plattformen verbreitet und geteilt werden: dadurch werden nicht nur organische Klicks erzielt sowie die Reichweite erhöht, sondern auch das Employer Branding gestärkt.

Unternehmensvision einfach vermitteln:

Komplexe Botschaften und die Unternehmensvision können effektiv und verständlich kommuniziert werden.

Steigerung der Conversions:

Durch die Vermittlung eines positiven Images, das gestärkte Vertrauen von Nutzern in Ihr Unternehmen und die anschauliche Darstellung von Produkten oder Dienstleistungen kann die Conversion-Rate gesteigert werden.



5. SEO RELEVANZ

A) ALLGEMEIN

Bewertungen von Videos:

Bewertungen sind eine klare Interaktion von Nutzern (Kunden, potentiellen Neukunden und Interessenten) mit Ihrem Unternehmen, die Ihren Unternehmensclip gesehen haben.

Je mehr User sich aktiv mit den Inhalten Ihres Clips / Videos beschäftigen, desto besser haben Sie die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppe getroffen. Die Interaktion ist wichtig, weil sich hierdurch beispielsweise Clips / Videos auch viral verbreiten lassen.

Wichtig ist jedoch, keine Einbahnstraße daraus werden zu lassen: Kommunikation muss in beiden Richtungen erfolgen, also auch durch klare Responses auf jegliche User-Aktivitäten.



5. SEO RELEVANZ

B) BELASTBARE ZAHLEN

Unternehmensclips / Image-Videos können die Sichtbarkeit von Unternehmen erhöhen. Es gibt jedoch keine spezifischen Zahlen oder eine einheitliche Metrik, die allgemein für die Sichtbarkeitssteigerung durch Clips / Videos gilt.

Die Wirkung von Unternehmensclips / Image-Videos kann von verschiedenen Faktoren abhängen, wie der Qualität des Clips / Videos, der Reichweite der Verbreitung, der Zielgruppe und der Markenbekanntheit.

Dennoch gibt es einige allgemeine Erkenntnisse und Studien, die zeigen, dass Unternehmensclips / Imagevideos positive Auswirkungen auf die Sichtbarkeit von Unternehmen haben können:

- Steigerung der Verweildauer:

Studien haben gezeigt, dass Clips / Videos die Verweildauer auf Webseiten erhöhen können. Wenn Besucher länger auf einer Webseite bleiben, wird dies von Suchmaschinen positiv bewertet, da es darauf hinweist, dass die Seite relevanten Inhalt bietet. Eine längere Verweildauer kann sich daher positiv auf die Sichtbarkeit der Webseite in den Suchergebnissen auswirken.



5. SEO RELEVANZ

B) BELASTBARE ZAHLEN

- Social-Media-Engagement:

Unternehmensclips / Image-Videos haben oft das Potenzial, in sozialen Medien viral zu werden oder sich zumindest weit zu verbreiten. Wenn ein Clip / Video auf Social-Media-Plattformen geteilt und kommentiert wird, kann dies zu einem erhöhten Engagement führen. Likes, Shares, Kommentare und Views können dazu beitragen, die Sichtbarkeit des Unternehmens zu steigern und das Publikum zu erweitern.

- YouTube-Sichtbarkeit:

Da YouTube eine der größten Video-Plattformen ist, kann die Präsenz eines Unternehmensclips / Image-Videos auf YouTube dazu beitragen, die Sichtbarkeit des Unternehmens zu verbessern. Wenn das Video gut optimiert ist und relevante Keywords enthält, kann es in den Suchergebnissen von YouTube angezeigt werden und potenzielle Zuschauer anziehen.

- Markenbekanntheit:

Unternehmensclips / Image-videos können dazu beitragen, die Markenbekanntheit zu steigern. Wenn ein Unternehmensclip / Image-Video eine starke Botschaft hat, emotional anspricht oder eine besondere Geschichte erzählt, kann es dazu führen, dass die Marke im Gedächtnis der Zuschauer bleibt. Dies kann dazu führen, dass Menschen nach der Marke oder dem Unternehmen suchen und es somit in den Suchergebnissen sichtbarer wird.



5. SEO RELEVANZ

B) BELASTBARE ZAHLEN

Es ist wichtig zu beachten, dass die Sichtbarkeit von Unternehmen durch Unternehmensclips / Image-Videos auch von anderen Faktoren wie der Gesamt-SEO-Strategie, der Qualität des Webseiten-Inhalts und anderen Marketingaktivitäten beeinflusst wird.

Unternehmensclips / Image-Videos können jedoch ein wirksames Instrument sein, um die Sichtbarkeit eines Unternehmens zu verbessern, wenn sie gut gestaltet und strategisch eingesetzt werden.

Konkrete Auswertungen und Zahlen können wie bei allen anderen SEO Maßnahmen erst nach einigen Jahren hergeleitet werden. Aktuell laufen diese Prozesse noch an.

Nach bisherigem Kenntnisstand ist die Relevanz von Clips und Videos für die Sichtbarkeit enorm und ein steigt in seiner Bedeutung stetig, angepasst an die Bedürfnisse der Nutzer und des Nutzerverhaltens.



6. ZUSAMMENFASSUNG

- Ein Unternehmensclip ist der **erfolgreiche Einstieg** in das Video-Marketing. Ähnlich wie die Kontakt- und Adressdaten Ihres Unternehmens auf Ihrer Webseite, Verzeichnismedien und anderen relevanten Quellen, zählen Unternehmensclips als Basis elementar. Ohne diese Grundpräsenz sind andere Maßnahmen nur bedingt zielführend.
- Video-Marketing ist der am **stärksten wachsende Markt** im Online Marketing.
- Suchmaschinen lieben Videos. Suchmaschinen wie Google berücksichtigen Videos in ihren Suchergebnissen und zeigen diese vermehrt prominent an.
- **Conversions** können nachweislich um **80% gesteigert** werden.
- Clips / Videos **erhöhen die Verweildauer** und tragen so positiv zum Ranking bei.
- Durch Unternehmensclips **steigern Sie die Sichtbarkeit** Ihres Unternehmens auf vielen relevanten Quellen. Unter anderem auf der größten (Google) und zweit größten Suchmaschine (YouTube) der Welt.
- **über 50%** der Marketer betonen, dass sie mit Clips / Videos den höchsten ROI - Return on Invest erzielen.
- Durch Unternehmensclips **begünstigen** Sie viele weitere **SEO Faktoren**, wie z.B. die Vervielfältigung Ihres Contents, Generierung von wertvollen Backlinks, Profilvollständigkeit, Teilbarkeit Ihres Clips (Viralität), das Sammeln von Bewertungen, Erhöhung der Markenbekanntheit und Reichweite, Steigerung des Vertrauens, usw.
- Weitere Informationen finden Sie auf: 10media.de

