

Unternehmensclips / Image-Videos

BEST PRACTICE

ausführliche Erklärungen

PRODUCTION _____

DIRECTOR _____

CAMERA _____

SCENE

TAKE

INHALTSVERZEICHNIS

01

INHALTSVERZEICHNIS

02

ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

- A) EINLEITUNG
- B) ÜBERSICHT
- C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSCLIPS

03

ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

- A) BESTANDTEILE MARKETING
- B) WAS IST VIDEO-MARKETING
- C) BEDEUTUNG UNTERNEHMENSCLIPS IM MARKETING
- D) WO WIRD DAS EINGESETZT
- E) ZIELGRUPPEN

04

SEO-RELEVANZ

- A) ALLGEMEIN
- B) BELASTBARE ZAHLEN
- C) TRACKING

05

AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

- A) KANÄLE UND VOLUMEN



2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

A) EINLEITUNG

Es gibt starke Gründe, warum Sie Ihr Unternehmen mit einem Unternehmensclip / Image-Video auf relevanten Online Medien, wie zum Beispiel Ihrer Webseite und Ihrem Google Business Profile, darstellen sollten.

Gerade in einer Zeit, in der immer mehr Menschen online nach Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen suchen, ist jedes Unternehmen heutzutage gut beraten, in seine Online-Sichtbarkeit zu investieren.

Laut einer Statista Studie vom 07.12.2022 gaben rund 25,2 Millionen deutschsprachige Personen bei einer Umfrage in Deutschland an, dass sie das Internet täglich zur Informationssuche nutzen. Google ist mit ca. 86% die dabei am häufigsten genutzte Suchmaschine.

Viele der Suchanfragen beziehen sich dabei auch auf die Suche nach Produkten und Dienstleistungen.

Potentielle Kunden, Interessenten und Bestandskunden zu erreichen um Ihre Produkte und Dienstleistungen sinnvoll vorzustellen, kann den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmachen.



2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

A) EINLEITUNG



Um dies erreichen zu können, ist die Nutzung der Vorliebe der Öffentlichkeit für kurze Videos, eine der besten Methoden.

Bereits 2014 hatten schon 91 Prozent der Experten der 500 umsatzstärksten Unternehmen Deutschlands die Kapitalrentabilität von Corporate Videos als recht hoch eingestuft (Quelle: Corporate Video Index).

Das heißt: Investitionen in für die Zielgruppe nützlichen und mit der Marketingstrategie harmonisierenden Corporate Clips / Videos lohnen sich, weil sie das Unternehmensbild beim Kunden schnell und nachhaltig beeinflussen können.

Weiterer Vorteil: Durch viele Videoklicks und positive Bewertungen steigt für Unternehmen die Chance, im Suchmaschinen-Ranking weiter oben zu landen.

2015 nutzten schon mehr als achtzig Prozent der deutschen Unternehmen Bewegtbilder für ihr Corporate Publishing. Das ist das Ergebnis einer Studie des Content-Marketing-Forums.

Wir fassen folgend zusammen, was Sie über die Verwendung von Unternehmensclips / Image-Videos wissen sollten, wie Sie Ihre Marke stärken, sich von der Konkurrenz abheben und ihr zu Wachstum verhelfen.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

B) 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 YouTube, Facebook, Instagram und TikTok profitieren davon enorm und bringen Nutzer und Unternehmer direkt zusammen.

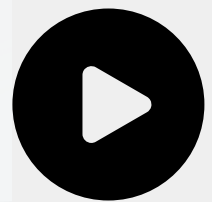
Es ist davon auszugehen, dass sich in den kommenden Jahren weitere, bislang unbekannte Player etablieren werden. Das zeigt sich zum Beispiel daran, dass auch LinkedIn und Xing nun vermehrt auf Video-Inhalte setzen. Selbst Fernsehsender pushen ihre eigenen Mediatheken, um interessant für Videowerbung zu sein.



2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

B) 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. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

B) 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. Videos aktivieren dabei im Hirn das limbische System. Das bedeutet, dass wir sie als eine erlebte Erfahrung abspeichern und somit Informationen wesentlich nachhaltiger lernen. Videos wirken direkt.

Kein Wunder also, dass Video Content so erfolgreich im Marketing ist:

- **80%** der Video Marketer geben an, dass Videos unmittelbar zu einer Umsatzsteigerung geführt haben.
- **96%** der digitalen Vermarkter geben an, dass Videos ein wesentlicher Bestandteil ihres Marketingplans sind.
- **über 50%** betonen, dass sie mit Clips / Videos den höchsten ROI - Return on Invest erzielen.
- Conversions können nachweislich um **80%** gesteigert werden.

Clips / Videos auf der eigenen Webseite erhöhen die Verweildauer und tragen so positiv zum Google Ranking bei. In Social-Media erzielen Videos das höchste Engagement.

Sie können in Kombination mit Conversion-steigernden Funktionen wie etwa "Shoppable Funktionen" auf Instagram zum perfekten Einstieg in den direkten Sales Funnel werden.



2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

B) 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.



2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

B) 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.



2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

B) 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!



2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

Heben Sie sich von der Masse ab



Es kann schwierig sein, eine Marke von einer anderen zu unterscheiden, wenn man online nach Produkten oder Dienstleistungen sucht. Käufer verlassen sich häufig auf Bewertungen und eine Unternehmenswebseite.

Die Einbindung eines Unternehmensclips / Image-Videos in Ihre Webseite, Ihr Google Profil, YouTube, Facebook und viele weitere Online Medien wie zum Beispiel Online Verzeichnisse ist eine hervorragende Initiative, um potenziellen Kunden und Interessenten zu zeigen, was Ihre Alleinstellungsmerkmale sind, was Sie anzubieten haben, wer Sie sind, wo Sie zu finden sind und wie Sie sich von der Konkurrenz abheben.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

Informieren Sie Ihre potenziellen Kunden und Interessenten



Ein Unternehmensclip / Image-Video muss nicht zwangsläufig Ihre Produkte und Waren zum Verkauf anpreisen. Sie können Ihr Publikum mit Ihrem Clip / Video informieren, sie auf sich aufmerksam machen und es davon überzeugen, Ihre Produkte und Dienstleistungen denen anderer Marken und Unternehmen vorzuziehen.

Durch einen Unternehmensclip / Image-Video schaffen Sie einen schnellen und leicht verständlichen Eindruck zu Ihrem Unternehmen und schaffen so Vertrauen und Neugier.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSCLIPS

Demonstrieren Sie Ihr Unternehmen,
Ihre Produkte und Dienstleistungen -
schaffen Sie Vertrauen



Nachdem Verbraucher ein Unternehmen mit seinem Produkt oder seiner Dienstleistung gesehen haben, werden Sie sich zweifellos wohler fühlen, es zu nutzen und sich dafür zu entscheiden.

Fotos alleine können nur einen Ausschnitt daraus präsentieren. Mit einem Unternehmensclip / Imagevideo können die potentiellen Kunden und Interessenten mehr über Sie, Ihre Alleinstellungsmerkmale, Ihre Produkte und Dienstleistungen erfahren und sich ein konkreteres Bild machen.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

Die Aufmerksamkeit potentieller Neukunden und Interessenten ist begrenzt und stark beansprucht



Heutzutage neigt das Publikum eher dazu, visuelle Inhalte auf Online Medien wie zum Beispiel YouTube oder anderen Social-Media-Plattformen anzusehen, insbesondere Clips / Videos. Allerdings ist die Videolänge hier geknüpft an die Zeit der Konsumenten.

Des Weiteren werden sehr viele Inhalte verarbeitet, so dass ab einer gewissen Videolänge, der Inhalt nicht mehr erfasst werden kann.

Je länger ein Video ist, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass es in seiner gesamten Länge angesehen wird. Weniger als 10 % aller Clips / Videos, die länger als 60 Sekunden sind, werden von Anfang bis Ende angesehen.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

Die Aufmerksamkeit potentieller Neukunden und Interessenten ist begrenzt und stark beansprucht



Daher raten Experten zu einer Videolänge, die die Aufmerksamkeit des Publikums am besten fesseln kann. Ein 30-Sekunden-Video eignet sich am besten, mehr Aufrufe zu erzielen, da die Aufmerksamkeitsspanne der Zuschauer kurz ist.

Einige der Plattformen erlauben zwar auch 60 Sekunden oder mehr Ausspielzeit.

Nicht ohne Grund hat aber Google die Länge von Unternehmensclips / Image-Videos auf 30 Sekunden begrenzt. Ihre Unternehmensclips / Image-Videos sollten also kurz, knapp und ansprechend sein.

Diese Zahlen lassen sich nicht auf Streaming übertragen, denn hier gelten andere Gesetze.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

Die Aufmerksamkeit potentieller Neukunden und Interessenten ist begrenzt und stark beansprucht



Langform-Videos eignen sich besser, um ein kompliziertes Konzept zu erklären, während Kurzform-Videos wie unsere Unternehmensclips / Image-Videos besser geeignet sind, um die Aufmerksamkeit auf Online Medien zu wecken.

Wenn Sie ein langes Video posten, sollten Sie dafür sorgen, dass das Hauptanliegen des Videos am Anfang erwähnt wird. Alternativ können Sie im Beitrag mehr Informationen zum Video bieten, um so die Nutzer dazu zu bewegen, das Video ganz anzusehen.

Auch sollten Sie auf ein Intro verzichten. Die Generation Internet hat dafür einfach keine Geduld mehr.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

Die Aufmerksamkeit potentieller Neukunden und Interessenten ist begrenzt und stark beansprucht



Vergleichbar mit guter Fernseh- oder Kinowerbung ist ein guter kurzer Teaser das beste Mittel, um auf Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen. Hier eignen sich unsere Unternehmensclips / Image-Videos hervorragend.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSCLIPS

SEO Relevanz



Ein Video verlängert die Verweildauer von potentiellen Neukunden und Interessenten auf Ihren Onlinepräsenzen, wie zum Beispiel Ihrer Webseite, Ihrem Google Profil, Social-Media-Plattformen, Verzeichnissen und weiteren Online Medien. Die an die Verweildauer geknüpfte sogenannte Bounce-Rate (Absprungrate) beschreibt, wie viele Nutzer eine Webseite betreten und diese Domain, ohne eine weitere (festgelegte) Aktion auszuführen, wieder verlassen.

Die Verweildauer ist ein SEO Kriterium, welches sich auf die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens und Ihr Ranking auswirkt. Je länger die Verweildauer ist, desto besser wird Ihr Unternehmen von den Suchmaschinen als relevant wahrgenommen.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

SEO Relevanz



Darüber hinaus dienen die Unternehmensclips / Image-Videos zur Vervollständigung Ihrer Profile, wie zum Beispiel Ihrem Google Business Profil, welches Ihre Darstellung positiv beeinflusst.

Für Social-Media-Plattformen sind Clips und Videos ein Kern-Feature, da oft oder auch ausschließlich darüber Kommunikation betrieben wird. Je breiter und solider Sie Ihr Unternehmen bewerben und aufstellen, um so stärker wird es von potentiellen Neukunden und Interessenten wahrgenommen.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

SEO Relevanz



Ein Unternehmensclip / Image-Video der 10Media ist mit Sicherheit ein wichtiger und sinnvoller Schritt, die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens zu erhöhen und gehört heutzutage zu einem festen Baustein eines ausgewogenen Online Marketing Mixes.

Tiefgründigere Informationen zur Relevanz von Unternehmensclips / Image-Videos in der Suchmaschinenoptimierung finden Sie unter dem Hauptmenü-Punkt "4. SEO-Relevanz"

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

Format



Clips / Videos erfreuen sich großer Beliebtheit auf mobilen Endgeräten. Smartphones, Tablets und andere mobile Endgeräte sind für den Konsum von Informationen und aus dem Großteil der Kommunikation nicht mehr wegzudenken.

Mit kurzen Unternehmensclips / Image-Videos passen Sie Ihr Unternehmen exakt an die mobilen Nutzungsbedingungen und das Rezeptionsverhalten Ihres Publikums – kleiner Bildschirm, geringe Aufmerksamkeitsspanne – an.

2. ALLGEMEINE ARGUMENTE FÜR DAS PRODUKT

C) ARGUMENTE FÜR UNTERNEHMENSClips

Format



Immerhin kommen laut einer Statista Studie (Q1/2023) 58.33% des weltweiten Webseiten Traffic von mobilen Smartphones.

Außerdem funktionieren Unternehmensclips / Image-Videos als emotionaler Anker: Sie erreichen Ihr Publikum gleich über mehrere Sinne und deshalb auch auf der Gefühlsebene, wodurch Ihr Unternehmen besser in Erinnerung bleibt.

3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

A) BESTANDTEILE MARKETING

Die Koordination der einzelnen Marketing-Instrumente wird im sogenannten Marketing-Mix aufeinander abgestimmt. Dabei werden insbesondere die Marktsituation und der Produktlebenszyklus des beworbenen Produkts berücksichtigt.

Ein gut strukturierter Marketing-Mix deckt alle Marketing-Bereiche ab und bündelt die möglichen Marketing-Aktivitäten. Die Formulierung klarer Ziele und der Einsatz eines gut zusammengestellten Marketing-Mix verwandeln geplante Aktionen und Taktiken in konkrete Handlungen und zielführende Maßnahmen.

Die klassischen Bestandteile des Marketing-Mixes sind die sogenannten 4Ps.

Dazu zählen:



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

A) BESTANDTEILE MARKETING

Product (deutsch: Produktpolitik)

Das wesentliche Kernelement eines jeden Unternehmens sind die Produkte oder Dienstleistungen, die vertrieben werden. Die Produktpolitik schließt alle Entscheidungen und Handlungen ein, die im direkten Zusammenhang mit diesen Produkten und Dienstleistungen stehen. Damit ist die Produktpolitik die wichtigste Säule des 4P-Marketing-Mix, da hier die Basis des Unternehmens und die Grundlage sämtlicher Marketing-Maßnahmen betrachtet wird. Wichtig ist dabei, dass der Produktlebenszyklus bekannt ist und in die Planung einbezogen wird.

Behandelt werden hier Fragen wie beispielsweise:

- Welches Produkt / welche Dienstleistung kommt auf den Markt?
- Welche Verpackung erhält das Produkt
- Wie wird die Dienstleistung präsentiert?
- Muss ein Produkt / eine Dienstleistung vom Markt genommen werden?



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

A) BESTANDTEILE MARKETING

Price (deutsch: Preispolitik)

In der Preispolitik wird in erster Linie die Verkaufspreisgestaltung der Produkte und Dienstleistungen abgestimmt. Zielführend ist es, bei fairem Preis-Leistungs-Verhältnis eine möglichst hohe Gewinnspanne für das Unternehmen anzusetzen. Im Zentrum stehen z.B. Fragen wie:

- Zu welchem Preis soll das Produkt / die Dienstleistung verkauft werden?
- Bietet sich eine Rabattaktion an?
- Welche Liefermöglichkeiten können angeboten werden?



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

A) BESTANDTEILE MARKETING

Place (deutsch: Distributionspolitik)

Die Distributionspolitik umfasst alle Aktivitäten, die den Vertrieb der Dienstleistung oder des Produkts vom Händler zum Kunden regeln.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

A) BESTANDTEILE MARKETING

Promotion (deutsch: Kommunikationspolitik)

- Wo und wann wird das Produkt verkauft?
- Wird das Produkt direkt an den Kunden vertrieben oder über einen Großhändler an die Endkunden weiterverkauft?
- In welchen Mengen soll das Produkt verkauft werden?
- Die Kommunikations- oder Marketingkommunikation beinhaltet alle Instrumente, mit denen der Verkauf der Ware beworben und die Kundenansprache durchgeführt werden kann.
- Zentrale Fragestellungen hierbei sind zum Beispiel:
 - Soll eine Fernsehwerbung geschaltet werden?
 - Wird das Produkt auf einer Messe beworben?
 - Wie soll der Auftritt in den sozialen Netzwerken gestaltet sein?
 - Was investiere ich in Online-Marketing?



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

A) BESTANDTEILE MARKETING

Der Online-Marketing-Mix wird allgemein als die Erweiterung des klassischen Marketing-Mix angesehen. Er besteht aus einer Vielzahl von Tools und Strategien, die zum Erreichen von (Online-) Marketingzielen eingesetzt werden können.

Das Internet befindet sich mit seinen vielfältigen Plattformen und Übertragungswegen im Zentrum des Online-Marketings. Ein ausgearbeiteter Marketing-Mix kann das Online-Marketing, zum Beispiel neben TV- und Printmarketing, als einen Teil von mehreren einschließen. Marketingziele können allerdings auch ausschließlich auf Onlinestrategien basieren.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

A) BESTANDTEILE MARKETING

Sie sollen unter anderem folgende Effekte erreichen:

- Gewinnen neuer Kunden
- Bekanntmachen der Marke, der Produkte oder der Dienstleistungen
- Steigern der Kundenbindung
- Verbessern des Unternehmensimages
- Besonders im Online-Marketing sind die Vertriebskanäle vielschichtig. E-Mail-Marketing oder rein performancebasierte Bannerwerbung, ebenso Suchmaschinenmarketing oder Social-Media-Marketing bieten sich direkt und zielgruppenorientiert an, um gewinnmaximierend zu handeln.
- Eine ideale Werbestrategie im Online-Marketing-Mix zu entwickeln, ist nicht immer auf Anhieb möglich.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

A) BESTANDTEILE MARKETING

Der ideale Online-Marketing-Mix wird für jedes Unternehmen, für jedes Produkt und für jede Dienstleistung individuell erstellt.
Etablierte Unternehmen profitieren dabei unter anderem von neuen Kanälen und Methoden.

Im Online-Marketing greifen die Experten auf vielfältige Kanäle zurück (unter anderem):

- Suchmaschinenoptimierung
- Suchmaschinenmarketing
- Social-Media-Marketing
- Google Ads-Kampagnen
- E-Mail-Marketing
- (performance basierte) Bannerwerbung
- Newsletter
- Rabatte



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

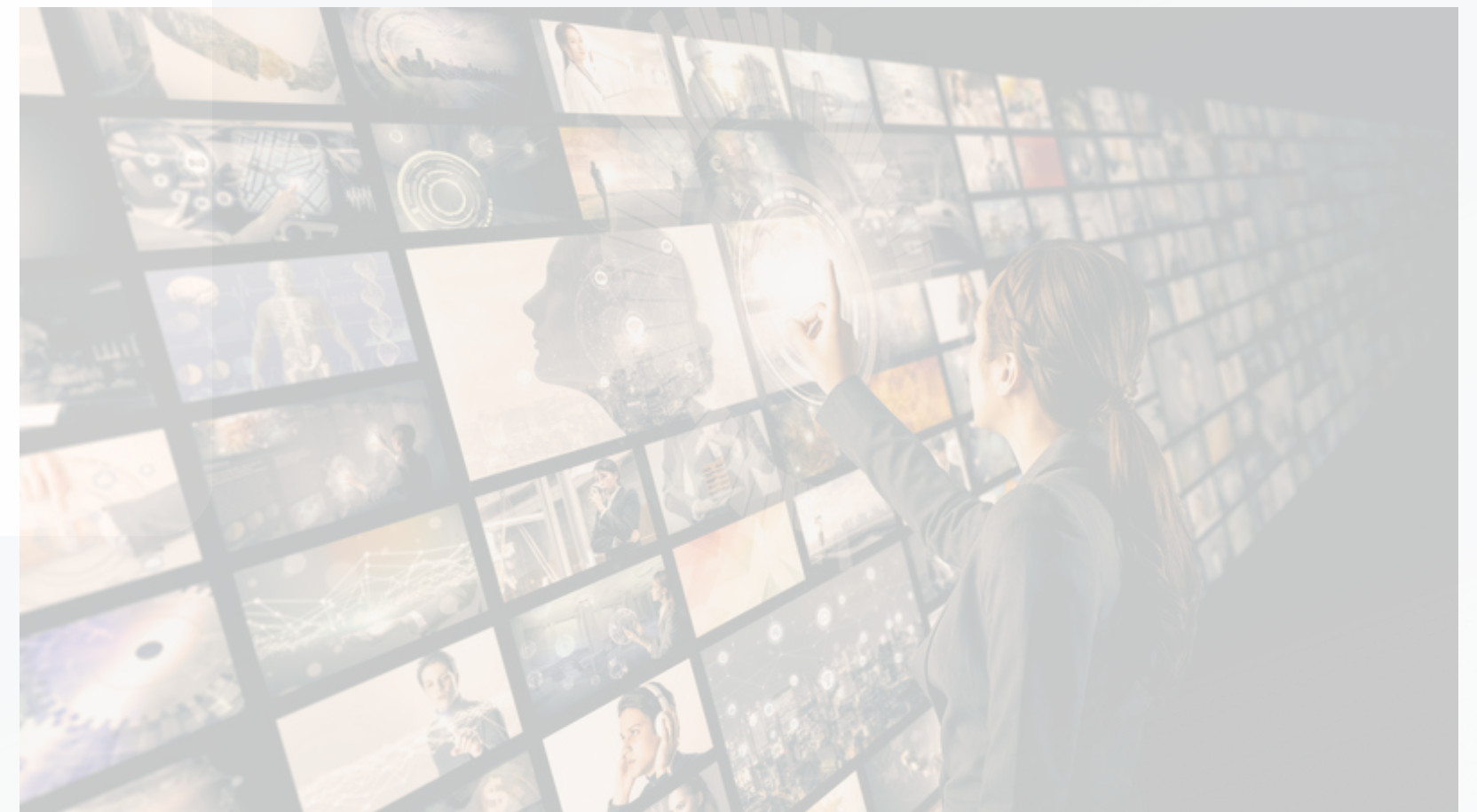
A) BESTANDTEILE MARKETING

Der Erfolg der Maßnahmen ist nicht immer sofort sichtbar. Neben dem Know-how ist auch etwas Zeit notwendig: Durch Erfahrung, Wissen, Testen und Ausprobieren kann die ideale Kampagne erarbeitet werden. Passt der Online-Marketing-Mix optimal zum Unternehmen, zum Produkt oder zur Dienstleistung, werden Streuverluste vermieden und die Kunden oder die Zielgruppe optimal erreicht.

Zusammengefasst können Unternehmen im Großen und Ganzen auf folgende Maßnahmen zur Steigerung Ihrer Sichtbarkeit zurückgreifen:

klassische Marketing-Lösungen:

- TV- und Kinowerbung (entfällt dem Video-Marketing)
- Radiowerbung
- Plakatwerbung (wie z.B. Road sides Screens, Digital Screens, OOH,...)
- Printwerbung (wie z.B. Zeitschriften, Anzeigen, Flyer,...)
- Präsenzwerbung (wie z.B. Messen, Ausstellungen, Promotionstände,...)



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

A) BESTANDTEILE MARKETING

Online Marketing-Lösungen:

- Webseite (kann für Video-Marketing genutzt werden)
- Google (Google business Profil, (kann für Video-Marketing genutzt werden))
- YouTube (kann für Video-Marketing genutzt werden)
- Social-Media (Facebook, TikTok, Viral-Marketing, ... (für Video-Marketing nutzbar))
- Verzeichnisse (kann für Video-Marketing genutzt werden)
- Ads-Kampagnen (Google, Facebook,...(für Video-Marketing nutzbar))
- Bannerwerbung/Display-Advertising (diverse Plattformen,...(kann für Video-Marketing genutzt werden))
- E-Mail Marketing (für Video-Marketing nutzbar)
- Newsletter (kann für Video-Marketing genutzt werden)
- Video-Marketing



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

B) WAS IST VIDEO-MARKETING

Videomarketing, auch Web Video Marketing genannt, ist eine spezielle Form des Online-Marketings, um unter Einsatz von Clips / Videos im Internet PR-, Marketing- und Verkaufsbotschaften auf eigenen oder fremden Internetseiten zu präsentieren.

Video Marketing bedeutet, dass Werbe- und Kommunikationsziele von Unternehmen durch Clips / Videos umgesetzt oder unterstützt werden.

Mögliche Instrumente des Video Marketings sind alle Videoformate , die im Marketingbereich genutzt werden.

Es gibt viele Formate wie zum Beispiel Realfilme, Animationsfilme, Werbespots, Unternehmensclips / Image-Videos, Produktvideos, Erklärvideos, Messefilme, Corporate Videos, Recruitingfilme.

Die Liste von Möglichkeiten ist lang. Der größte Vorteil des Video Marketings ist, dass die Filme nicht direkt als klassische Werbemaßnahme erkannt werden.

Clips und Videos sind unterhaltsam und wecken Emotionen. Sie erklären dem Zuschauer auf einprägsame Art und Weise, wie ein Produkt oder eine Dienstleistung funktioniert oder welche Besonderheiten ein Unternehmen ausmachen.

Die Werbebotschaft wird dabei subtil und unaufdringlich vermittelt – und ist gleichzeitig sehr wirksam.

3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

C) BEDEUTUNG UNTERNEHMENSCLIPS IM MARKETING

In den letzten Jahren hat sich Video als feste Größe im Online-Marketing-Mix etabliert. Immer schnellere und günstigere Internetverbindungen sowie Mobile-Flatrates erlauben umfangreichen Videokonsum. Unternehmen jeder Größe müssen Unternehmensclips / Image-Videos daher unbedingt auf dem Radar haben. Hier sind einige Beispiele, welche Einsatzmöglichkeiten Unternehmensclips / Image-Videos im Marketing haben und was deren Zweck ist:

Markenbildung und Markenimage:

Unternehmensclips / Image-Videos sind ein kraftvolles Werkzeug, um das Markenimage eines Unternehmens zu formen und zu stärken. Sie ermöglichen es, die Kernwerte, die Persönlichkeit und den Charakter einer Marke visuell zu vermitteln. Durch die Verwendung von emotionalen Geschichten, ansprechender visueller Ästhetik und passender Musik können Unternehmensclips / Image-Videos das gewünschte Image einer Marke erzeugen und beim Publikum einprägsam bleiben.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

C) BEDEUTUNG UNTERNEHMENSCLIPS IM MARKETING

Aufmerksamkeit erregen:

In einer Welt mit Informationen und Inhalten im Überfluss kann ein Unternehmensclip / Image-Video helfen, Aufmerksamkeit zu erregen und aus der Masse hervorstechen. Die visuelle Natur von Videos ermöglicht es, die Botschaften auf eine ansprechende und unterhaltsame Weise zu präsentieren, die das Interesse der Zielgruppe weckt und sie dazu bringt, sich länger damit zu beschäftigen.

Kundenbindung und -loyalität:

Unternehmensclips / Image-Videos können dazu beitragen, eine emotionale Verbindung zu den Kunden herzustellen und ihre Loyalität zu stärken. Durch das Erzählen von Geschichten und das Schaffen von positiven Assoziationen können Unternehmensclips / Image-Videos eine tiefere Bindung zur Marke herstellen und die Kunden dazu ermutigen, wiederkehrende Käufer zu werden oder die Marke anderen weiterzuempfehlen.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

C) BEDEUTUNG UNTERNEHMENSCLIPS IM MARKETING

Virale Verbreitung:

Ein ansprechender Unternehmensclip / Image-Video kann sich viral verbreiten und eine große Reichweite erzielen. Durch das Teilen in sozialen Medien, das Weiterleiten per E-Mail oder das Teilen auf Video-Plattformen können Unternehmensclips / Image-Videos dazu beitragen, die Markenbekanntheit zu steigern und das Publikum zu erweitern.

Erklärung komplexer Konzepte:

Manchmal ist es schwierig, komplexe Produkte oder Dienstleistungen in einfachen Worten zu erklären. Unternehmensclips / Image-Videos können dabei helfen, solche Konzepte visuell und verständlich zu vermitteln. Durch den Einsatz von Bildern, verständlichen Texten, Animationen, Infografiken oder Demonstrationen können Unternehmensclips / Image-Videos dazu beitragen, die Vorteile und den Nutzen eines Produkts oder einer Dienstleistung auf eine anschauliche Weise darzustellen.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

D) WO WIRD DAS EINGESETZT

Unternehmensclips / Image-Videos werden in verschiedenen Bereichen des Marketings und der Unternehmenskommunikation eingesetzt. Hier sind einige gängige Einsatzgebiete von Unternehmensclips / Image-Videos:

Webseite:

Unternehmensclips / Image-Videos sind ein beliebtes Mittel, um Unternehmen, Produkte oder Dienstleistungen auf der Unternehmenswebseite zu präsentieren. Sie können auf der Startseite, in Produktseiten oder in einem speziellen Bereich für Videos platziert werden, um Besuchern einen visuellen Eindruck Ihres Unternehmens zu vermitteln.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

D) WO WIRD DAS EINGESETZT

Verzeichnisse und Soziale Medien:

Unternehmensclips / Image-Videos werden häufig auf Medienplattformen wie Google, Online Verzeichnissen, Online Branchenbüchern, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Xing und LinkedIn geteilt. Diese Plattformen bieten eine breite Reichweite und ermöglichen es Unternehmen, ihre Botschaft an ein größeres Publikum zu verbreiten. Kurze, prägnante Unternehmensclips / Image-Videos eignen sich besonders gut für die Aufmerksamkeitsspanne der Internet-Nutzer.

Mit einer Milliarde Suchanfragen täglich ist YouTube die zweitgrösste Suchmaschine der Welt. Nach Google und Facebook ist sie die drittmeistbesuchte Webseite der Welt.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

D) WO WIRD DAS EINGESETZT

Gemäss Brandwatch bevorzugen sechs von zehn Personen Online-Videoplattformen anstelle von Live-TV.

Das Marktforschungsunternehmen hat zudem festgestellt, dass 2015 die 18- bis 49-jährigen weniger Zeit vor dem Fernseher verbrachten, während die verbrachte Zeit auf YouTube um 74 Prozent stieg. YouTube erreicht bereits heute mehr Personen zwischen 18 und 49 als das Kabelfernsehen und Nachrichtensender mit steigender Tendenz.

YouTube verfügt über eine aktive Community sowie eine aktiv genutzte Suchfunktion. Die Videos werden bei der Video-Suche in den Google Suchergebnissen gelistet. Ihr Video kann sogar als Video Snippet in den Google SERPs angezeigt werden. Durch Links in und unter den Videos sowie mit Videoanzeigen, welche über Google AdWords geschaltet werden, kann der Traffic stark gesteigert werden.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

D) WO WIRD DAS EINGESETZT

Messen und Veranstaltungen:

Auf Messen, Konferenzen und anderen Veranstaltungen können Unternehmensclips / Image-Videos auf Bildschirmen oder in Präsentationen gezeigt werden. Sie dienen dazu, Besucher anzulocken, Interesse zu wecken und das Unternehmen, die Produkte / Dienstleistungen oder die Marke selbst zu präsentieren.

Unternehmenspräsentationen:

Unternehmensclips / Image-Videos werden oft in Unternehmenspräsentationen verwendet, um das Unternehmen, seine Werte, Erfolge und Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Sie bieten eine visuelle und ansprechende Möglichkeit, Informationen zu vermitteln und das Publikum zu überzeugen.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

D) WO WIRD DAS EINGESETZT

Werbung:

Clips / Videos können auch als Werbemittel in Online-Anzeigen, Fernsehwerbung oder Kinowerbung eingesetzt werden. Sie können dazu dienen, das Bewusstsein für die Marke zu steigern, die Markenbotschaft zu vermitteln und potenzielle Kunden anzusprechen.

Interner Gebrauch:

Unternehmensclips / Image-Videos können auch intern im Unternehmen verwendet werden, um Mitarbeitern die Unternehmenskultur, Werte oder Ziele zu vermitteln. Sie dienen dazu, das Zusammengehörigkeitsgefühl zu stärken und die Mitarbeiterbindung zu fördern.

Es ist wichtig zu beachten, dass der Zweck des Unternehmensclips / Image-Videos und die Zielgruppe den Einsatzort bestimmen. Ein Unternehmensclip / Image-Video kann in mehreren Kanälen verwendet werden, aber es kann auch angepasst werden, um den Anforderungen und den spezifischen Merkmalen jedes Kanals gerecht zu werden.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

E) ZIELGRUPPEN

Unternehmensclips / Image-Videos sind für verschiedene Zielgruppen relevant, abhängig von der Art des Unternehmens, der Marke oder des Produkts / der Dienstleistung.

Grundsätzlich sind Unternehmensclips / Image-Videos für jeden relevant, der Marketing betreibt, um Kunden, potentielle Kunden / Interessenten, sowie Mitarbeiter und potentielle Mitarbeiter anzusprechen.

Hier sind einige Zielgruppen, für die Unternehmensclips / Image-Videos besonders relevant sein können:

Kunden:

Unternehmensclips / Image-Videos können dazu dienen, Kunden anzusprechen, ihr Interesse zu wecken und Vertrauen aufzubauen. Sie bieten eine visuelle Darstellung des Unternehmens, seiner Werte, seiner Produkte oder Dienstleistungen und können helfen, die Alleinstellungsmerkmale hervorzuheben. Unternehmensclips / Image-Videos können Kunden dabei unterstützen, eine positive Beziehung zum Unternehmen aufzubauen und Kaufentscheidungen zu treffen.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

E) ZIELGRUPPEN

Potenzielle Kunden / Interessenten:

Unternehmensclips / Image-Videos können auch dazu dienen, potenzielle Kunden anzusprechen und sie für das Unternehmen oder die Marke zu begeistern. Durch die Präsentation der Unternehmenskultur, der Erfolge und der Vision kann ein Unternehmensclip / Image-Video das Interesse potenzieller Kunden wecken und sie dazu motivieren, weitere Informationen über das Unternehmen einzuholen oder eine Handlung durchzuführen.

Investoren und Geschäftspartner:

Unternehmensclips / Image-Videos können auch für Investoren und Geschäftspartner relevant sein. Sie können das Unternehmen, seine Geschichte, seine Strategien und seine Leistungen veranschaulichen und das Vertrauen und Interesse potenzieller Investoren wecken. Unternehmensclips / Image-Videos können auch genutzt werden, um potenzielle Geschäftspartner von der Zusammenarbeit mit dem Unternehmen zu überzeugen.



3. ALLGEMEINE EINGLIEDERUNG VIDEO-MARKETING IM MARKETING-MIX

E) ZIELGRUPPEN

Mitarbeiter / potentielle Mitarbeiter:

Unternehmensclips / Image-Videos können intern im Unternehmen eingesetzt werden, um Mitarbeiter zu informieren, zu motivieren und zu binden. Sie können die Unternehmenskultur, die Werte, die Vision und die Erfolge des Unternehmens vermitteln. Unternehmensclips / Image-Videos können dazu beitragen, ein Gefühl der Zugehörigkeit und des Stolzes bei den Mitarbeitern zu fördern.

Darüber hinaus werden Unternehmensclips / Image-Videos auch zur Gewinnung von neuen Mitarbeitern eingesetzt und finden häufig Anwendung im HR, um schnell, professionell und informativ das Unternehmen und dessen Werte und Zielsetzungen, sowie die Beschreibung der ausgeschriebenen Position zu vermitteln.

Es ist wichtig, die Zielgruppe und deren Interessen, Bedürfnisse und Präferenzen zu berücksichtigen, um ein Unternehmensclip / Image-Video effektiv zu gestalten. Die Bilder, die Botschaft und der Ton des Clips / Videos sollten auf die Zielgruppe abgestimmt sein, um eine größtmögliche Wirkung zu erzielen.



4. 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.



4. 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.



4. 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.



4. 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.



4. 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.



4. 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.



4. 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.



4. SEO RELEVANZ

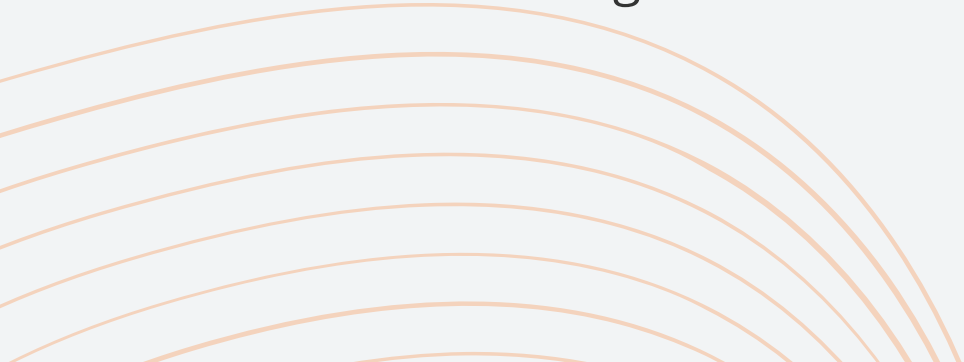
B) BELASTBARE ZAHLEN

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 darauf hinweisen, 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.



IO ME ► IA

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.

- Steigerung der Verweildauer:

4. 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.



4. 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 steigt in seiner Bedeutung stetig, angepasst an die Bedürfnisse der Nutzer und des Nutzerverhaltens.



4. SEO RELEVANZ

C) TRACKING

Es gibt verschiedene Möglichkeiten nachzuvollziehen, wie sich Ihr Unternehmensclip / Image-Video positiv auf die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens auswirkt.

Alle auf YouTube hochgeladenen Clips / Videos geben Auskunft darüber, wie viele Aufrufe in welchem Zeitintervall stattgefunden haben.

Darüber hinaus ist es wichtig, die Performance der in der eigenen Webseite eingebundenen Clips / Videos zu messen, um wichtige Erkenntnisse zum Userverhalten zu gewinnen und den ROI greifbar zu machen.

Zum Beispiel können mit Hilfe des Google Tag Managers in der Webseite eingebundene YouTube-Videos komfortabel getrackt werden, so wie viele relevante Informationen für die Engagement Analyse gewonnen werden.

Mit dem Google Tag Manager können unter anderem folgende Interaktionen von Usern mit YouTube-Videos gemessen werden:

- Start: Wird generell mit dem Video interagiert?
- Pausieren: Vor allem interessant, wenn längere Videos in die Webseite eingebunden sind.
- Neupositionierung: Wird an eine bestimmte Stelle im Video gesprungen?
- Erreichen eines bestimmten Prozent- oder Zeitwertes: Bis wohin wird das Video betrachtet?
- Ansehen des Videos bis zum Ende: Hat der User das komplette Video gesehen?



4. SEO RELEVANZ

C) TRACKING

Darüber hinaus kann die Performance Ihres Unternehmensclips / Image-Videos auch auf zahlreichen Verzeichnissen und anderen Online-Plattformen gemessen werden.

Die Messbarkeit der Performance Ihres Clips / Videos kann generell über sogenannte Tracking-Urls erfolgen, die man in vielen Quellen hinterlegen kann.

Dazu müssen Sie Ihren Clip nur mit der Tracking-URL verknüpfen und den Link in Quellen, wie z.B. Ihrer Webseite, Verzeichnissen weiteren Online-Plattformen hinterlegen.

Unter anderem bietet Google ein kostenloses Tool zur Erstellung von Tracking-URLs an, das mit dem Google Analytics Account verknüpft wird.

Beim direkten Hochladen von Videos in das Google Business Profil ist ein Tracking der Performance seit geraumer Zeit nicht mehr möglich, da Google Unternehmensclips / Image-Videos inzwischen als Selbstverständlichkeit zur Profilvervollständigung wertet und nicht als gesondertes Medium betrachtet.



4. SEO RELEVANZ

C) TRACKING

Sofern Sie die Performance Ihres Unternehmensclips / Image-Videos tracken möchten, sollten Sie sich ebenfalls überlegen, welche KPIs für Sie dabei wichtig sind.

Anhand von KPIs kann überprüft werden, ob Ihre Ziele erreicht wurden.

Einige primäre KPIs im Überblick:

- Video-Views
- Impressions
- View-through-rate (kurz: VTR))
- Video-completion-rate (kurz: VCR))
- Anzahl gesehener Sekunden/Minuten
- Klickzahl
- Zuschauerzahl

Diese KPIs verschaffen bereits einen Überblick.



4. SEO RELEVANZ

C) TRACKING

Um eine differenzierte Analyse betreiben zu können, muss die Auswertung über einen längeren Zeitraum und unter Berücksichtigung von sekundären KPIs erfolgen.

Diese sekundären Schlüsselindikatoren sind vom jeweiligen Kampagnenziel abhängig.

Hier einige Beispiele:

- Webseite-Besuche
- Verweildauer Webseite
- Conversions / Conversion-Rate
- Umsatz / Umsatzsteigerung
- Abonnentenzahl
- Interaktionsrate
- Reputation / Brand Awareness (Umfragen)
- Click-through-rate

Hohe Klickzahlen allein sagen oft nicht genug über den Erfolg eines Unternehmensclips / Image-Videos aus. Viel höher zu gewichten sind in den meisten Fällen die Verweildauer auf einem Video oder einer Seite, sowie die Interaktionen und Verkäufe, die sich aus der Video-Impression heraus ergeben haben.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN

Unternehmensclips und Image-Videos können in vielen relevanten Quellen hinterlegt werden, die die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens stark erhöhen und die Reichweite immens steigern.

Deshalb sollten Sie die Clips / Videos nicht nur für Ihre Webseite verwenden, sondern auch in Ihr Google Business Profil, Ihrem Youtube-Channel, Ihrer Social-Media Präsenz und vielen weiteren Quellen, wie zum Beispiel Online Verzeichnissen ausspielen.

Viele für die Steigerung der Sichtbarkeit relevante Verzeichnisse erlauben neben Bildern und Logos, auch ein Unternehmensclip / Image-Video auf der Profilseite anzuzeigen.

Ein Unternehmensclip steigert die Aufmerksamkeit der Nutzer auf Ihrem Firmenprofil und hilft somit, das Vertrauen zu steigern und mehr Interessenten in zahlende Kunden zu transformieren.

Die 10Media erstellt hochwertige Unternehmensclips, die wegen der Reichweite auf unserem Youtube-Kanal veröffentlicht werden.

Es folgt eine Aufzählung von relevanten Quellen, in denen Ihr Unternehmensclip ausgespielt werden kann und Sie Ihr Unternehmen bewerben sollten.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Webseite

Eine der, wenn nicht die wichtigste Quelle, mit der Sie Ihr Unternehmen bewerben und Ihren Interessenten, potentiellen Neukunden und Bestandskunden wichtige Informationen zu Ihrem Unternehmen, Ihren Produkten und Dienstleistungen, Neuigkeiten und Kontaktmöglichkeiten vermitteln.



Google Business Profil

Google Business Profil (ehemals Google My Business) ist die meistbesuchte Plattform für Konsumenten, die Waren und Dienstleistungen in ihrer Umgebung kaufen möchten. 51 Prozent der Verbraucher nutzen Google-Bewertungen als Grundlage für ihre Kaufentscheidungen.

Des Weiteren sind die Aktualität und Vollständigkeit der Unternehmensangaben und eine attraktive Profiltiefe entscheidend.

Ein Unternehmensclip trägt dazu bei, die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens zu steigern.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



YouTube

Die Anzahl der monatlich aktiven YouTube-Nutzer beläuft sich auf weltweit 2,56 Milliarden (Stand: Januar 2022). Die Tagesreichweite von YouTube lag laut einer Umfrage im Jahr 2021 bei knapp 35 Prozent in Deutschland.

Für die jüngeren Generationen ist YouTube inzwischen unverzichtbar. Um auch diese potentiellen Kunden zu erreichen, ist eine YouTube Präsenz enorm wichtig. In der Altersgruppe 14- bis 29-Jahren liegt die Tagesreichweite sogar bei 73,8 Prozent.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Facebook

Facebook ist mit 1,45 Milliarden täglich aktiven Nutzern die größte Social-Media-Plattform der Welt und eine immer wichtigere Quelle für Kunden, die nach Informationen, Produkten, Dienstleistungen und Kontaktmöglichkeiten zu Unternehmen suchen.

Alleine in Deutschland hat Facebook ca. 47 Millionen Besucher pro Monat.

Die starke Domain Authority unterstützt die Suchmaschinenoptimierung und steigert Ihre Sichtbarkeit. 35 Prozent der Interessenten nutzen Facebook-Bewertungen als Grundlage für ihre Kaufentscheidungen.

Unternehmen können über Facebook direkt in Kontakt mit Nutzern (Interessenten und potentiellen Neukunden) treten und diese auf Ihre Unternehmens-Webseite leiten.

Nutzer können zum Beispiel Bilder, Posts, Unternehmensclips, Informationen und Updates von Unternehmen kommentieren und diese in Ihrem Netzwerk teilen. So erreichen Unternehmen potenziell viele weitere Kunden.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Instagram

Instagram ist eines der größten sozialen Netzwerke zum Teilen von Fotos und Videos und gehört seit August 2012 zu Meta (ehemals Facebook).

Laut Instagram gab es weltweit eine Milliarde aktiver Nutzer pro Monat (Stand Juni 2018).

Laut einer Hochrechnung soll die Anzahl an weltweit aktiven Instagram-Nutzer aktuell bei rund 1,48 Milliarden liegen.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



TikTok

TikTok gilt als beliebte Social-Media-Plattform der jüngeren Generation. Auch Unternehmen können diese Plattform für ihr Marketing aktiv nutzen.

TikTok eignet sich allerdings eher für B2C-, als für B2B-Unternehmen. Wer hier aktiv sein möchte, sollte kreativ sein und Lust und Zeit haben, sich mit immer neuen Beiträgen zu beschäftigen und vor allem mit seiner Zielgruppe zu interagieren. Und dies gelingt nur, wenn man lustige, kreative und unterhaltsame Kurzvideos über das eigene TikTok Unternehmensprofil teilt.

Ein Unternehmensclip der 10Media kann hier ein Baustein der Grundpräsenz sein.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Auskunft.de

Mit mehr als 8,5 Millionen Besuchern pro Monat ist auskunft.de eine der führenden Suchmaschinen Deutschlands. Nutzer finden hier umfangreiche Informationen zu Unternehmen, so dass Suchanfragen schnell zielführend sind.



Branchenbuch Deutschland

Branchenbuch Deutschland ist eines der ältesten Branchenverzeichnisse Deutschlands mit bundesweit 5,1 Millionen gelisteten Unternehmen.



Brunch-Lunch-Dinner

Brunch-Lunch-Dinner ist eine branchenspezifische Marketing-Plattform in der Gastronomie und Hotellerie zur Gewinnung von Neukunden



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Brownbook

Brownbook.net ist in Großbritannien ansässig und zeigt Informationen von über 30 Millionen Unternehmen in über 200 Ländern an.



Cylex

Cylex ist auf 5 Kontinenten aktiv und unterhält über 30 Onlinebranchenverzeichnisse, die täglich von mehr als 1 Million Menschen genutzt werden. Cylex bietet Unternehmen eine einfache und schnelle Möglichkeit an, sich attraktiv zu präsentieren. Des Weiteren können Kunden unabhängig davon, von wo aus sie die Suchanfrage stellen, den passenden Service finden.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Das Örtliche

Das Örtliche ist das führende kostenlose Telekommunikationsverzeichnis für die lokale Suche und rund 93 Prozent der Deutschen bekannt. So gut wie jeder Zweite nutzt das Branchenbuch mindestens einmal pro Monat. Nutzer können zwischen Buch, Online- und mobiler Suche, sowie der Suche über Apps für aktuelle Smartphones und Tablets wählen. Durchschnittlich werden täglich mehr als 3,8 Millionen Suchanfragen gestellt.

Damit gehört Das Örtliche zu den führenden Anbietern bei der regionalen Suche.

70 % nutzen Das Örtliche für die Suche nach Firmen und Unternehmen.

63 % nehmen nach ihrer Suche Kontakt mit einem oder mehreren Anbietern auf.

87 % der Personen mit Kontaktaufnahme kaufen ein Produkt/eine Dienstleistung oder planen dies konkret.

Davon sind 56 % Neukunden.

327 Euro geben die Nutzer von Das Örtliche im Durchschnitt nach Kontaktaufnahme aus.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Finderr

Finderr hilft Kunden und Interessenten, Unternehmen in ihrer Region zu finden.



GoYellow

Mehr als 3,5 Mio. Unternehmen sind auf GoYellow gelistet. Damit ist es in Deutschland eines der bedeutendsten Branchenverzeichnisse.

Es wird Unternehmen in jeglicher Größe ermöglicht, sich mit einer Unternehmensbeschreibung, Öffnungszeiten, Fotos, Unternehmensclip etc. zu präsentieren, um so Verbraucher bei ihrer Kaufentscheidung zu unterstützen.

GoYellow verfügt über eine fortschrittliche Suchtechnologie, die den Nutzern relevante Unternehmensinformationen auf verständliche Weise zur Verfügung stellt und somit Ihre Kaufentscheidung unterstützt.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN

Gelbe Seiten

GelbeSeiten

Unternehmen können sich mit hilfreichen Kontaktinformationen, aktuellen Öffnungszeiten, Firmenbeschreibung, Bildern und Unternehmensclip, sowie Kundenbewertungen auf den Gelben Seiten listen.

Laut Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hatte das digitale Gesamtangebot von Gelbe Seiten im März 2023 ca. 2,57 Millionen Unique User.

Die Bekanntheit liegt bei 92,3 %.

23,8 Mio. Menschen haben in den letzten 12 Monaten das Branchenbuch genutzt.

57 % nehmen nach ihrer Suche Kontakt zu einem oder mehreren Anbietern auf.

87 % der Personen mit Kontaktaufnahme kaufen ein Produkt oder eine Dienstleistung bzw. planen dies. Davon sind 69 % Neukunden und Interessenten.

656 Euro gaben die Nutzer von Gelbe Seiten im Durchschnitt nach Kontaktaufnahme aus.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Hotfrog

Hotfrog ist in 38 Ländern aktiv. Über 69 Millionen gelistete Unternehmen erreichen monatlich mehr als 1,6 Millionen aktive Nutzer.

Hotfrog ist ein Branchenverzeichnis für Unternehmer, über die potenzielle Kunden informiert werden, was das Besondere an Ihrem Unternehmen, Ihren Produkten und Dienstleistungen ist.



iGlobal

Nutzer können Informationen über Ladengeschäfte, gewerbliche Unternehmen und Freiberufler in ihrer Stadt finden. iGlobal ist in 60 Ländern in Nord- und Südamerika, Europa und Asien vertreten und steht in 18 Sprachen zur Verfügung.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



InfosInfo

InfosInfo hilft Unternehmen dabei, ihre Produkte und Dienstleistungen Online zu präsentieren.

Es ist eine Online-Suchmaschine für Firmen und Fachleute, die Nutzer dabei unterstützt, mit Unternehmen in Kontakt zu treten und eine gute Beziehung mit lokalen Nutzern zu erleichtern.



Koomio

Koomio ist ein Unternehmensverzeichnis im deutschsprachigen Raum, über das Unternehmen Ihre Produkte und Dienstleistungen präsentieren und anbieten können und so Konsumenten dabei helfen, eine bessere Kaufentscheidung zu treffen. Koomio unterstützt unter anderem die Veröffentlichung von Fotos, Videos und Öffnungszeiten sowie Features wie die Individuelle Kundenansprache.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Marktplatz Mittelstand

Das Branchenverzeichnis Marktplatz-Mittelstand ist ein Marketing-Netzwerk für Unternehmen in ganz Deutschland. Es ist mit 420.000 Einträgen das größte und effektivste Präsenzmanagementportal für Unternehmen in Deutschland. Marktplatz-Mittelstand unterstützt Unternehmen bei der Gewinnung neuer Kunden und hilft ihnen, ihr Suchmaschinenranking zu optimieren.



Stadtbranchenbuch

Auf Stadtbranchenbuch finden Nutzer wichtige lokale Informationen und Kundenbewertungen. Mit mehr als 5,1 Millionen gelisteten Unternehmen ist das Stadtbranchenbuch eines der führenden Onlineverzeichnisse in Deutschland und Österreich.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN

t-online. T-Online Branchen

T-Online.de ist eine der reichweitenstärksten deutschen Nachrichtenseiten. Auf den Regionalseiten von t-online.de finden Nutzer nicht nur aktuelle Nachrichten aus der Region, sondern auch lokale Unternehmen aus dieser Region, die sich mit vielen hilfreichen Informationen, wie zum Beispiel Unternehmensclips präsentieren.



We shop local

Der intelligente Standortfinder we shop local für Unternehmen in Deutschland ermöglicht Nutzern aus Tausenden von übersichtlich dargestellten und aktuellen Unternehmensprofilen und Bewertungen auswählen. Mit we shop local ist für Nutzer einfach, das richtige Unternehmen in Ihrer Region zu finden.



5. AUSSPIELUNGEN UND REICHWEITE

A) KANÄLE UND VOLUMEN



Wogibtswas.de

Nutzer können aus mehr als 75.000 Produkten von über 200.000 lokalen Unternehmen in über 10.000 Städten wählen.

Wogibtswas bietet Nutzern Informationen zu lokalen Angeboten, Dienstleistern und Geschäften von gefragten Produkten oder Dienstleistungen.



Yellowmap

YellowMap ist eines der führenden deutschen Branchenbuchanbieter für lokale Suchanfragen. Mit einer intelligenten Suchfunktion bietet YellowMap Ihren Nutzern Antworten auf die häufigsten Fragen, noch bevor diese gestellt wurden. Um das zu ermöglichen, werden Suchergebnisse mit relevanten Informationen angereichert, auch wenn diese nicht direkt gesucht wurden.



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

