

6 REGELN FÜR EIN ERFOLGREICHES VIDEO-MARKETING

Veröffentlicht am 17. Juli 2014 von Rüdiger



Sehen Sie gerne Filme? Falls Sie diese Frage mit ja beantworten, geht es Ihnen wie vielen Ihrer Kunden. Studien zeigen, dass sich Besucher circa 2 Minuten länger auf einer Webpräsenz mit Unternehmensvideo aufhalten, als auf einer ohne. Noch wichtiger: Die Wahrscheinlichkeit eines Kaufs steigt um mehr als 60 Prozent. Unsere Media Company bietet ihren Partnerunternehmen daher spannende Online-Videos. Beim Einsatz von einem solchen Imagefilm sind jedoch einige Regeln zu beachten. Wir sagen Ihnen welche.

SO BETREIBEN SIE ERFOLGREICHES VIDEO-MARKETING:

Wer ein ansprechendes **Video** auf seiner Webpräsenz vorweisen kann, spricht seine Kunden auf eine moderne und fesselnde Weise an. Wenn auch Sie Ihr **Image mit einem Videoclip verbessern** wollen, sollten Sie **diese Regeln** im Hinterkopf behalten:

1. Der Kunde bekommt, was er will

Ein **Unternehmensvideo** kann viele Funktionen erfüllen. Sie können Ihre Kunden **beraten, anregen, unterhalten** oder **verlocken**. Versetzen Sie sich deshalb in Ihre Zielgruppe, um deren Wünschen gerecht zu werden. Das ist beispielsweise mit einer **Video-Gebrauchsanleitung** zu Ihrem Produkt möglich.

2. Den Kunden abholen, wo er ist

Wegen des Erfolges des mobilen Internets sollten Videoinhalte auch **auf dem Tablet oder Smartphone abrufbar** sein. Viele Verbraucher informieren sich unterwegs über ein Produkt, bevor sie es am Abend zuhause bestellen.

3. Das Video muss gefunden werden

Eine **übersichtlich gestaltete Webpräsenz** erleichtert nicht nur Ihren Nutzern die Orientierung. Damit auch die [Crawler](#) der Suchmaschinen Ihr **Unternehmensvideo leicht finden**, sollten Sie es daher gut einbetten. Das bedeutet, dass der Videoclip von einem **suchmaschinenoptimierten Webtext** umgeben sein sollte. Mit diesem Text weisen Sie auf Ihr Video hin und verbessern seine Auffindbarkeit.

4. Verbreiten Sie Ihr Video

Social Media wie Facebook oder Twitter eignen sich hervorragend, um auf Ihren Imagefilm aufmerksam zu machen. Ihre Fans und Follower führen Sie am besten mit einem **Link auf Ihre Webpräsenz**. So erhöhen Sie die Besucherzahl und gleichzeitig auch die Sichtbarkeit.

5. Es gibt nicht nur YouTube

Angesichts des großen Erfolgs von **YouTube** vergessen viele, dass es auch andere bedeutende Videoportale gibt. Unsere Media Company veröffentlicht die Unternehmensvideos ihrer Partnerunternehmen außer bei YouTube auch bei **Vimeo** und **businessworld.de**. Durch diese Streuung erreichen wir eine **größere Reichweite** und Sie mehr Kunden.

6. Überprüfen Sie den Video-Erfolg

Heutzutage stehen den Betreibern von Webpräsenzen zahlreiche **Programme zur Erfolgsmessung** bereit. So können Sie mit dem Analyseprogramm **Piwik** feststellen, was Ihre Seitenbesucher von Ihrem Imagefilm halten. Wenn Sie mehrere Videos auf Ihrer Webpräsenz einbinden, ist sogar ein direkter Vergleich möglich. Dadurch wissen Sie dann, wo die **Interessenschwerpunkte Ihrer Kunden** liegen.

Die **Unternehmensvideos** unserer **Media Company aus Düsseldorf** werden nach diesen Regeln erstellt: Sie sprechen Ihre Kunden emotional an und sind **über Google und Co. leicht zu finden**. [Kontaktieren Sie uns](#), wenn Sie das **große Potential** von Videos für sich nutzen wollen.

Thumbnail Image: [Sony DV camcorder](#) von [Kansir](#) via [CC BY 2.0](#)