VIRALES MARKETING: 6 TIPPS FÜR MEHR ERFOLG MIT IHREM IMAGEFILM

Veröffentlicht am 20. August 2014 von Rüdiger

Für die Online-Reputation eines Unternehmens ist ein virales Video Gold wert. Doch was bedeutet viral? Webinhalte gelten als viral, wenn Sie sich wie ein Virus schnell durch das Internet verbreiten. So steigt die Markenbekanntheit enorm und in Windeseile. Wenn unsere Media Company einen Imagefilm für Sie produziert, beachten wir daher die Regeln des viralen Marketings. Durch unsere 6 Tipps erfahren auch Sie, worauf es bei einem erfolgreichen Video ankommt.

Mit dem **Musikvideo „Supergeil“** sammelte die Supermarktkette Edeka in diesem Jahr viele Pluspunkte. Auf **lustige und eingängige Weise** preist ein älterer Herr darin Produkte aus dem Sortiment des Unternehmens an. Der Videoclip wurde in kurzer Zeit zum **viralen Hit** und mehr als vier Millionen Mal aufgerufen. Die Macher des Videos wissen, wie virales Marketing funktioniert. Sie haben bei der Videoproduktion auch die folgenden **Tipps** berücksichtigt:

1. An die Zielgruppe denken
Wenn Sie mit Ihrem **Imagefilm** für viele Klicks bei Youtube und Co. sorgen wollen, müssen Sie Ihre Zielgruppe im Blick haben. **Die beliebtesten viralen Videos** verdanken Ihren Erfolg zwei Faktoren: Zum einen haben Sie vor allem **junge Zuschauer angesprochen**, die die sozialen Medien viel und aktiv nutzen. Zum anderen genießen **Clips zu aktuellen Großveranstaltungen** wie der Fußball-WM eine große Aufmerksamkeit, auch im TV und in den Zeitungen.

2. Gefühle wecken
Ein Video muss seine Zuschauer **emotional** erreichen. Ihr Imagefilm sollte die Menschen zum **Lachen bringen, rühren oder schockieren**. Denn was Gefühle hervorruft, wird auch in den Social Media geteilt.

3. Mit den Erwartungen spielen
Wer im Internet unterwegs ist, möchte **etwas Neues erleben**. Deshalb kommen **Clips** mit einem überraschenden Ende oder einer ungewöhnlichen Geschichte gut an.

4. Nicht aufdringlich sein
Ein virales Video muss **ehrlich** und **glaubwürdig** sein. Sie sollten Ihre Kunden deshalb **nicht mit Kaufaufforderungen bedrängen**.

5. Eine große Verbreitung ist nicht alles
Wenn Ihr **Imagefilm** online geht, wächst seine Reichweite mit jedem Teilen. Doch nicht alles was die Internetnutzer gerne teilen, führt zu einer besseren Online-Reputation. Der **Film sollte Ihr Unternehmen in ein positives Licht rücken** und **nicht mit einem imageschädigenden Inhalt** zahllose Klicks anziehen.

6. Je teurer, desto besser?
Für einen Imagefilm können Sie viel Geld ausgeben. Eine **aufwändige Produktion zieht aber nicht automatisch einen viralen Hit** nach sich.

Hier sehen Sie die viralsten Videos im Juli 2014 im Magazin Internet World Business.

Ein Imagefilm unserer **Media Company aus Düsseldorf** erfüllt die Voraussetzungen für einen viralen Erfolg: Ihre Kunden lernen Sie von Ihrer Schokoladenseite und aus nächster Nähe kennen. Sprechen Sie uns an, wenn Ihr **Imagefilm Gefühle und Vertrauen wecken soll**.