



Ein Video auf der Homepage – ist das schon Videomarketing?

Videomarketing ist der Shootingstar im Web, ohne Zweifel.

Das bewegte Bild ist schon seit Jahrzehnten der Werbeträger Nummer 1.

Seit kurzer Zeit, mit der flächendeckenden und erschwinglichen Einführung der Breitbandnetze, steigt dieses Medium auch im Web zum Marketinginstrument ersten Ranges auf.

Wie überall im Leben, ist auch hier auf die Nebenwirkungen zu achten.

Irgendein Video, vielleicht aus alten Imagefilmbeständen, auf die eigene Website verpflanzt, kann mehr schaden als nützen.

Die Bedeutung von Videomarketing in den elektronischen Medien steckt im Begriff Marketing.

Marketing erfordert eine Strategie, professionelles Handwerk und klar formulierte Ziele.

Davon ist das Video, oder besser der Film im neuen Medienzeitalter genauso betroffen, wie alle anderen Instrumente der Werbung für die eigene Sache.

Der Teil „Video“ im Wort Videomarketing definiert das passende Handwerk. Der Nutzer im Web verhält sich anders, als der TV-Konsument und auch anders als der Kinobesucher.

Die Nutzer der neuen Medien umfassen mittlerweile alle Altersschichten, alle Bildungsgrade und sie handeln sehr viel ungeduldiger als der klassische Konsument von Trailern im Fernsehen.

Im Web bleiben Ihnen nach neuesten Forschungen im Schnitt nicht mal mehr 90 Sekunden für die Übermittlung Ihrer Botschaft per Video, Tendenz sinkend.

Alte Imagefilmkonzepte taugen für das Marketing im Bitzeitalter genauso wenig, wie der alte Textilgürtelreifen auf einem Ferrari.

Für Ihr Video in der Datenwelt muss eine neue Dramaturgie her, eine Dramaturgie, die schnell zur Sache kommt. Der User fordert ferner Authentizität, um hier nur zwei Faktoren für ein erfolgreiches Werbevideo im Web anzusprechen.

Das Prinzip „wir sind die Besten und unser Produkt wäscht weißer als die anderen“ kommt hier nicht mehr an – falls es je angekommen ist.

Sind Sie mit einer Schummimütze auf dem Kopf schon Formel 1 Teilnehmer?

Sicher nicht.

Und genauso ist ein Video auf Ihrer Homepage nicht automatisch nutzbringendes Videomarketing!

Eine weitere große Falle ist die technische Präsenz Ihres Videos im Web.

In der rasend schnellen Welt von Möglichkeiten und Playertechniken erfordert Ihr Videoangebot genau die Adaption, die dem Nutzer keine Kunststückchen bei der Wiedergabe abverlangt.

Spätestens, seit die HD-Videowelt ins Web einzieht, ist auch optische Qualität Trumpf.

Full-Screen Wiedergabe in High-Definition mit bezahlbaren Mitteln und verfügbaren Bandbreiten ist die Herausforderung an die Video-IT für die nächsten zwei Jahre.

Fengler

Videomarketing ist somit sicher eines der wirksamsten Instrumente des messbaren Marketings geworden. Aber auch eines der Instrumente mit der höchsten Komplexität! Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen liegt in der Gradwanderung zwischen finanziellem Aufwand und Wirkung eine riesige, neue Chance Kundenpotentiale wesentlich tiefer auszuschöpfen, als es je im Marketing möglich war.

Betreten Sie dieses Parkett mit den richtigen Sohlen, kann das wie Phoenix aus der Asche wirken – nutzen Sie diese Chance für sich, ohne zu zögern!

Tschüss, bis zum nächsten Mal
Ihr

Thomas Fengler