

VideoMarketing

Achim Schmidt • video4you.tv

VideoMarketing
ist ein
kraftvolles Tool!

Wenn man weiß,
WIE man es nutzt!



Stichworte des modernen Marketings

- Content-Marketing
- Dialog-Marketing
- Erlebnis-Marketing
- interaktives Marketing
- Verkaufsoptimierung
- Marktorientierung
- Empfehlungs-Marketing

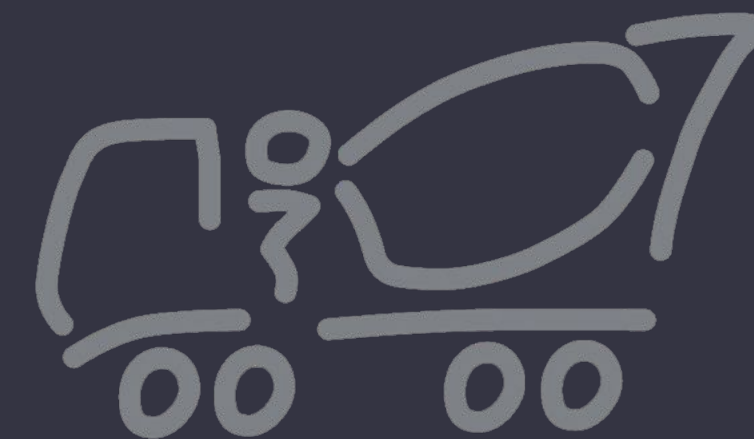
1891



Video-Marketing

1 Juli 1941 NBC

1956 Bayerischer Rundfunk



Beton

Es kommt darauf an, was man draus macht.

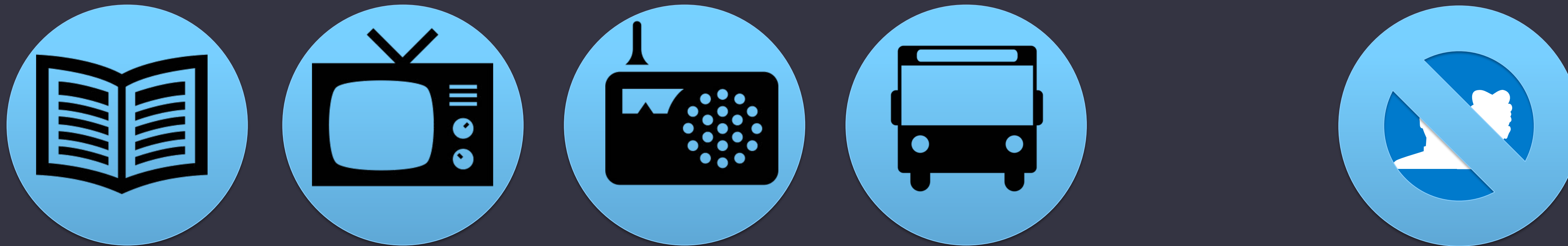
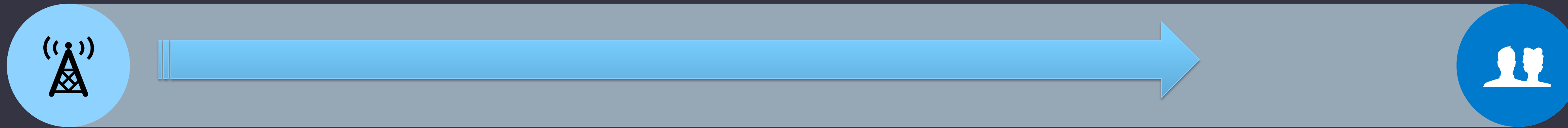
WAS

macht den

Unterschied?

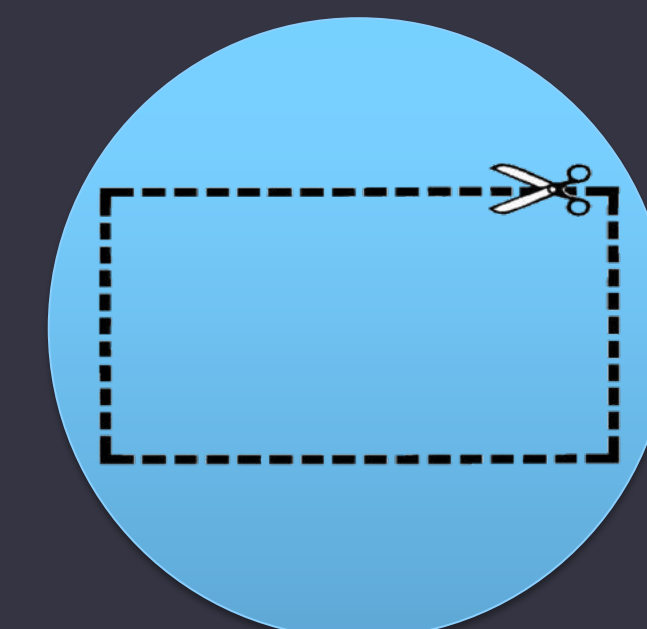
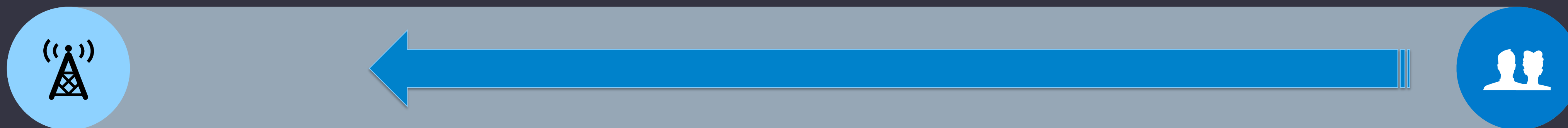
- PushMedien
- PullMedien
- Werbeerfolgskontrolle
- Zuschauer-Verhalten & -Erwartung

PushMedien



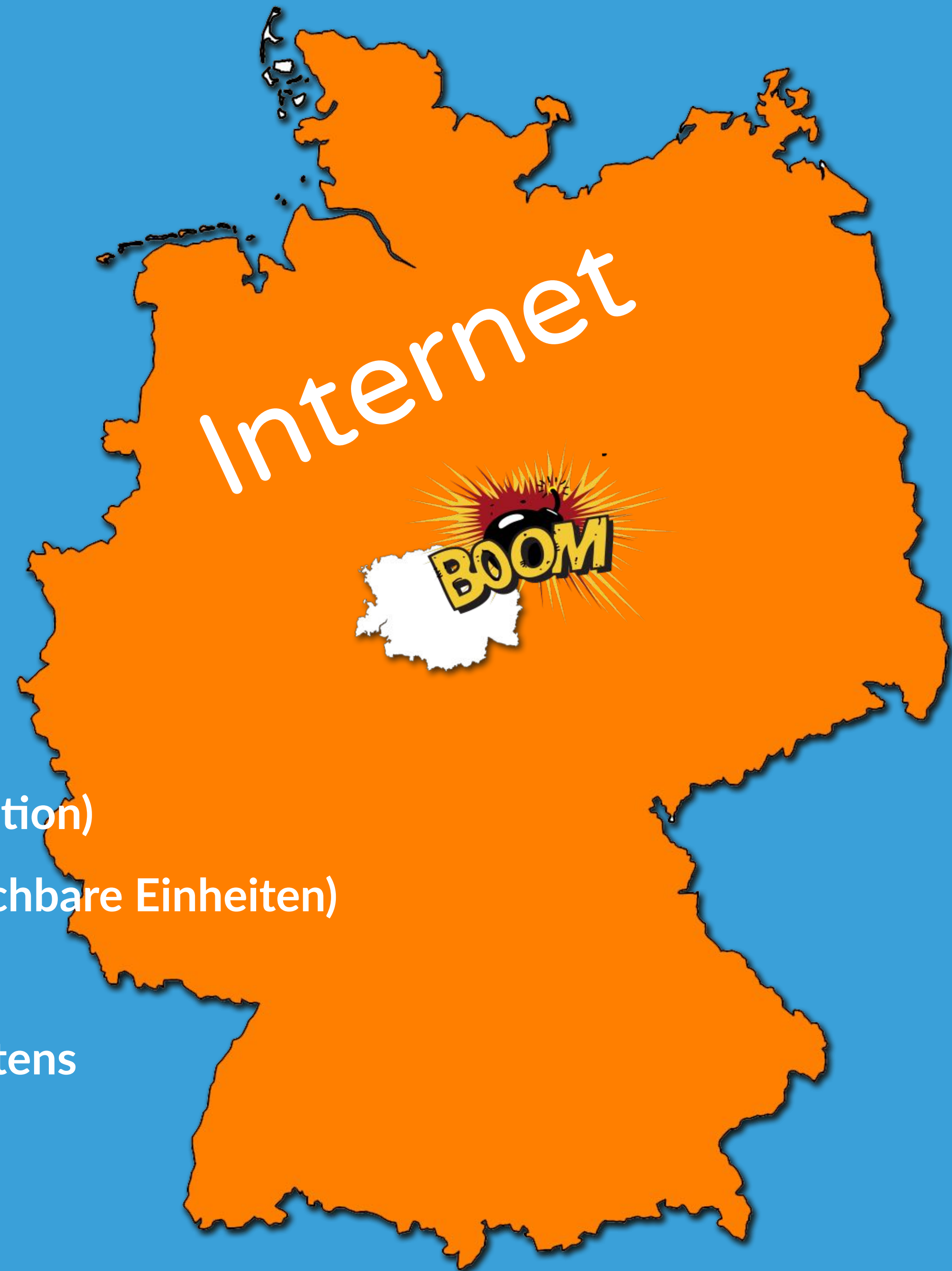
PullMedien

- Werbeerfolgskontrolle



Was wurde anders?

- neue Wege für alte Konzepte
- einfachere Kommunikation
- billigere Distribution
- billigere Medien-Produktion
- genaue Werbeerfolgskontrolle
- minimierte Streuverluste
- neue Vertriebsformen (Affiliate-Marketing)
- Stärkung der Pull-Medien (bidirektionale Kommunikation)
- Atomisierung der Zielgruppen (bis in kleinste, ansprechbare Einheiten)
- Verschärfung der Konkurrenz-Situation
- Änderung des Konsumenten- und Verbraucherverhaltens



Push-Medien
sind nicht
ausgestorben!



Der Verbraucher

- seinen Bedürfnissen entsprechend informiert werden
- auf Basis dieser Informationen seine Entscheidungen treffen können
- unterhalten und
- von Freunden inspiriert werden
- er möchte wichtige Informationen teilen können
- Und zum Schluss möchte er noch den besten Preis.





Online Marketing

Pull-Medium



Content Marketing

Pull-Medium



Video Marketing

Pull-Medium



WAS

macht ein Push- zum Pull-Medium?

Der Inhalt!



Versuchsküche: ca. 2.500 Abfragen
Dr. Oetker Versuchsküche: 500.000 Abfragen

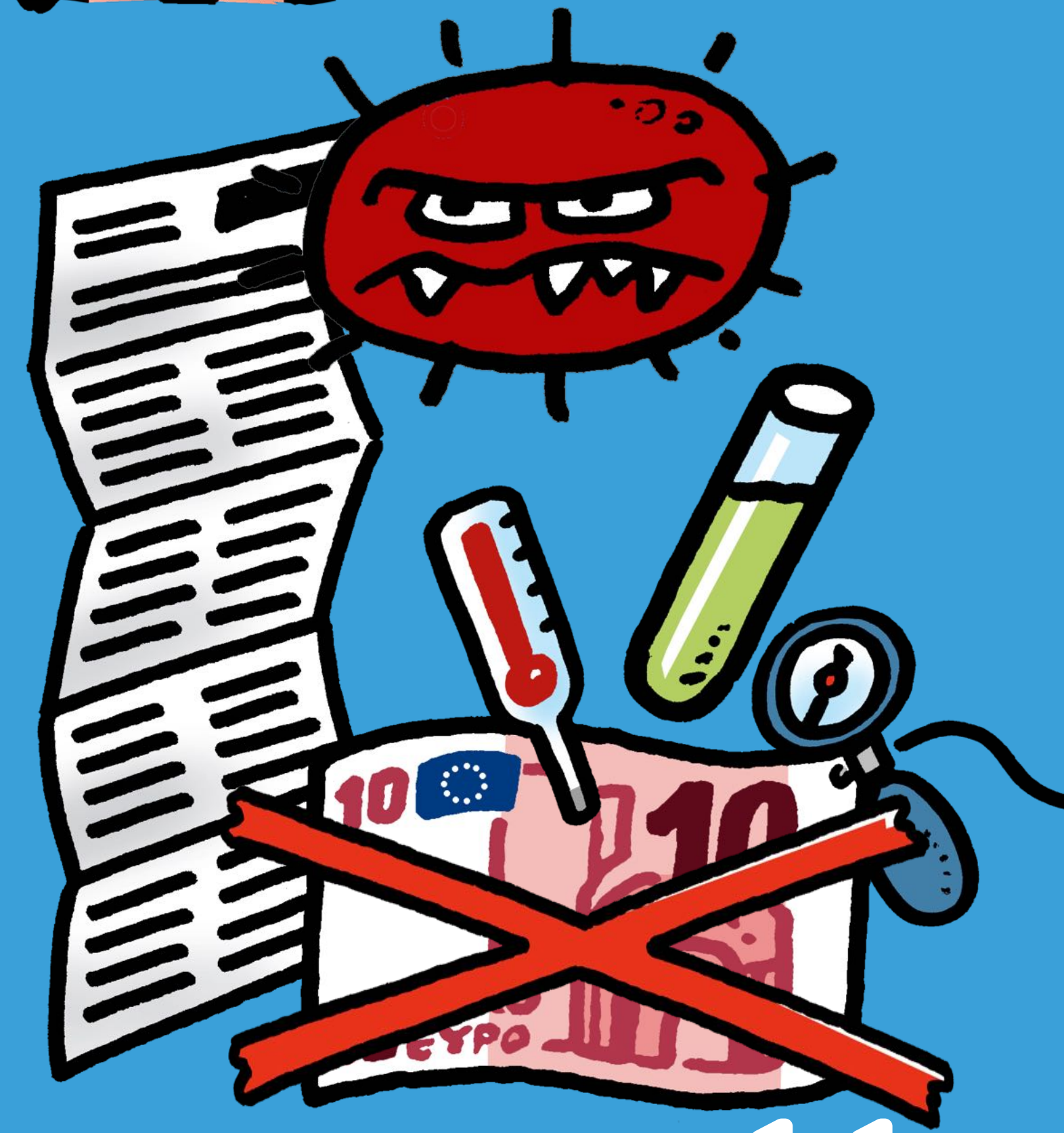
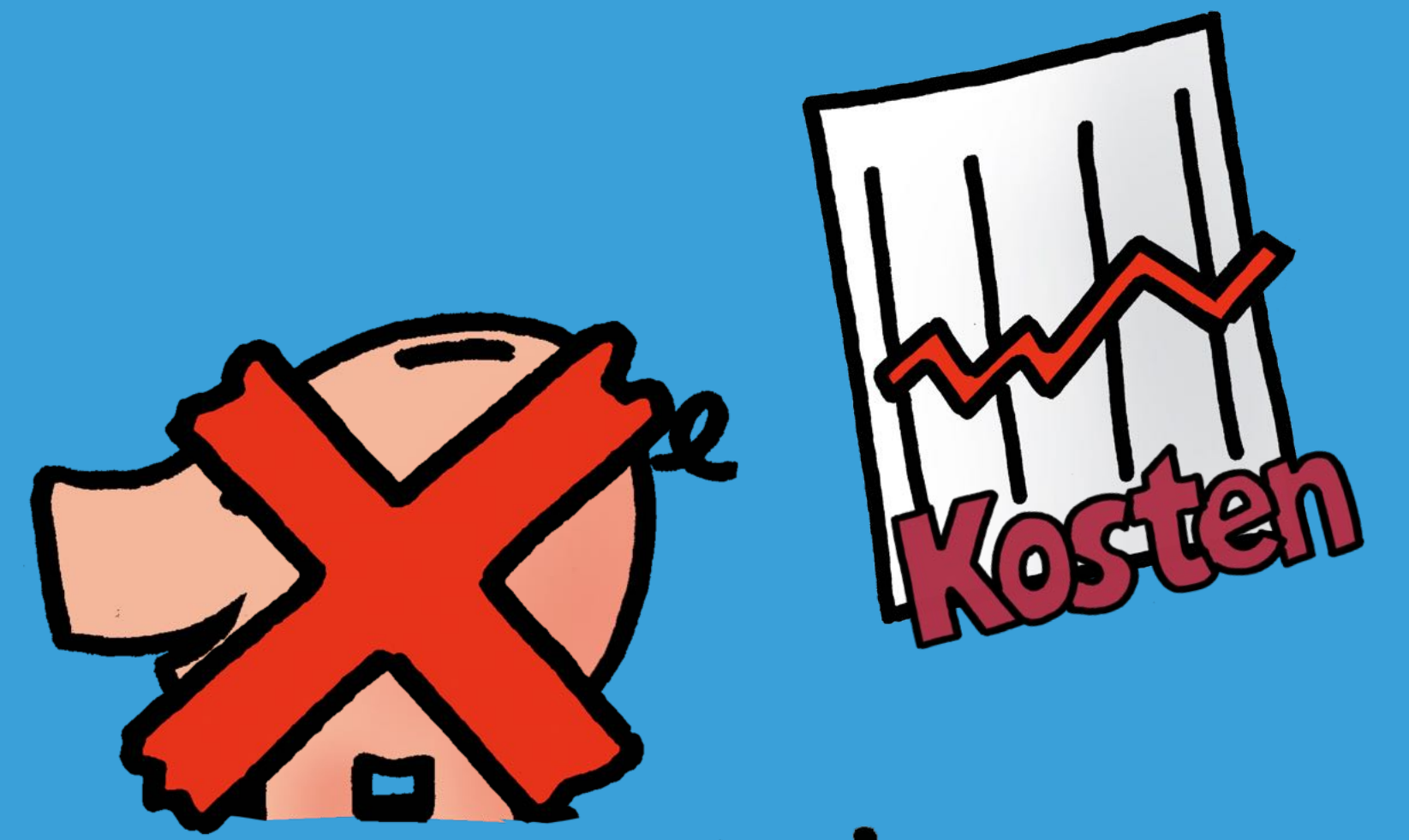
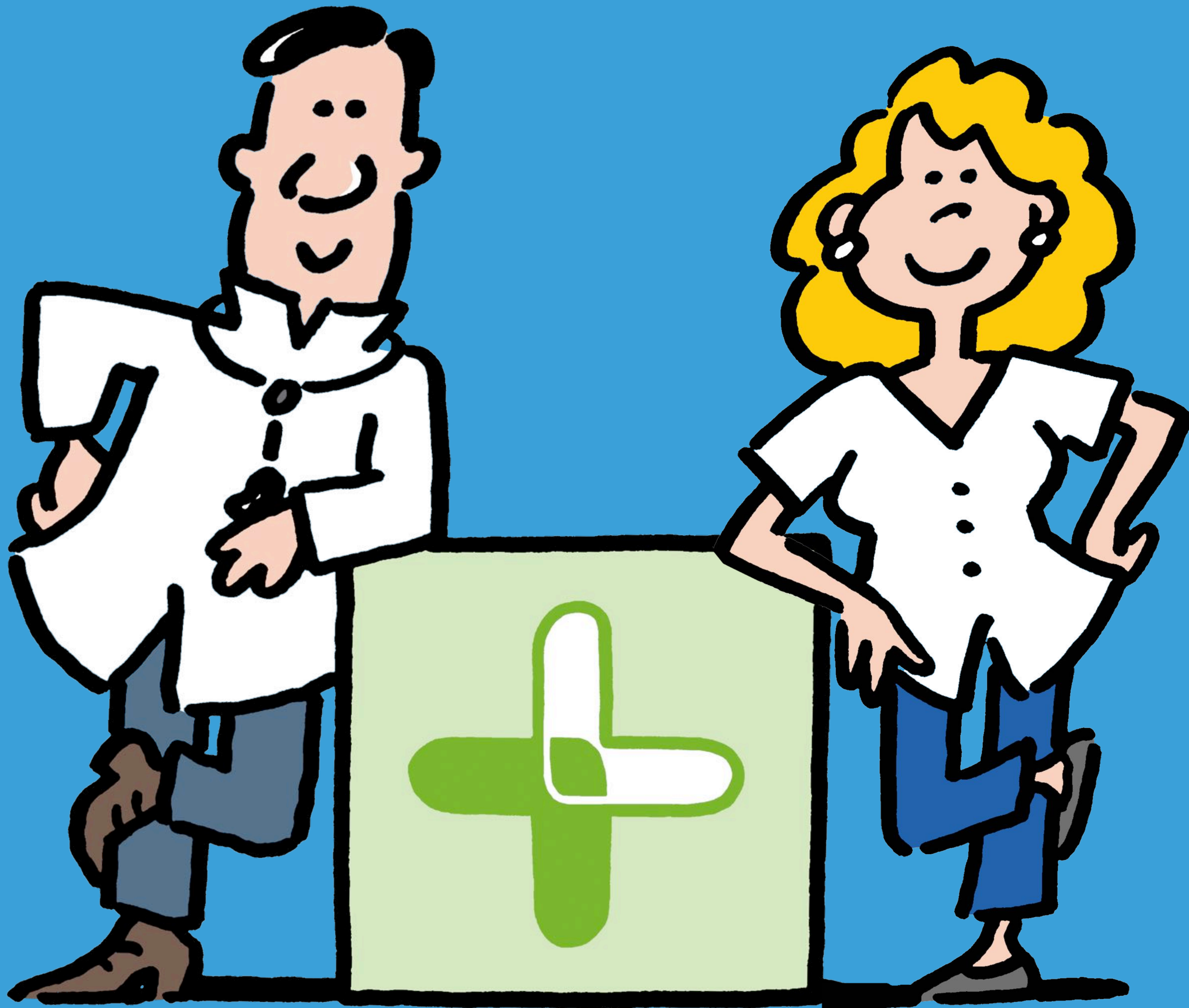


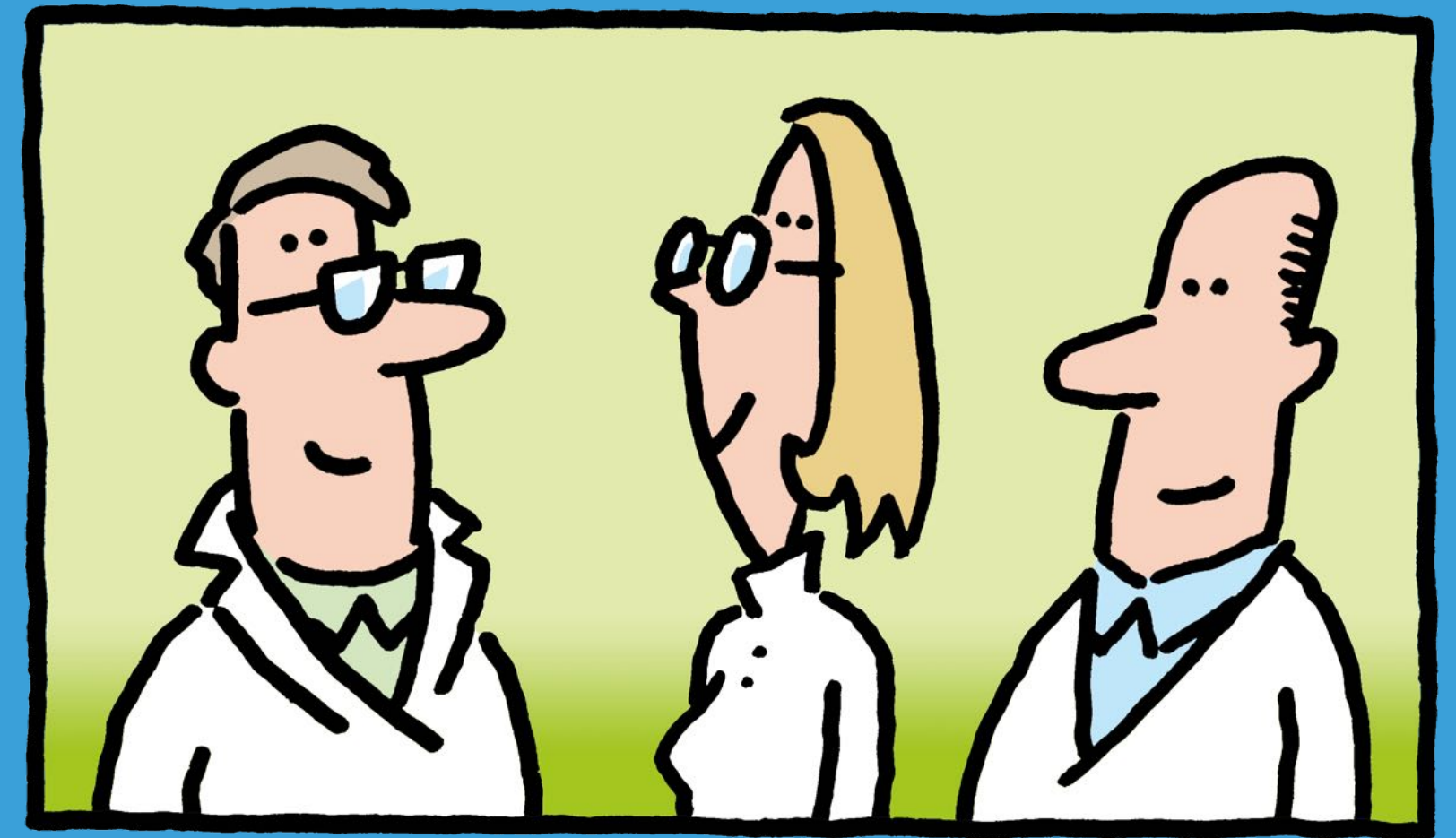
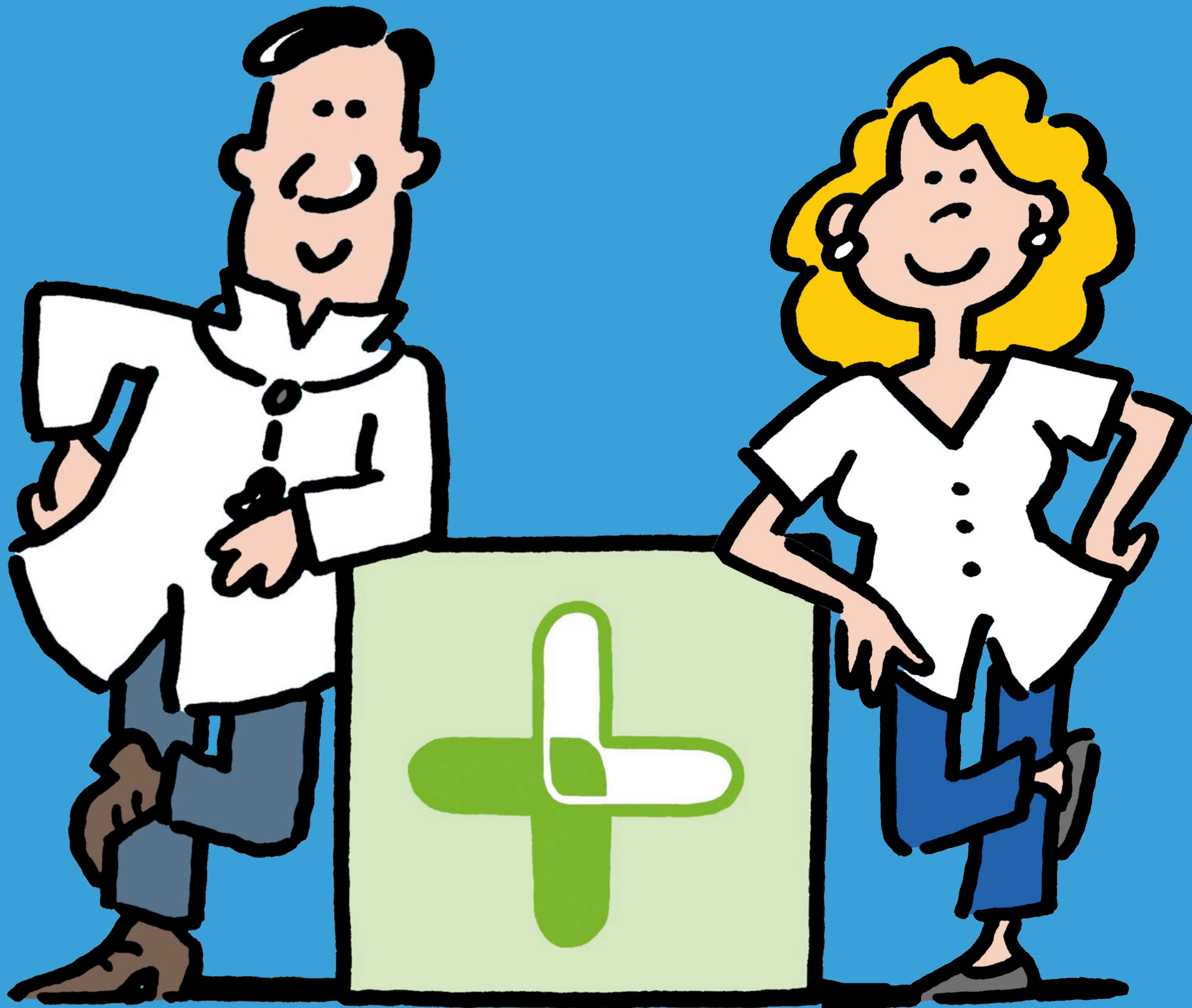
Allergien Aug.: ca. 1,5 Mio Abfragen
Allergien Dez.: ca. 600.000 Abfragen

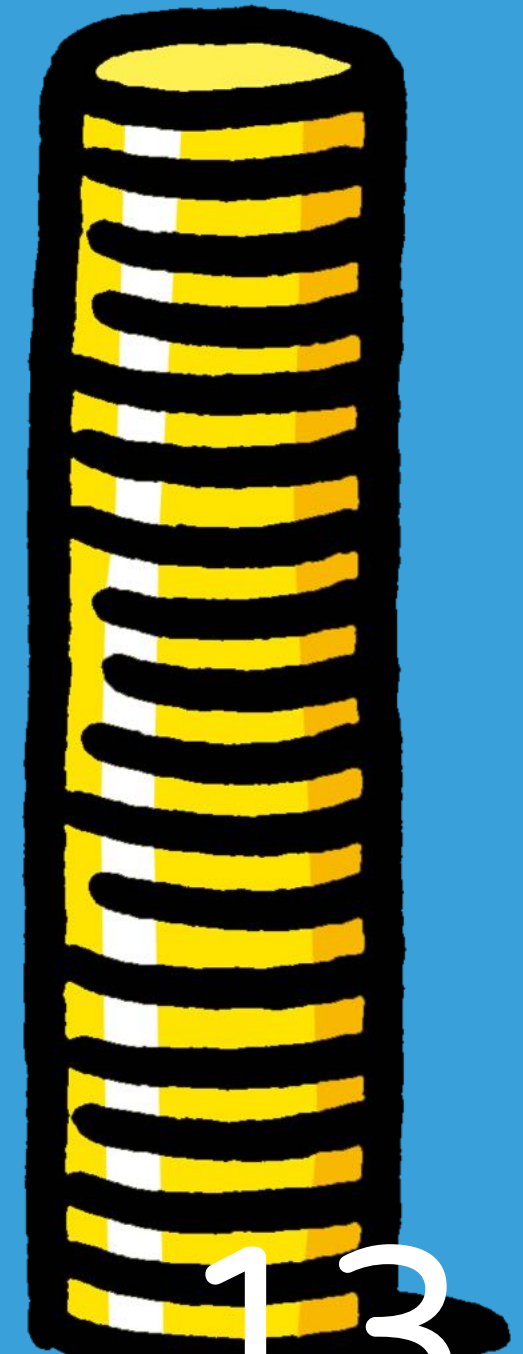
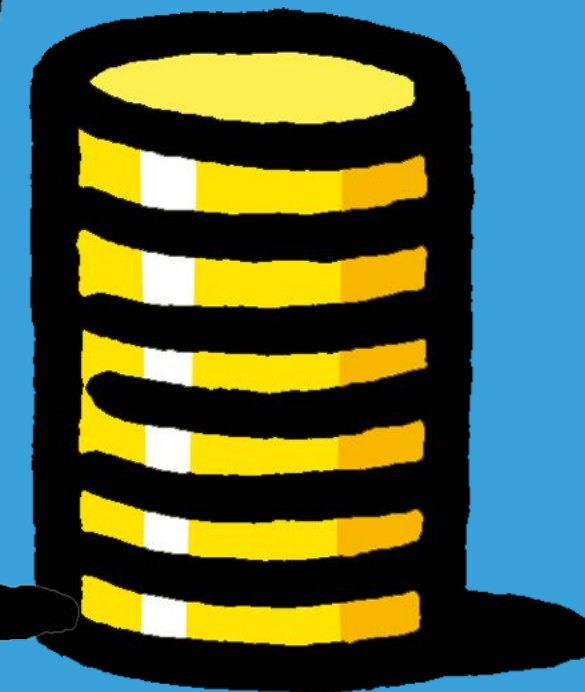
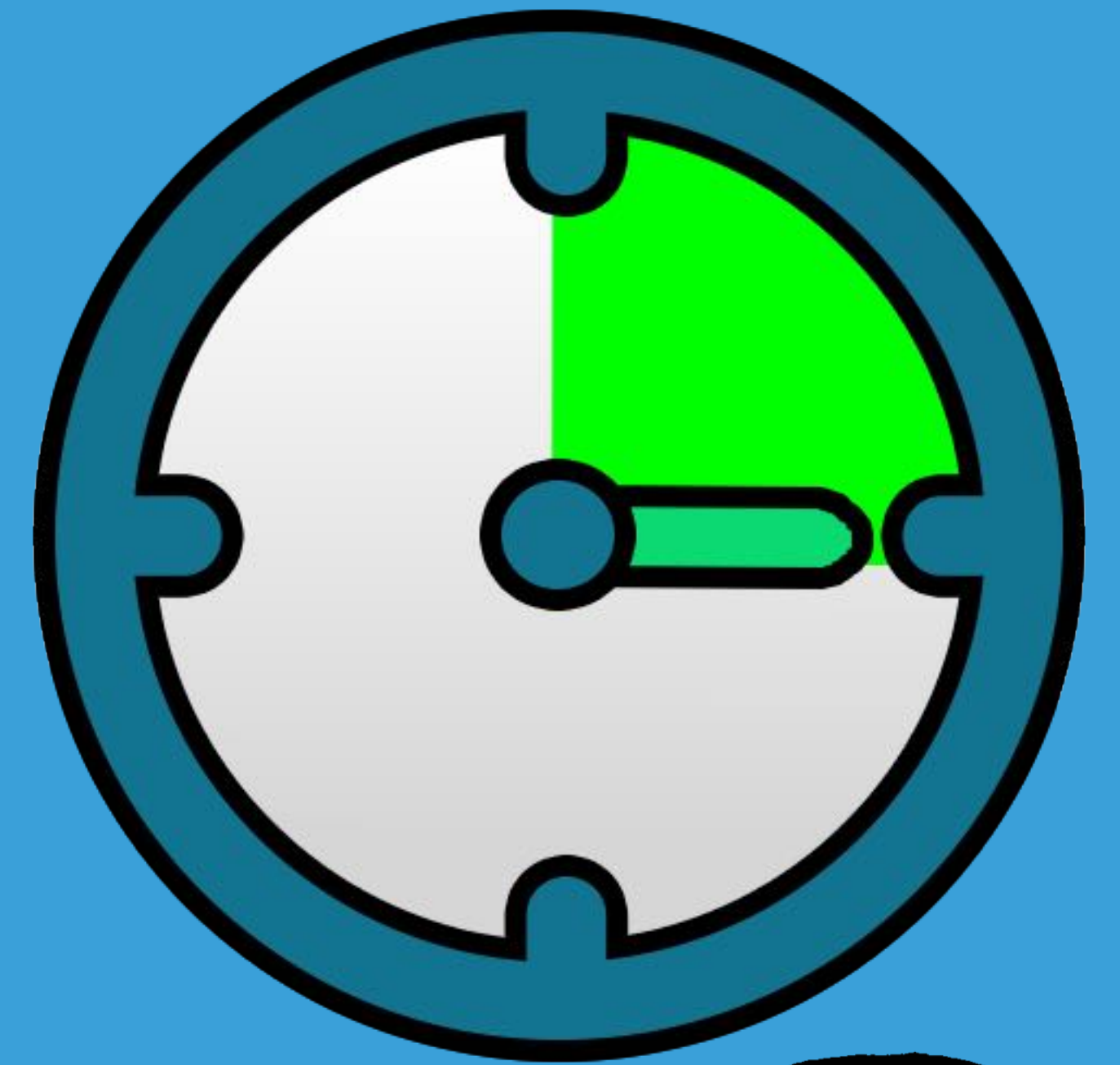


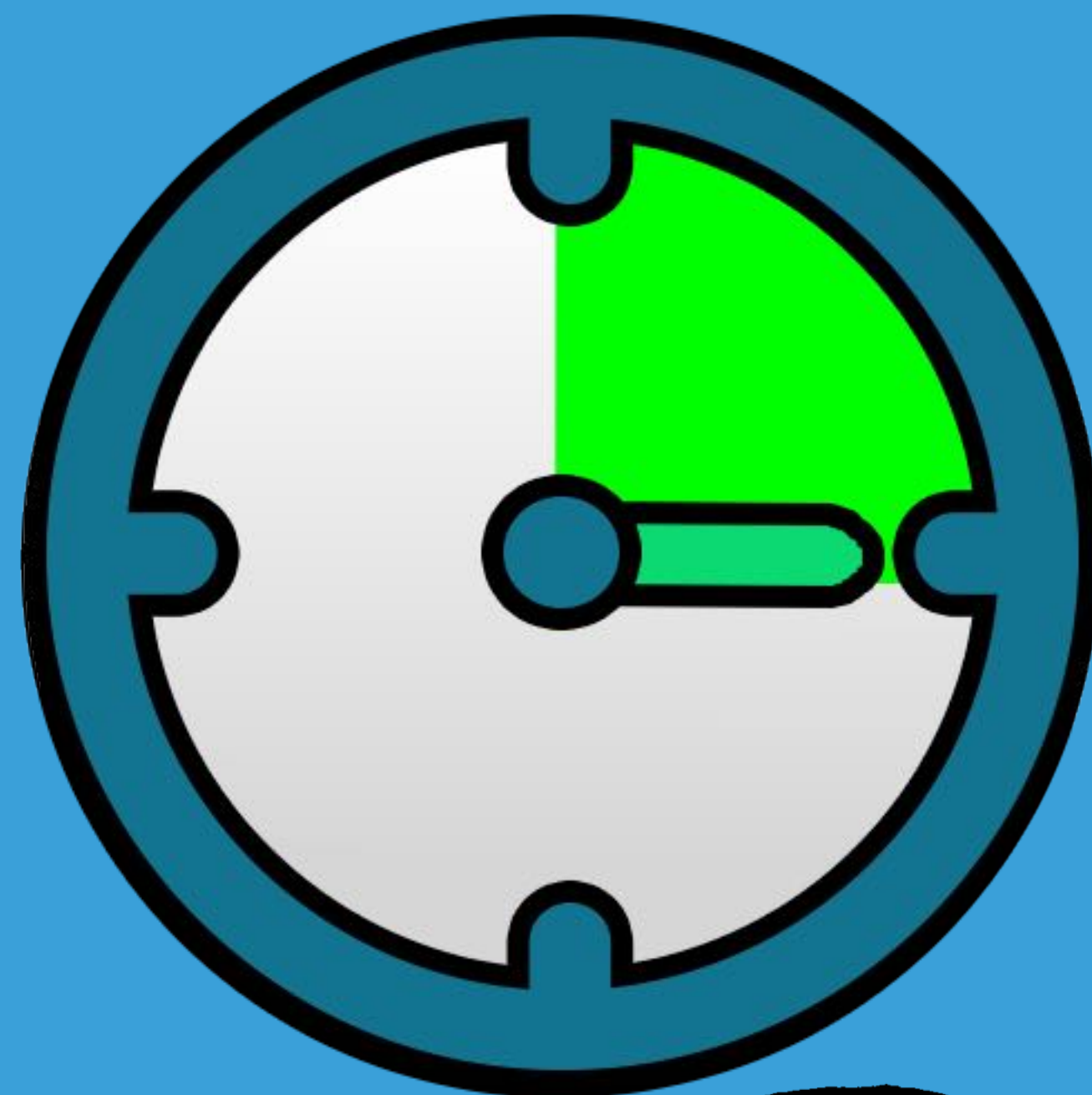
Und die Praxis?

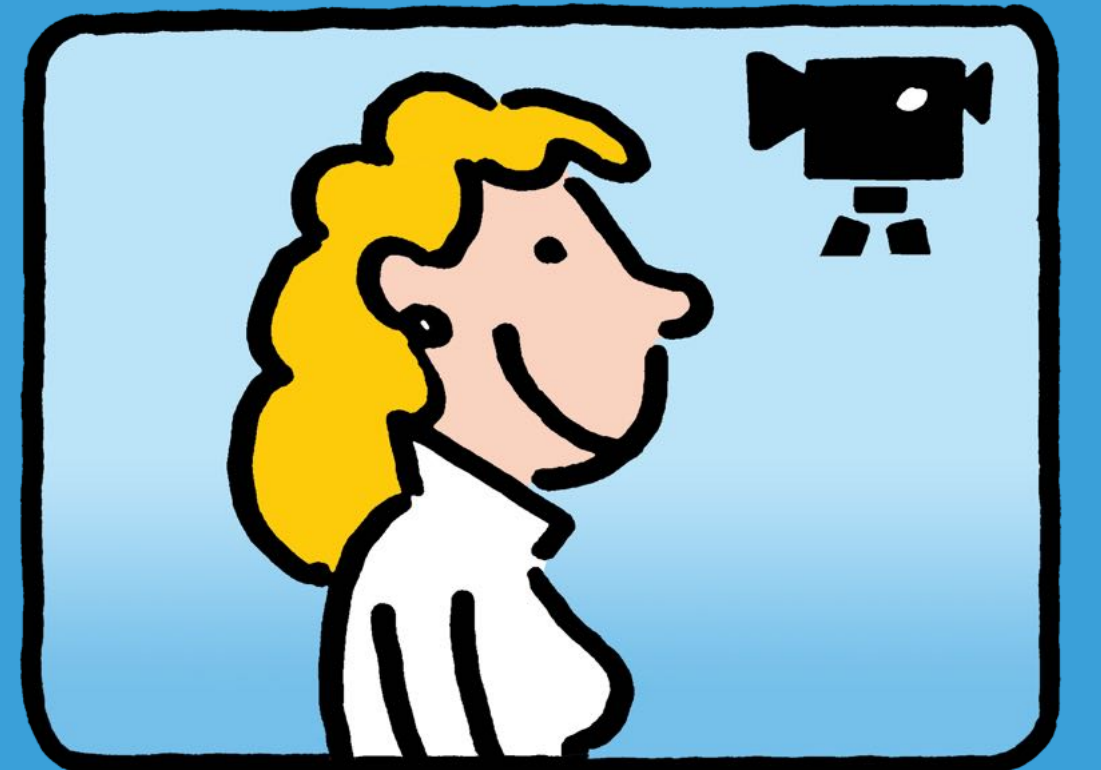
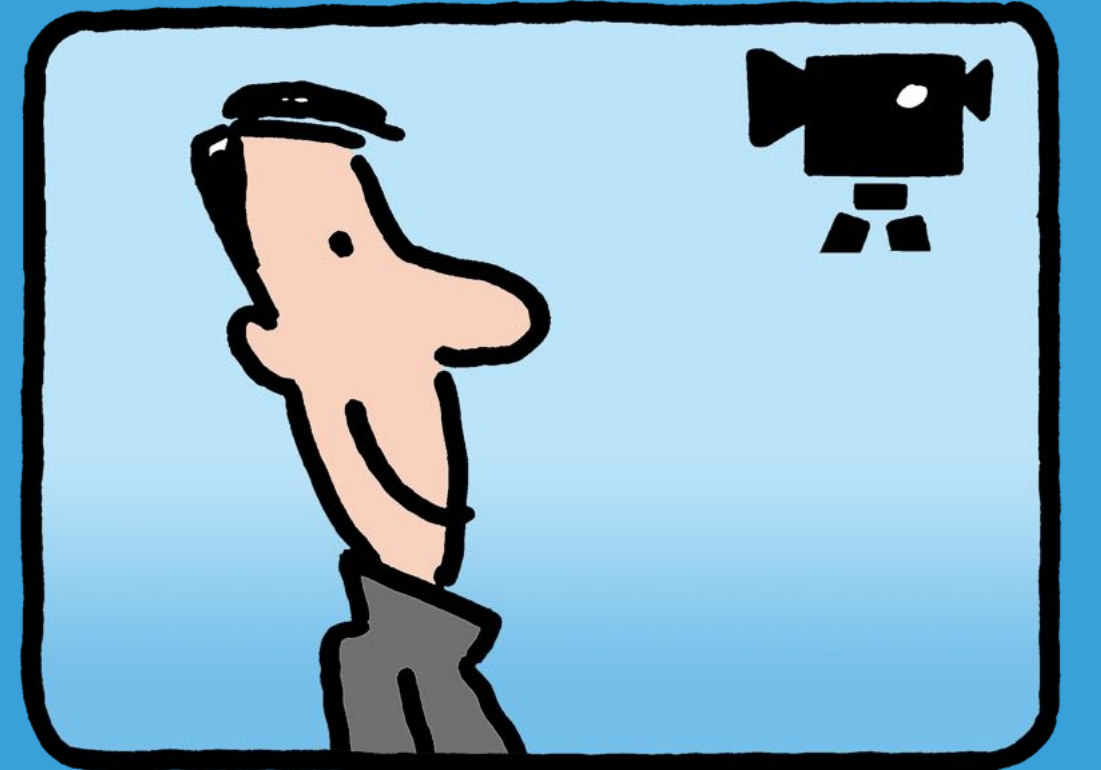
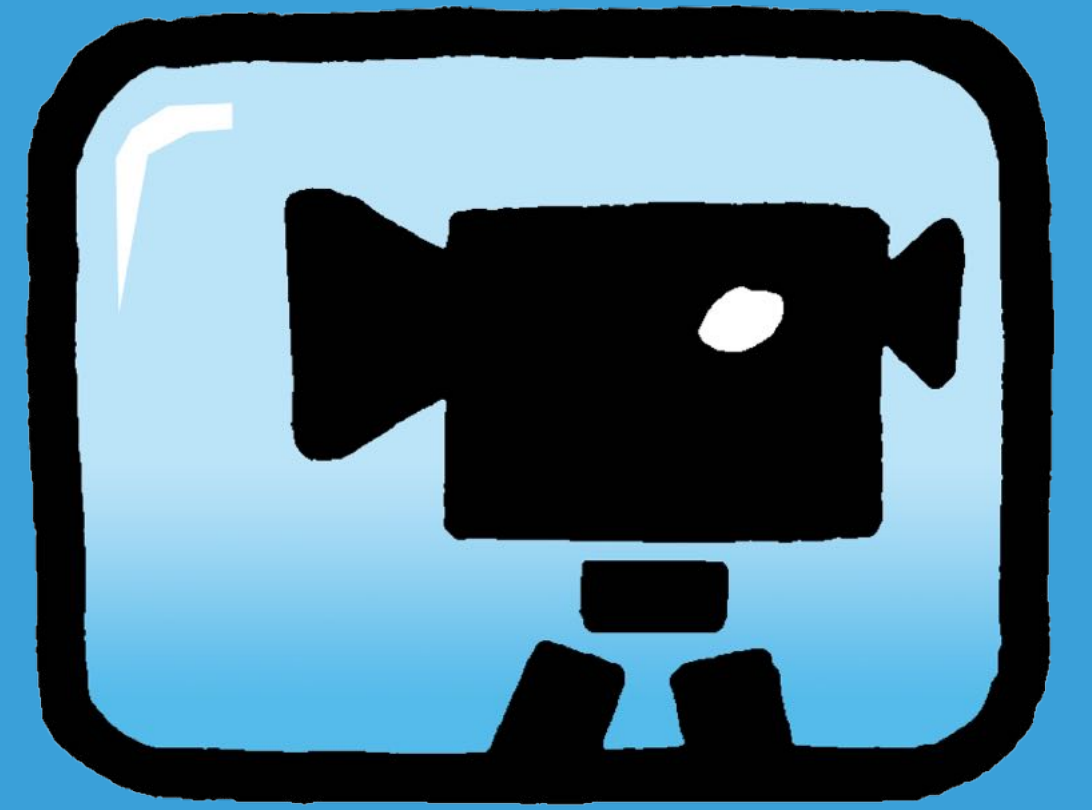












Die moderne Facharztpraxis

muss:

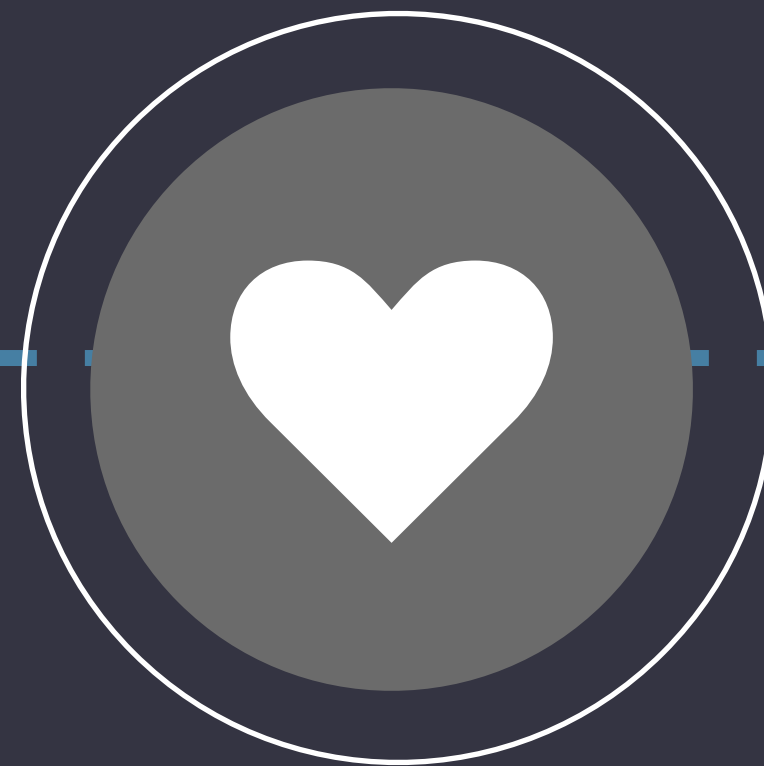


1. neue, möglichst lukrative Patienten gewinnen
2. die interne Effizienz steigern
um die Kosten im Griff zu behalten
3. zusätzliche Umsätze generieren
4. sich im Wettbewerb behaupten
5. und die Patienten an die Praxis binden.

Video-Marketing "Facharzt-Praxis"



Um Patienten auf die Site zu ziehen
Content-Marketing



Um Vertrauen zu bilden
Imagevideo



Zur Verkaufsunterstützung
Erklärvideos



Zur Effizienzsteigerung
Aufklärungsvideos

Video-Marketing "Facharzt-Praxis"



Um Patienten auf die Site zu ziehen
Content-Marketing



Die Videos erfüllen vier wichtige Funktionen:

1. potentielle Patienten auf die Homepage ziehen
2. die Fachkompetenz des Arztes vermitteln
3. Sympathie-Abgleich Arzt / Patient
4. Aufbau eines eigenen E-Mail-Verteilers

Video-Marketing "Facharzt-Praxis"



Um Vertrauen zu bilden
Imagevideo



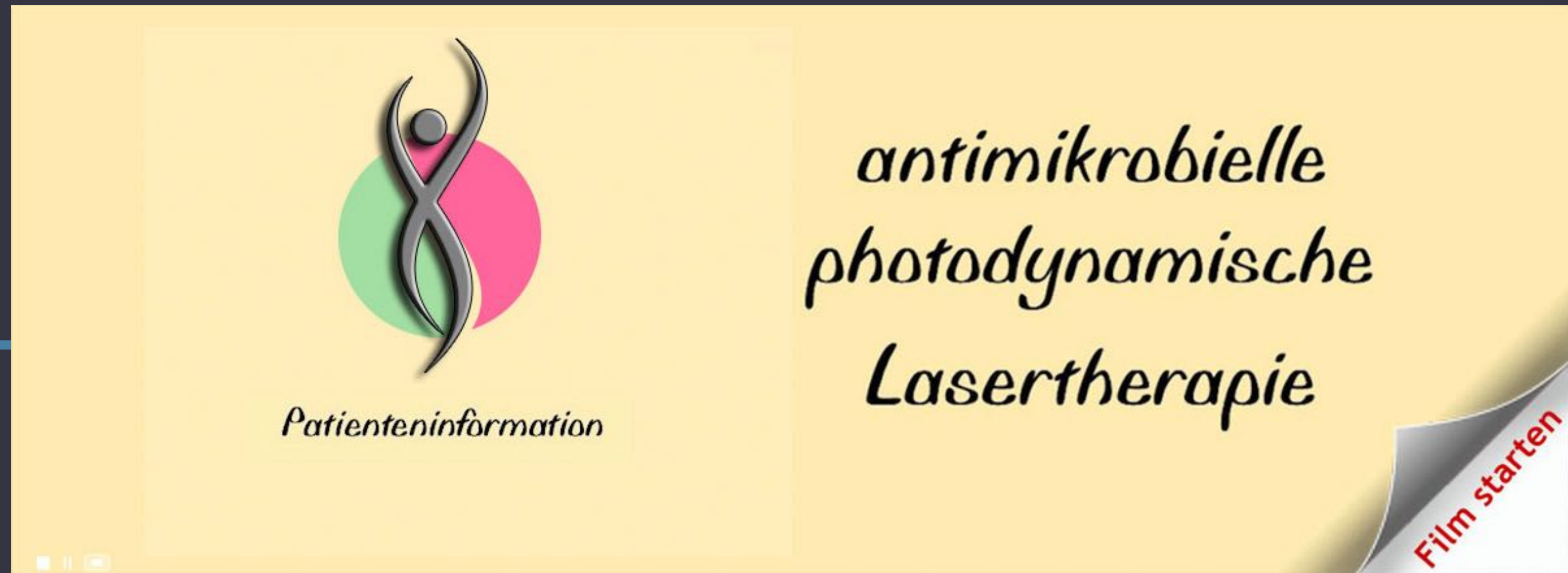
Das Imagevideo

- informiert über die Praxis und
- den Therapieansatz des Arztes.
- gibt Einblick in die Räumlichkeiten
- vermittelt das gute Gefühl der Geborgenheit

Video-Marketing "Facharzt-Praxis"



Zur Verkaufsunterstützung
Erklärvideos



Die Vorteile der Erklärvideos

- der Arzt berät
- der Film verkauft
- der Arzt spart Zeit
- der Patient wird optimal informiert

Video-Marketing "Facharzt-Praxis"



Zur Verkaufsunterstützung
Erklärvideos



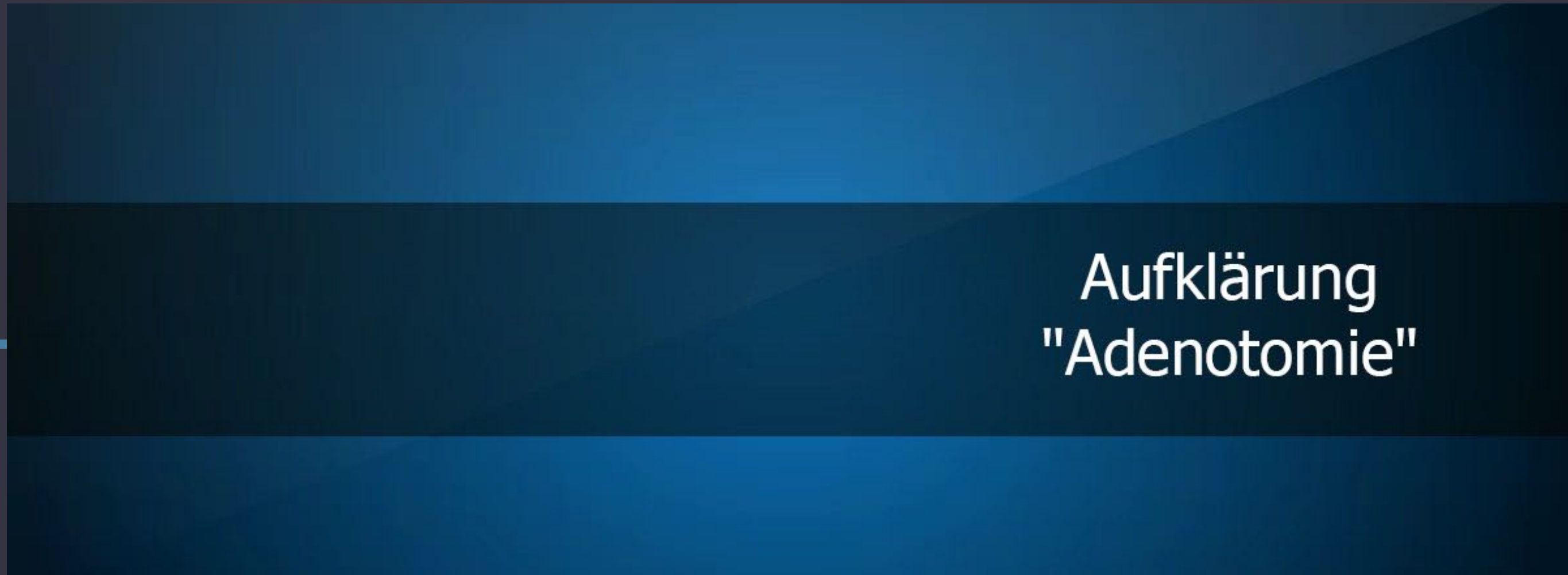
Die Vorteile der Erklärvideos

- der Arzt berät
- der Film verkauft
- der Arzt spart Zeit
- der Patient wird optimal informiert

Video-Marketing "Facharzt-Praxis"



Zur Effizienzsteigerung
Aufklärungsvideos



Die Vorteile der Aufklärungsvideos

- der Patient wird optimal beraten
- der Arzt spart Zeit
- fremdsprachliche Versionen mit Untertiteln

Video-Marketing "Facharzt-Praxis"



Rechnet sich das?

10 IGeL-Leistungen (60,-) werden mit Video beraten

- 10 Leistungen mehr am Tag
- 20 Tage im Monat
- $10 \times 20 \times 60 = 12.000,-$ € mehr im Monat

Video-Marketing "Facharzt-Praxis"



Rechnet sich das?

pro Aufklärungsgespräch ca. 15 Minuten gespart

- 10 Gespräche am Tag
- 150 Minuten am Tag = 2,5 Stunden pro Tag
- 200 Tagen im Jahr = 500 Stunden pro Jahr
- 500 Std. x 60,- € Kosten = 30.000,- € Ersparnis / Jahr

Video-Marketing



Anwaltskanzlei

YouTube:

- seit 2010 mehr als 600 Videos und 40.000 Abos
- mehr als 10.000 Mandate
- pro Mandat 200,- €
- $10.000 \times 200,- \text{ €} = 2.000.000,- \text{ €}$

Video-Marketing



Verlag

YouTube / iTunes:

- seit 2009
- 133 Videos
- 49.000 Abos und ca. 20.000 bei iTunes

Video-Marketing-Erfolg



gute Strategie



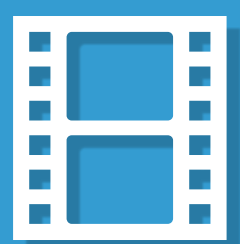
guten Content



viel Zeit



Kontinuität



viele Videos



nicht viel Geld

NICHT VIEL GELD



Blendtec

YouTube:

- seit 2006
- 145 Videos
- 741.341 Abos
- 247.788.898 Aufrufe

NICHT VIEL GELD



Bayern 3

Whitepaper "VideoMarketing"





Achim Schmidt

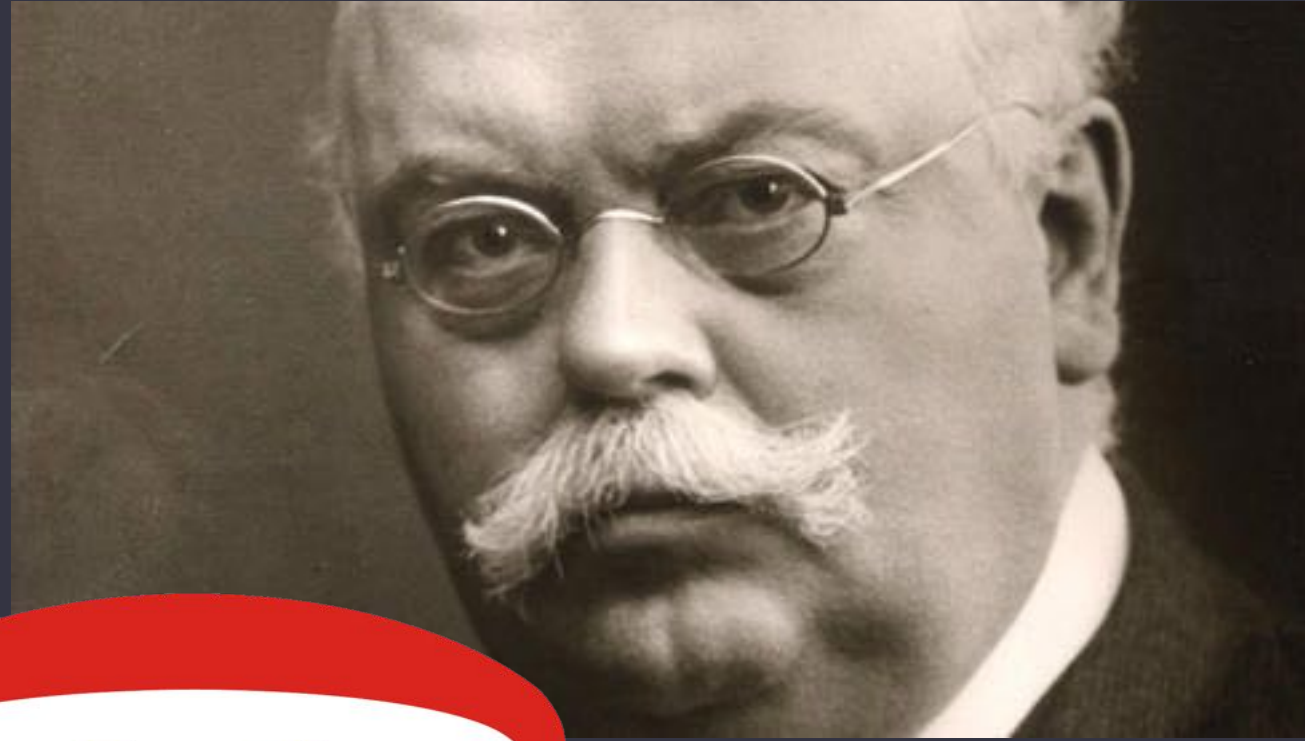
video4you.tv

Hippolytusstrasse 32

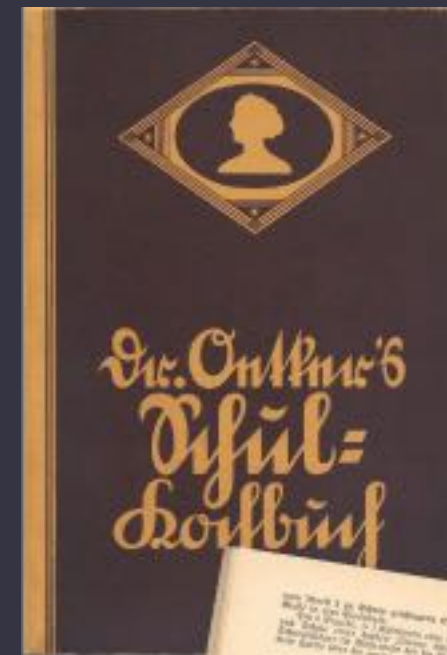
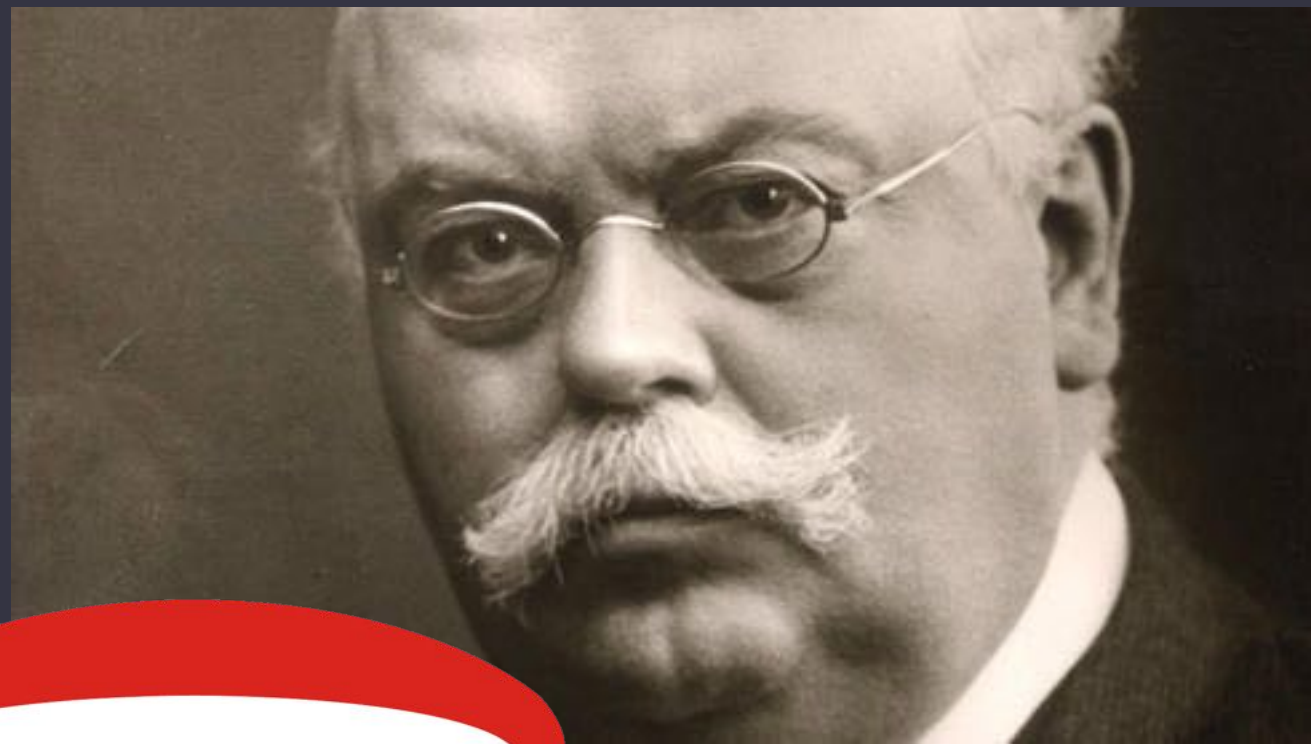
53840 Troisdorf

achimscmidt@achimscmidt.eu

0175-59.24.004



- Er war der erste, der die eine Lebensmittelmarke und einen dazugehörigen Markennamen eintragen ließ. So verschaffte er sich eine Unverwechselbarkeit seines Produktes.
- Er verpackte das Pulver in handliche Portionen und
- erfand eine Verkaufsformel dafür
(1 Pfund Mehl + 1 Tüte Dr. Oetker Backin + 1 Rezept auf der Tütenrückseite = 1 Kuchen.)
- ein Rezept auf die Rückseite zu drucken und bot damit
- erstmals ein Produkt für den Endkunden an, das diesem eine Arbeitserleichterung verschaffte und damit
- ein Problem löste, von dem der Verbraucher gar nicht wußte, dass er (sie) es hatte.



„Der Mann, welcher mit zu magerer Kost ernährt wird, greift fast stets zum Branntwein, um sich zu erwärmen, besonders dann, wenn er außerdem noch einen unordentlichen, ungemütlichen Haushalt vorfindet.“



Achim Schmidt
united-media.tv
Hippolytusstrasse 32
53840 Troisdorf

achimscmidt@achimscmidt.eu

0175-59.24.004