**Metatitel:** Videos Content als Umsatztreiber

**Metadescription:** Warum man mit abgebildeter Kreativität den Umsatz steigert✅ Mit Video-Content Verkaufsprozesse begleiten und erfolgreich machen✅ Jetzt hier informieren✅

**Permalink:** /video-content/

**Die Macht im Bild – Videos als Umsatztreiber**

Während der Spruch „Content is King“ schon seit vielen Jahren erfolgreich umgesetzt wird, kommt jetzt vermehrt das bewegliche Bild ins Spiel und der Video-Content lanciert immer mehr hin zu Platz 1 in der Marketingstrategien.

Was vor einigen Jahren noch als Trend beobachtet wurde, ist heutzutage ein Erfolgsgarant und sollte in jedem Unternehmen als Umsatztreiber Anwendung finden. Laut Prognosen wird Video Traffic 2021 mindestens 82 % des Internetverkehrs betragen. Und mit 5G in den Startlöchern, wird die Bedeutung von professionellen Videos noch mehr zunehmen.



Quelle: Bild von [Gerd Altmann](https://pixabay.com/de/users/geralt-9301/?utm_source=link-attribution&utm_medium=referral&utm_campaign=image&utm_content=2643100) auf [Pixabay](https://pixabay.com/de/?utm_source=link-attribution&utm_medium=referral&utm_campaign=image&utm_content=2643100)

**Abgebildete Kreativität**

Die Nachfrage auf Kundenseite nach Bild gewordener Kreativität ist nicht nur seit einiger Zeit ungebrochen, sondern sie wächst ständig. Das erfordert von allen Marketingstrategen, mit entsprechenden Video-Formaten auf diese Anfrage zu reagieren. So kommt man als moderner Entrepreneur nicht mehr drum herum, mit entsprechenden Videobearbeitungsprogrammen [professionelle Videos zu erstellen](https://www.oberlo.de/blog/das-beste-videobearbeitungsprogramm), denn die Ansprüche der Kunden wachsen auch in Bezug auf Qualität und Kreativität immer weiter. Und es lohnt sich. Die Erfahrung zeigt, dass bei der Integration eines anspruchsvollen Videos auf einer Landingpage die Conversion Rate bis zu 80 % ansteigt. Mithilfe von Videoschnitt Software und anderen oftmals kostenlosen Videobearbeitungsprogrammen ist es heute kein Problem mehr, schnell und einfach professionelle Videos zu produzieren.

Ein paar Vorteile:

* ca. 60 % der Internet-User schauen täglich YouTube Videos
* 92 % der B2B Kunden schauen Online-Filme
* Google zeigt unter Top-Ergebnissen immer häufiger Videos
* virale Videobotschaften in den Netzwerken beeinflussen Google Suchergebnisse
* Videos sind mobil – der User kann sie jederzeit auf dem Smartphone oder Tablet abrufen
* YouTube und ähnliche Plattformen bieten dem Unternehmer wichtige und umfangreiche Statistiken

und Angaben zum Nutzerverhalten

* Auf bestimmten Plattformen erhält man bereits recht gute Videobearbeitungsprogramme kostenlos

Mit gutem Video Content ist [jedes Unternehmen in der Lage, die Effektivität](http://www.marktmeinungmensch.at/studien/5-strategien-wie-unternehmer-sich-waehrend-und-nac/) der Prozessstufen Pre-Sales, Sales und After-Sales perfekt zu begleiten und somit die Effizienz im Verkaufsprozess deutlich zu steigern.

Yahoo, BING und Google akzeptieren Videos als Schlüsselfaktoren in ihren Suchalgorithmen. Das bedeutet, dass die Verwendung von Videos das eigene Ranking fördert.

Auch der emotionale Nutzen ist nicht zu unterschätzen. Wer in der Lage ist, professionelle Videos zu erstellen, erweckt bei dem Betrachter mit einer guten Kombination aus Bild und Ton entsprechende Gefühle. Das macht das Storytelling so erfolgreich.



Quelle: Bild von [Thanks for your Like • donations welcome](https://pixabay.com/de/users/stux-12364/?utm_source=link-attribution&utm_medium=referral&utm_campaign=image&utm_content=1142000) auf [Pixabay](https://pixabay.com/de/?utm_source=link-attribution&utm_medium=referral&utm_campaign=image&utm_content=1142000)

Und last but not least kommt hier natürlich das Social Media-Sharing ins Spiel – auf Twitter werden zum Beispiel in jeder Minute über 500 Videos geteilt, sodass sich das Video-Sharing zu einem der wichtigsten Elemente im Content Marketing etabliert hat.

**Video Content – die Strategie der Zukunft**

Um komplexe Inhalte für den User greifbar und verständlich zu machen, sind [durchdachte Video-Formate](https://www.giga.de/webapps/youtube/tipps/youtube-videos-bei-instagram-posten-das-geht/) das Mittel der Wahl. Mittlerweile hat sich Instagram als Plattform von einer einfachen Fotosharing-App unter Freunden zu einer globalen Community von Verbrauchern und Brands entwickelt. Die Anzahl der User auf Instagram übersteigt mittlerweile die 600 Millionen und natürlich investieren inzwischen die hochwertigsten Brands in die Nutzung des Social Media Tool.

Die Nutzung und Einrichtung eines Instagram Business Account ist kostenlos. Und so ist es nicht verwunderlich, dass die Facebook Tochter nicht nur bei großen Unternehmen eine wichtige Rolle in den Social Media Strategien spielt, sondern auch immer mehr kleinere Unternehmen auf den Zug aufspringen und ihre Chancen nutzen.

Inzwischen sind Bilder auf Instagram bereits langweilig geworden. Immer beliebter werden dagegen folgende Instagram-Videoformate:

* Blick hinter die Kulissen
* Challenges
* How-to-Videos

Da die User die Videos vorwiegend auf dem Smartphone anschauen, muss bei der Erstellung eines professionellen Videos auf die perfekte Größe geachtet werden.



Quell: Bild von [Cristian Ferronato](https://pixabay.com/de/users/CristianFerronato-969247/?utm_source=link-attribution&utm_medium=referral&utm_campaign=image&utm_content=826033) auf [Pixabay](https://pixabay.com/de/?utm_source=link-attribution&utm_medium=referral&utm_campaign=image&utm_content=826033)

Die Gewusst-wie-Videos stellen sich als Klassiker im [Instagram-Marketing](https://www.welt.de/vermischtes/article209067627/Yvonne-Pferrer-erntet-Kritik-fuer-Foto-an-gefaehrlichem-Naturpool.html) heraus. Sie werden am häufigsten angeklickt, da sie im Gegensatz zu ihren Mitbewerbern auf YouTube kurz und knackig wichtige Informationen vermitteln. Es ist natürlich eine Herausforderung, in so kurzer Laufzeit alle Inhalte einzubringen. Doch es lohnt sich.

Mittlerweile gibt es fast keinen Marketingexperten mehr, der sich aufgrund des wachsenden Erfolges der Instagram Werbung nicht für diese Art Content gewinnen lassen könnte. Wer in der Lage ist, ein Produkt subtil in eine gute Message zu verpacken, wird definitiv mit seiner Werbung auf Instagram Erfolg haben.