

11th June 2018

## Videomarketing treibt den Verkauf voran Starkes Umsatzwachstum durch Erklärvideos

Videos sind aus unserem Medienalltag, und somit auch aus dem Marketing-Mix eines Online-Händlers, nicht mehr wegzudenken. Das E-Commerce-Unternehmen expondo hat sich aus zwei Gründen besonders stark auf Videomarketing konzentriert, wie Jacek Powalka, Head of Marketing, erklärt: „Das Problem im E-Commerce ist, dass die Kunden die Tools nicht anfassen können, wie es etwa beim Einkauf im Geschäft möglich wäre. Mit umfangreichen Videodemonstrationen, 360-Grad-Ansichten und Expertenmeinungen möchten wir den Experten die Sicherheit bei der Kaufentscheidung geben, die sie auch beim Kauf im Laden haben würden.“

expondo möchte seinen Kunden damit vor allem die Funktionsweisen erklären, ohne dass Käufer später lange mit Bedienungsanleitungen kämpfen müssen. So sind Videos ein wesentlicher Baustein des Online-Marketings geworden: „Videos als Teil der Produktvorstellung sind für uns kein ‚nice to have‘ oder nur eine optische Bereicherung. Es eine notwendige strategische Entscheidung, sie fest in unserem Onlineshop zu etablieren.“ Auslöser dafür war auch ein neues Grundverständnis, demzufolge sich Marken in ihrer Kommunikationspolitik weg von der reinen Information und hin zur Unterstützung durch Experten weiterentwickelt haben. Dabei spielen Videoinhalte eine tragende Rolle.

Online-Shops können durch den Einsatz von Videos ihre Conversion-Rate deutlich erhöhen, im Schnitt um [80 Prozent](#). „Die Effekte von Videomarketing sind zahlenmäßig belegt – so verbringt ein User durchschnittlich 88% mehr Zeit auf einer Website mit Video-Content. Zudem steigt die Kaufentscheidung von Kunden [um 64%](#), nachdem sie ein Video über ein Produkt gesehen haben“.

**expondo GmbH**  
Köpenicker Str. 54  
10179 Berlin

**Christopher Eisermann**  
c.eisermann@expondo.de  
030 209930530

Marketing Department  
Leitung: Jacek Powalka  
corporate.expondo.de

expondo verfolgt mit dem „Marketingelement Video“ eine Strategie, die sich in das Online- und Gesamt-Marketing einbindet. Dabei orientiert sich das Unternehmen an der bewährten Einteilung von Online-Videos in [drei Kategorien](#):

- HERO – dieses Element sind besonders populäre, allerdings eher selten erscheinende Videos, etwa zu großen Neuankündigungen. Mit ihnen kann eine enorme Reichweite innerhalb kürzester Zeit erzielt werden. Diese Videoform eignet sich etwa zur Markenbildung. Diese Sparte wird auch häufig durch Bezahlung weiter unterstützt.
- HUB – Videos, mit denen man sich Stück für Stück eine Gemeinschaft aufbaut. Dazu benötigt man einen langen Atem und die Bereitschaft, regelmäßige Investitionen in den Community-Aufbau zu tätigen. Dafür ist das Wachstum organisch und die Resultate bei guter Ausführung nachhaltig.
- HELP – das sind günstige und schnell produzierbare, operative Videos, die zwar eine eher kleine Zielgruppe haben, allerdings zu einer hohen Incentivierung der User führen.

Jeder der drei Typen hat seine Stärken und Schwächen in punkto Aufwand, Kosten und Reichweite. Doch unabhängig davon stellt die Zielgruppe den Leitfaden dar, im Falle von expondo etwa die Betreiber von Restaurants und Cateringfirmen. „Inhaltlich hat sich der Fokus von der reinen Information zum Support verschoben, also zu Elementen, die ausführlich und anwendungsorientiert Funktionen und Techniken erklären. Bei uns etwa führt der Küchenchef Michał Orłowski vor, wie ein Popcornautomat, eine Häckselmaschine oder ein Schokoladenbrunnen funktionieren“, so Powalka. Denn audiovisuelle Darbietungen schaffen viel besser Klarheit über komplexe Zusammenhänge. Menschen merken sich 20 Prozent von dem, was sie lesen, aber [80 Prozent](#) von dem, was sie sehen. Schließlich sind die meisten Kunden bequem und wollen Informationen so schnell, einfach und eingängig wie möglich konsumieren. [59 Prozent](#) der Führungskräfte schauen sich laut Forbes lieber Videos an, als einen Text zu lesen.

Hinzukommt: Durch den Einbau eines Videos auf der eigenen Internetseite erhöht sich die Chance um den [Faktor 50](#), beim Google-Ranking ganz vorn zu erscheinen, wie die US-Firma Moovly herausgefunden hat. Die Marketingeffekte von Videos sind also enorm: „Wir erläutern den Kunden verständlich, wie unsere Geräte funktionieren. Damit treiben wir den Umsatz nach oben und werden obendrein noch bei Google besser gefunden. Zudem bauen wir Vertrauen auf und erhöhen die Kundenbindung. Videos sind somit aus unserem Online-Mix nicht mehr wegzudenken, zumal wir im B2B-Marketing unterwegs sind. Hier ist die Zielgruppe recht klein und fokussierter. Daher müssen die Videos besonders hochwertig sein und alles genau erklären“, so das Fazit von Jacek Powalka.

Quellen:

- <https://www.insivia.com/50-must-know-stats-about-video-marketing-2016/>
- <https://www.forbes.com/sites/steveolenski/2015/09/10/using-video-in-marketing-why-wouldnt-you/#5011b8f3697c>
- <https://www.thinkwithgoogle.com/features/youtube-playbook/topic/programming-channel-strategy/>
- <https://www.videoboost.de/videomarketing-statistiken-studien>
- <https://www.videoboost.de/videomarketing-statistiken-studien>
- <https://www.moovly.com/blog/google-loves-video-how-to-rank-higher-on-google-video-maker>

*Die expondo GmbH ist ein international agierendes E-Commerce Unternehmen für Gastronomie-, Handwerks- und Industriebedarf. Mit über 300 Mitarbeitern an Standorten in Deutschland, Polen und Asien sowie unserem stetig wachsenden Produktsortiment, mit mehreren tausend Artikeln, entwickeln wir uns kontinuierlich zu einem der marktführenden Business-Onlinehändler. Wir vertreiben unsere 14 Eigenmarken sowie weitere etablierte Qualitätsmarken in der ganzen EU. Seit 2007 sind wir kompetenter Ansprechpartner für unsere Kunden und bieten diesen den höchsten Standard an Kundenservice. Als modernes und innovatives Unternehmen, das durch flache Hierarchien und entsprechende Handlungs- und Gestaltungsspielräume geprägt ist, bieten wir unseren Mitarbeitern beste Möglichkeiten ihre Fähigkeiten voll einzubringen.*

**expondo GmbH**  
Köpenicker Str. 54  
10179 Berlin

**Christopher Eisermann**  
c.eisermann@expondo.de  
030 209930530

Marketing Department  
Leitung: Jacek Powalka  
corporate.expondo.de