



Inhaltsangabe

1. Einleitung
2. Virale Aktionen auf Webseiten anbieten und einbauen
3. WordPress Plugins und Software die virale Aktionen ermöglichen
4. Auf die richtige Strategie kommt es an
5. Die virale Kampagne
6. Das passende Video erstellen
7. Die besten Plattformen für effektives Videomarketing
8. Goldene Regeln für effektive Videobotschaften

Einleitung

Die Marketingstrategien haben sich seit einigen Jahren gewandelt. Angestaubte Vermarktungen weichen immer mehr neuen und innovativen Ideen, um auf Produkte, Unternehmen und Dienstleistungen aufmerksam zu machen.

Und die heutigen Marketingspezialisten tun gut daran, Ergebnisse aus dem analysierten Kaufverhalten von Endverbrauchern in neue Strategien umzusetzen. Die Reizüberflutung an Werbung hat in den letzten Jahren dazu geführt, dass kostenintensive Werbemaßnahmen kaum noch Resonanz einbringen.

Profis aus der Werbe- und Marketingbranche setzen auf Altbewährtes in neuem Design. Virales Marketing heißt die neue Strategie, die grundlegend auf die althergebrachte Mundpropaganda zurück zu führen ist. Doch auch wenn der Grundgedanke einen eher einfachen und effektiven Ansatz hat, bedeutet virales Marketing durchaus etwas mehr. Es umfasst alle Möglichkeiten und Maßnahmen, um die Vermarktung zielgerichtet zu steuern und zu kontrollieren.

So in erster Linie **Videomarketing**, welches das Internet als Distributionskanal nutzt. Videomarketing schafft neue Anreize, um mehr Besucher auf die Webseiten zu locken und deren Verweildauer zu erhöhen. Ganz gezielt wird Videomarketing eingesetzt für die Pressearbeit, zur Markenführung, für die Erhöhung der Produktverkäufe und Steigerung der Umsatzzahlen, für die Kundenbindung mit Anleitungen und Tutorials via Clip und vieles mehr.

Doch Videomarketing grenzt sich in einem Punkt grundlegend vom viralen Marketing ab, nämlich in der Erkennbarkeit des Absenders. Während das virale Marketing unterschwellig Werbung macht, werden beim Videomarketing eine klare Botschaft und gut erkennbare Inhalte verbreitet.

Über die stark frequentierten sozialen Netzwerke werden Werbebotschaften verbreitet. Und das in Windeseile und mit breiter Streuung. Einem Virus gleich verbreitet sich beispielsweise über einzigartige Videobotschaften alles Wissenswerte zu neuen Produkten. Oftmals aber auch als versteckte Botschaften in lustigen Videoclips und ähnlichem.

Der Hintergrund ist ganz einfach zu verstehen: Kunden und User werden durch derartige Werbebotschaften zu Werbeträgern, indem sie freiwillig von den Produkten, dem Unternehmen oder der Dienstleistung erzählen und die

Botschaft verbreiten. Anders ausgedrückt: Werbung ist plötzlich nicht mehr langweilig, sondern macht auf ganz andere Art und Weise auf sich aufmerksam und wird tausendfach angeschaut, geteilt und weiterempfohlen. So kann mit viralen Marketingstrategien und einem verhältnismäßig geringem finanziellen Aufwand die Werbung schnell und weit verbreitet werden.

Doch wie setzt man diese Strategien richtig ein? Wie kann man mit einer gezielten Kampagne ein Lauffeuer entfachen?

Auf den nächsten Seiten finden Sie 7 wichtige Tipps zusammengefasst.

2. Virale Aktionen auf Webseiten anbieten und einbauen

In der modernen Gesellschaft verlagert sich auch das Marketing immer mehr auf das Internet. Mit einer gut durchdachten Strategie kann man die Kunden genau dort für das Produkt, sein Unternehmen oder auch die Dienstleistung begeistern und interessieren, wo sie immer mehr Zeit verbringen: im world wide web.

Der erneute Aufschwung des viralen Marketings im Internet ist auf seine Charakteristik zurückzuführen, denn diese besondere Methode ist einzigartig in Geschwindigkeit, Kopierbarkeit und Instrumentalisierbarkeit.

Und genau da, auf den unzähligen Webseiten dieser Welt besitzt virales Marketing ein Riesenpotenzial. Jedes Unternehmen, welches mit seinen Kunden kommunizieren will, kann mit dem viralen Marketing unheimlich viel Erfolg erzielen. Denn nichts nehmen Kunden besser auf, als Werbung, die sie nicht gleich offensichtlich als solche erkennen.

Der Einbau von Elementen zu Social Media wie beispielsweise Facebook oder Twitter ist in erster Linie dazu gedacht, mit potenziellen Kunden in Kommunikation zu treten. Und genau über diese Kanäle lassen sich Videobotschaften in rasanter Geschwindigkeit verbreiten.

Lassen Sie Ihre Kunden an Ihrem Unternehmen teilhaben. Beispielsweise kann man hier die Unternehmenswebseite mit einem Profil von Facebook oder Twitter verbinden. Ihre Firma wird für den Kunden transparenter und Marketingstrategien lassen sich leichter umsetzen.

Sinnvoll für Webseitenbetreiber ist in jedem Fall eine Verbindung der Kommunikationskanäle, denn auf diesem Wege multiplizieren sich automatisch die Webinhalte. Nutzen Sie beispielsweise Ihre Webseite als Informationspool und verlinken Sie zu Ihrem Facebook-Profil, auf welchem Sie alle Neuheiten posten können oder virale Kampagnen starten können.

Teilen Sie Ihren Kunden und Facebook-Freunden mit, wenn sich in Ihrem Unternehmen etwas Neues ereignet oder stellen Sie Ihren neusten Firmenclip online. Gerade auf diesen Social Media Kanälen ist eine Weiterverbreitung sehr schnell geschehen und kann zum sogenannten Selbstläufer werden.

Der einzigartige Vorteil von Plattformen, auf denen Sie als Unternehmen mit Ihrer Zielgruppe aber auch mit Ihrem bereits bestehenden Kundenstamm

kommunizieren können, liegt eindeutig darin, dass Sie ein Feedback bekommen können.

Im Grunde führen Sie auf diesem Wege einen Dialog. Und genau hier schließt sich der Kreis wieder: wenn der Kunde von Ihrem Produkt überzeugt ist, sich ernst genommen sieht und Einblicke in Ihr Unternehmen hat, wird er Ihr Produkt freiwillig und mit eigenen Worten weiterempfehlen und bewerben. Mundpropaganda im Internet ohne riesige Werbekosten, von denen nur ein geringer Teil in Ihr Unternehmen zurückfließt.



Aber auch das Einbinden von Blogs ist auf Webseiten ein guter Ansatz, um virale Aktionen anzubieten.



Beispielsweise Werbebotschaften im Download-Bereich oder kleine Clips zum Unternehmen, die mal etwas anders gemacht sind, als die herkömmliche

Werbung. Machen Sie sich auch bei der Gestaltung Ihrer Webseite bewusst, dass es heute nicht mehr nur allein um Präsenz im Internet geht.

Werden Sie aktiv mit Ihrem Internetauftritt und steuern Sie mit viralen Aktionen die Mundpropaganda, die auf Ihr Unternehmen, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung abzielt.

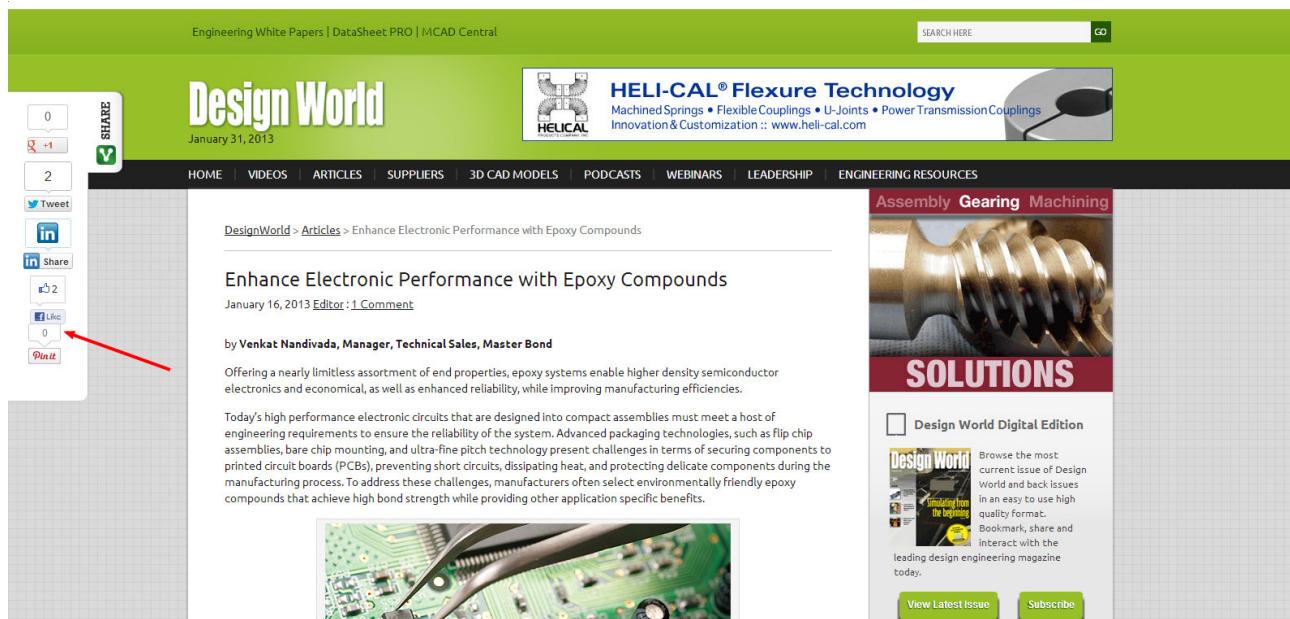
3. WordPress Plugins und Software, die virale Aktionen ermöglichen

Wer mit WordPress arbeitet, sollte sich über die wichtigsten Plugins gut informieren, denn sie bieten zahlreiche Zusatzfunktionen, die nicht nur rund ums Bloggen gut einsetzbar sind.

Angefangen von Plugins mit vereinfachter Inhaltserstellung bis hin zu Social-Sharing-Optionen gibt es eine umfangreiche Auswahl, auch für Ihre Webseite.

Social Network Tabs eignen sich besonders gut für das Einbinden von separaten Tabs für Twitter, Pinterest und Google sowie andere.

Ein kostenloses Plugin ist [**Slick Social Share Buttons**](#)



Das **Banner Plugin** von WordPress macht rotierende Galerien und Banner möglich.

Front Press bietet hingegen benutzerdefinierte Schriftarten ohne Coding-Aufwand.

Article Sponsorship ist ein WordPress Plugin, bei dem sich der Nutzer die Funktion für Sponsorenlisten bieten, egal ob für einzelne Posts oder für den kompletten Blog.

Speziell für WordPress ist jetzt eine Software auf den Markt, die auf Ihrer Webseite virale Aktionen ermöglichen. **ShareThisPlugin – Viral WordPress**

Plugin ist ein Skript, mit dem die User mithilfe von einem Button den Inhalt oder den Link Ihrer Homepage ihren Facebook-Freunden mitteilen können. Wenn der Button gedrückt wird, öffnet sich für den Besucher Ihrer Webseite ein kleines Pop-up-Fenster, in dem er „liken“ und „teilen“ kann.

Wenn man sich vor Augen hält, dass gerade Facebook Millionen von Nutzern hat, sieht man, welch großes Potenzial dieses Plugin besitzt. Ein Facebook-Nutzer hat im Durchschnitt 100 Freunde, die durch das Drücken des Buttons auf Ihrer Webseite mit den Inhalten bekannt gemacht werden und zu wiederum zu Ihrer Webseite gelangen. Ein ganz einfaches Rechenbeispiel also.

Auch die Features dieser Software sind zu einem minimalen Preis nicht zu verachten.

So können Sie unter anderem kontrollieren, welches Ziel Ihre Besucher angewählt haben, nachdem sie den Button gedrückt haben. Aber auch wie viel Zeit sie mit dem Besuch auf Ihrer Homepage zugebracht haben.

Hinzu kommt für Sie die Möglichkeit, dass die Software ein Affiliate-Programm erbaut, bei welchem 75% auf jeden Verkauf kommt, die optional von Ihrem eingebauten Link kommt.

Aber auch andere Software ist mittlerweile für kleines Geld zu haben und auf den Webseiten einfach einzubauen.

Mit der Software **Pluslocker – Viral Google + 1 Plugin für WP** können Sie dem Besucher auf Ihrer Homepage mit versteckten Inhalten locken.

FB-Submitter bietet dem Webseitenbetreiber die einzigartige Möglichkeit, von den Besuchern automatisch alle Informationen zu sammeln, die für Verschickung von Email notwendig sind (z.B. den Namen).

Dieses Programm öffnet sich hinter den Kulissen und verbindet sich mit Facebook und tauscht kostenlose Informationen aus, die Ihnen am Ende für Ihr Unternehmen nützlich sein können.

4. Auf die richtige Strategie kommt es an

Wie schon bei herkömmlichen Marketingstrategien, kommt es auch beim viralen Marketing auf die richtige und wohldurchdachte Strategie an, um den potenziellen Neukunden ebenso zu erreichen, wie den bereits bestehenden Kundenstamm.

Machen Sie sich dazu Gedanken, welche Zielgruppe sie erreichen wollen. Nur wer seine Zielgruppe genau kennt, weiß mit welchem Produkt oder welcher Dienstleistung er eine Punktlandung schafft.

Außerdem ist das Wissen um die Zielgruppe ein ganz wichtiger Faktor, bei der richtigen Auswahl der passenden Kampagne.

Eine interessante Geschichte, die innovativ und vielleicht auch außergewöhnlich ist, als konzeptionelle Grundlage für eine virale Kampagne hernehmen, bringt den unschlagbaren Vorteil, dass Sie von den Menschen, denen Sie sie erzählen, gern weitererzählt wird.

Ganz wichtig bei der richtigen Strategie im viralen Marketing ist die sogenannte **Seedingstrategie**. Damit ist nichts anderes gemeint, als dass das Unternehmen ganz gezielt und geplant bestimmte Informationen über die sozialen Netzwerke verbreitet und damit in der Absicht handelt, dass die Nutzer dieser Netzwerke diese Nachricht aufgreift und uns wiederum weiterempfiehlt oder verbreitet.

Hier ist zu empfehlen, die eigenen Mitarbeiter mit in diese virale Verbreitung mit einzubeziehen.

5. Die virale Kampagne

Wenn Sie virales Marketing betreiben gehört eine gut durchdachte Kampagne dazu.

Zuerst einmal sollten Sie eine ganz außergewöhnliche Idee entwickeln. Wenn sie neu und innovativ ist, wird sie sich zu einer „sozialen Epidemie“ ausweiten und kann zum Selbstläufer werden.

Das Kampagnen-Gut sollte ansprechend und auf Ihre Zielgruppe abgestimmt sein. Gestalten Sie die Rahmenbedingungen effizient und schaffen Sie Anreize zum Weiterempfehlen, d.h. motivieren Sie die Besucher auf ihrer Webseite oder Ihre Kunden.

Hier ist aber darauf zu achten, dass diese Anreize nur dann effektiv sind, wenn sie für Ihre Zielgruppe sinnvoll und zweckmäßig sind. Außerdem sollten sie in Bezug zu Ihrem Unternehmen stehen. „Relevanz“ ist hier das richtige Stichwort.

Eine reichweitenstarke Verbreitung können Sie erreichen, wenn Sie das Kampagnen-Gut weitestgehend kostenlos zur Verfügung stellen.

Sowohl verbal als auch nonverbal sollte das Kampagnen-Gut einfach übertragbar sein.

Nutzen Sie Ihr Wissen über Ihre Zielgruppe und deren Verhalten sowie bestehende Netzwerke und Kommunikationskanäle.

Stellen Sie sicher, dass Ihr Kampagnen-Gut physisch und virtuell auch dann verfügbar ist, wenn sich unerwartet großer und schneller Erfolg einstellt.

Der Presse gegenüber sollten Sie eine offene und transparente Informationsstrategie anwenden. Das ist Ihnen in der späteren Phase der Kampagne durchaus dabei behilflich, Ihr Kampagnen-Gut zu verbreiten.

6. Das passende Video erstellen

Wenn Sie sich bei der Planung Ihrer Marketingstrategie für eine Videobotschaft entschlossen haben, dann legen Sie mit einem sehr gut inszenierten und auf Ihr Produkt, Ihr Unternehmen oder Ihre Dienstleistung abgestimmten Video den Grundstein. Setzen Sie sich also ganz gekonnt in Szene.

Aus technischer Sicht gibt es sehr viele Möglichkeiten, die Story, welche im Clip vermittelt werden soll, umzusetzen. Überlegen Sie im Vorfeld, welche Ansprüche Sie an das fertige Video stellen, beispielsweise Bild- und Tonqualität, aber auch Lichtverhältnisse und Akustik.

Die günstigste Variante beim erstellen von Videos für die Marketingkampagne ist die Aufzeichnung mittels einer integrierten oder auch externen Webcam, die an jedem handelsüblichen Computer funktioniert.

Hier liegt der Vorteil darin, dass keine weiteren Kosten für Kamera usw. entstehen. Diese Variante ist immer verfügbar. Der Nachteil liegt bei derartig aufgenommenen Videos in der schlechteren Bildqualität. Aber auch vorgegebene Videokompression und Videoformat wirken sich unter anderem nachteilig aus.

Gerade für Unternehmen ist die Produktion von Firmenclips durch erfahrene Kameraleute oder die Aufnahme in Studios am effektivsten. Hier liegt der Vorteil in der professionellen Arbeit von Beginn an.

Solch ein Video bringt nachhaltig Kundenresonanz und Akzeptanz. Die Kosten entstehen einmalig, und sind somit nicht als Nachteil zu werten.

7. Die besten Plattformen für effektives Videomarketing

Einmal produziert wirken Videos in der Vermarktung heute sehr nachhaltig und effektiv für jedes Unternehmen. Um die Firmenclips reichweitenstark zu verbreiten, ist es gut, die Videos auf nachfolgenden Plattformen online zu stellen. So werden Sie besser gefunden und erregen mehr Aufmerksamkeit.

Videos auf der eigenen Webseite bringen Leben auf Ihre Homepage und eine Verbesserung Ihrer Platzierung bei den Suchmaschinen.

Social Media Plattformen, wie beispielsweise Facebook oder Twitter sind für moderne Unternehmen ganz wichtige Kommunikationsplattformen. Hier findet auf diesem Weg effektives Dialog-Marketing und nachhaltige Präsenz statt.

Videoplattformen, wie zum Beispiel YouTube und MySpace werden heutzutage als Informationsplattformen mehr denn je genutzt. Durch die hohe Vernetzung und Suchmaschinenrelevanz ist diese Plattform ideal für Firmenclips. YouTube hat aber hier ganz klar die Nase vorn.

Mobile Devices sollten Sie auch unbedingt bei Ihrer Marketingstrategie berücksichtigen. Gerade in der jetzigen Zeit, wo Smartphones und Tablets zu ständigen Begleitern Ihrer Zielgruppe gehören, macht es Sinn, diese Plattformen mit ihren technischen Besonderheiten zu nutzen.

Videomarketing im offline Betrieb hat sich seit vielen Jahren bewährt und sind auch heute noch aktuell. Informationsmedien wie USB-Sticks, CD's und DVD's, um nur einige zu nennen, bieten Ihnen reichhaltige und zusätzliche Möglichkeiten, Ihre Videobotschaft zu verbreiten.

Kino- und TV-Werbung ist nach wie vor eine Plattform, auf welcher Sie für Ihr Unternehmen, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung mit einem Firmenclip werben können.

8. Goldene Regeln für effektive Videobotschaften

Bei der Umsetzung von Marketingstrategien in Videoform können fatale Fehler passieren. Diese können Sie umgehen, wenn Sie nachfolgende Regeln bei der Einbindung und Verbreitung Ihres Produktvideos oder Ihres Firmenclips beachten.

Grundlegend sollte eine Geschichte stehen, die erzählens- und empfehlenswert ist. Neu und innovativ zugleich sollte sie sein.

Der Nutzer sollte entscheiden können, zu welchem Zeitpunkt er das Video anschaut bzw. wann er den Clip starten möchte. Umgehen Sie automatisierte Abspielfunktionen, die könnten sich sehr negativ beim Nutzer auswirken.

Kommunikation in Form von Zeitangaben sollte von Anfang an stattfinden, damit sich der Nutzer darauf einstellen kann, wie lange er benötigt, um sich Ihren Clip anzuschauen.

Wenn es sich bei Ihrem Clip um Produktvideos handelt, dann binden Sie diese immer direkt auf den Unterseiten der entsprechenden Artikel ein. So ist es für den Nutzer leichter, das Video zuzuordnen.

Der Titel und die Meta-Informationen sollten sich selbst erklären. Diesbezüglich ist ein erklärender Text sinnvoll.

Die Thumbnails für Ihre Produktvideos müssen aussagekräftig sein.

Gerade bei Produktvideos sollten Sie sich auf das Produkt konzentrieren. Mit Hochglanzfotos kann der Nutzer in diesem Fall nur wenig anfangen und die gewünschten Informationen sind für ihn nicht ersichtlich.

Gängige und etablierte Video-Formate werden Ihre Reichweite enorm erhöhen.

Wenn Sie diese kleinen Stolperfallen umgehen, werden Sie mit Ihrer Marketingstrategie via Video den effektivsten Erfolg für sich und Ihr Unternehmen herausholen.

Und noch ein Tipp zu guter Letzt: Kombinieren Sie bei Ihrem Videomarketing Elemente aus der herkömmlichen Kundenwerbung mit denen des viralen Marketings und des Videomarketings sinnvoll und wohl durchdacht. Fahren Sie Marketing nie zu einseitig, denn das wird der Nutzer als langweilig empfinden.

Abschluss:

Ich hoffe, Sie konnten einen ersten Einblick in das Thema Video Marketing gewinnen. Natürlich ist es nicht möglich, die komplette Welt des Video Marketings in einem einzigen kleinen eBook zu beschreiben.

Deshalb lade ich Sie ein, unseren kostenlosen Mitgliederbereich zu besuchen. Ich möchte Sie jetzt einladen, zu einer kleinen Gruppe von erfolgsorientierten Menschen zu stossen, die Ihr Business im Internet erfolgreich und profitabel gestalten möchten.

Wenn Sie also ein absoluter Profi werden und einmal live Einblick in dieses Thema haben möchten, dann dürfte Sie das garantiert interessieren:

<https://www.videomarketing-masterplan.de/basiswissen>

Alles Gute für Sie

Jürgen Saladin - Videomarketing Experte