

Uwe Stache: Marketing mit Online-Video

Grundlagen – Szenarien – Best Practices

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr

Es passt ...



... was zusammen gehört !

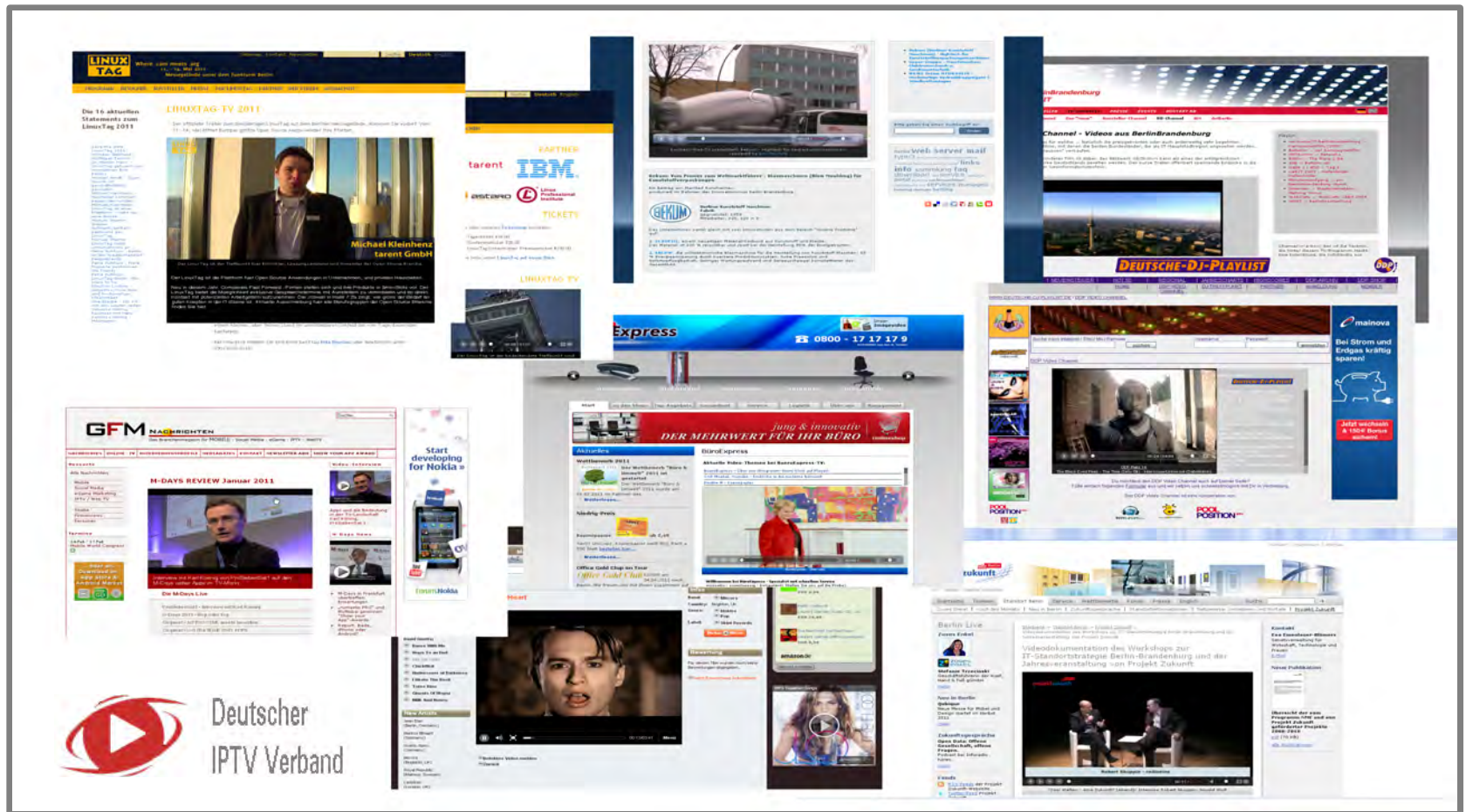


Wir bauen Portale!

The collage features several web portals:

- MOBKOM.de**: A portal for mobility and communication in the Berlin-Brandenburg region, featuring a search bar and a navigation menu.
- IT Profits**: A portal for IT professionals, advertising an event on May 28-29, 2008.
- Bauhaus-Archiv**: A museum website for design and architecture, featuring a gallery of buildings and a list of services.
- IPmediaconsult**: A digital marketing and web development agency, advertising services like Google Campaigning and Business-Blogs.
- eCOMM**: A portal for electronic business, featuring a map of Germany and a list of services.

Und bringen Bewegung in jede WebSite!

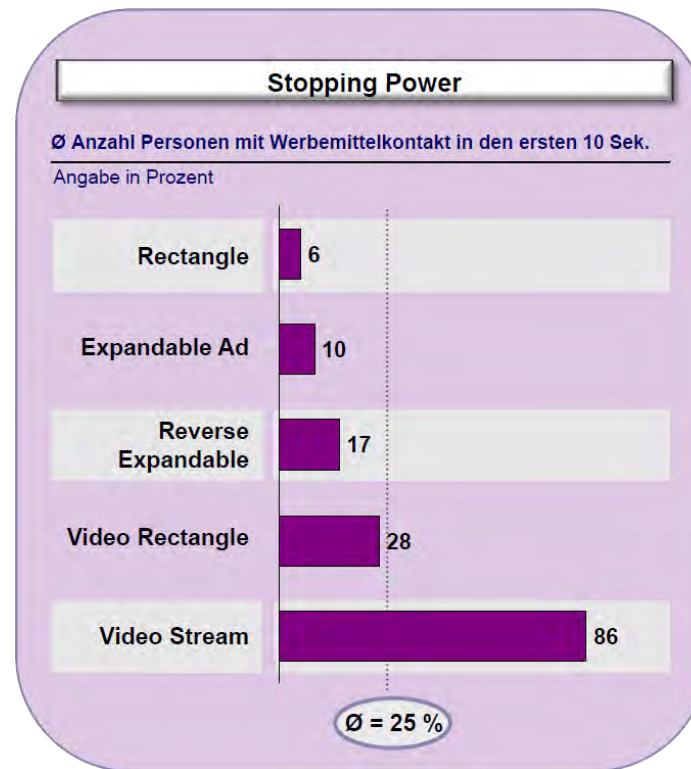


Die Fragen ...

- Wie effektiv ist Video im Online-Marketing?
- Was macht einen guten TV-Clip aus?
- Selbst machen oder nicht?
- Eigenproduktion: die Werkzeuge / die ToDos
- Welche Formate?
- Hilft YouTube oder nicht?
- Einbau in eigene WebSite

Wie gut ist Video im Online-Marketing?

Aufmerksamkeits-Wert



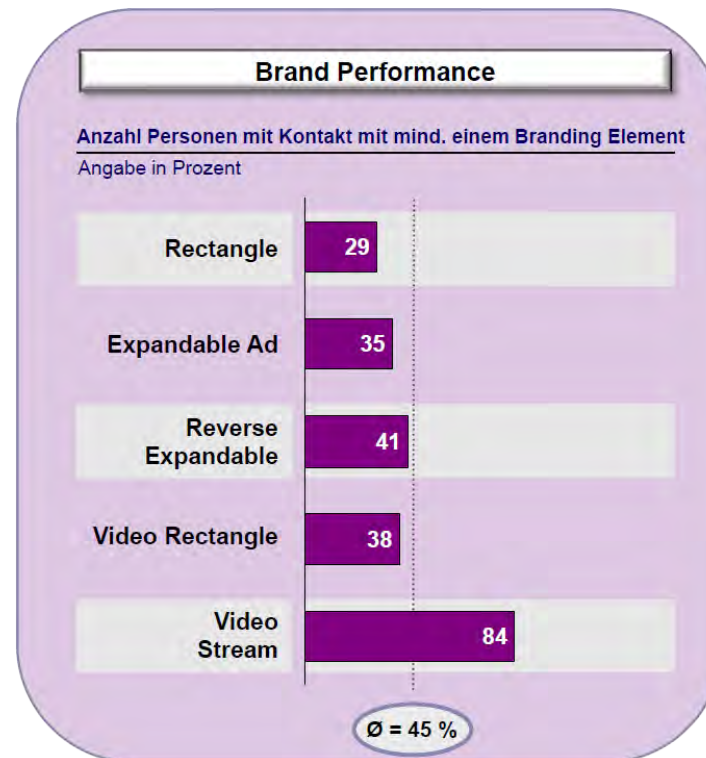
Richmedia-Studie von Yahoo!

Informations-Wahrnehmung



Richmedia-Studie von Yahoo!

Marken-Wahrnehmung



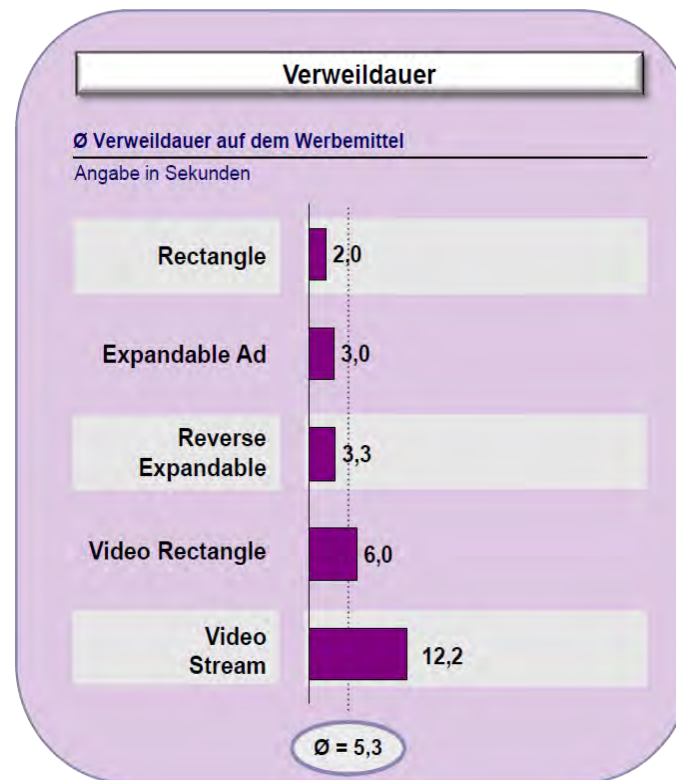
Richmedia-Studie von Yahoo!

Wie schnell wird die Message aufgenommen ?



Richmedia-Studie von Yahoo!

Wie lange bleibt der Besucher?



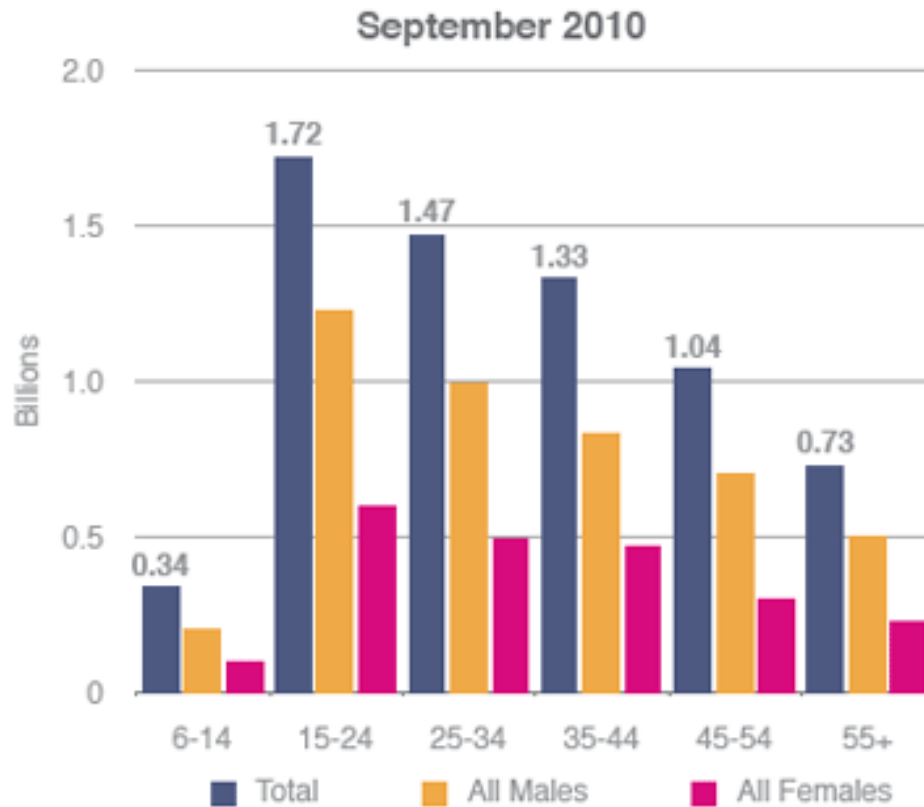
Richmedia-Studie von Yahoo!

Zusammenfassung

Indikatoren	Standard Ad	Rich Media Formate			
	Rectangle	Expandable Ad	Reverse Expandable	Video Rectangle	Video Stream
Stopping Power (0-10 Sek.)	6%	11%	18%	28%	67%
AD Seen	65%	76%	77%	77%	100%
Verweildauer	2,0 Sek.	3,0 Sek.	3,3 Sek.	6,0 Sek.	12,2Sek
Time to First Contact	7,8 Sek.	10,3 Sek.	5,0 Sek.	3,4 Sek.	0 Sek.
Brand Performance	29%	35%	41%	38%	84%

Richmedia-Studie von Yahoo!

Wen erreiche ich?



iabuk.net

Was ist ein guter TV-Clip? Beispiel: Produkt-Video



Was ist ein „guter TV-Clip“ ?

- Macht neugierig durch Existenz, Platzierung, Präsentation
- Lässt sich auf meinem PC betrachten und anhören
 - Bandbreite, technisches Format
- Darstellungsqualität passt zum Anbieter / Anspruch
- Gast wird direkt angesprochen und kann reagieren

Ein guter TV-Clip – Produktvideo

- Die Länge
 - nach 10 Sekunden brechen 9 % ab
 - 5 Minuten erreichen nur 10 %
 - 90 – 180 Sekunden
- Clip-Branding
 - Firmen- oder Shop-Logo einblenden
 - URL einblenden
- Technische Qualität
 - z.B. Ton sauberer Klang auf PC-Lautsprechern
 - Clip-Intro muss professionell wirken (sein!)

Ein guter TV-Clip – Produktvideo

- Das Darstellungs-Format
 - Auflösung skalierbar ab 368 x 208
 - Bis 1280 x 720 „ansehbar“
 - Klassisches Produktvideo eher grösser
- Der Ton
 - Aggressiven Sound vermeiden
 - Sprache verständlich
 - 0 db !

Erwartungshaltung

Snippets	Boutique	Programmes and film
<ul style="list-style-type: none"> • Amusement • Entertainment • Discovery • Following links • Communal and peer driven • Killing time 	<ul style="list-style-type: none"> • Information • Discovery • Something extra • Task driven • Indulgence of interest 	<ul style="list-style-type: none"> • Catch ups • Entertainment (mainly) • Indulgence of interests • Convenience • Reclaiming TV time

iabuk.net

Erzieltes Verhalten

Snippets	Boutique	Programmes and film
<ul style="list-style-type: none"> • Full attention • But also normal web behaviours Multi-tasking, surfing • Interaction an important element Sharing, forwarding, reviewing 	<ul style="list-style-type: none"> • Full attention • Task driven attitude • Dislike distractions and interruptions • Interaction limited to reviewing • And impatient, esp, when things download slowly 	<ul style="list-style-type: none"> • Full attention • But also normal TV behaviours lean back, comfortable, low involvement processing • Pause facility allows breaks • And impatient, esp, when things download slowly

iabuk.net

Do it yourself ?

Do it yourself?

- Je nach Firmenstatus: „Ja!“ oder „Nein!“
- Warnung: Do it yourself braucht viel Zeit und verlangt grosse Frustrationstoleranz
- Noch schlimmer: das macht Spass!

Equipment zum „Do it yourself“

- Kamera
 - HD, HD, Mikro-Eingang, Stereo-Ton, Non-Automatik, Glas-Optik [JVC, Canon]
- Mikrofon(e)
 - Superniere, dynamisch [Panasonic, Sennheiser]
- Stativ
 - Wasserwaage, Öldämpfung, exakte Justierung [>250 €]
- Postproduktion
 - Software [AVS4you, Adobe Premiere]
 - Hardware 4–8 GB RAM, 2 TB HD, QuadCore, 2 Displays
- Encoding
 - AVS Video Converter, Super, Sorensen Squeeze

Encodierung

- Bandbreite
 - Ausgerichtet an Zielgruppe
 - z.B. 2016 kbps für „normale“ DSL-Nutzer
- Framerate
 - Standard ist 25 oder 50 f/s
 - Bei bewegungsarmen Szenen: 12,5
- Ton
 - 44,1 kHz
 - 128 kbps

Clip-Postproduktion

- Schneiden
 - Framegenau, Blenden
- Mischen mehrerer Videosignale
 - Untertitel, Logo-Keying
- Bildbearbeitung
 - Farbkorrektur, Helligkeit
- Tonbearbeitung
 - Pegelanpassung, Blenden
- Gesamte PP mit Rohdaten
- Rendern
 - Master: verlustarm

Encodierung

Container	Codec / Bild	Container / Ton
MPG	MPEG-1 oder MPEG-2	AC3 oder mp3
MP4	H.264/AVC oder MPEG4	AAC LC oder AAC Main
Flash	Flashvideo	mp3

Hilft mir YouTube? Und die anderen?

Hilft mir YouTube?

- Ja. Als zusätzliches Werkzeug für
 - Google-Ranking
 - Zusätzliche Aufmerksamkeit
- Ideal ist das Ping-Pong zwischen
 - Video-Channel auf eigener WebSite und
 - Den passenden Video-Portalen
- Weitere Infos:
 - www.video-portal-ratgeber.de
 - <http://www.media-content-management.de/>

Einbau in eigene WebSite 3 Szenarien



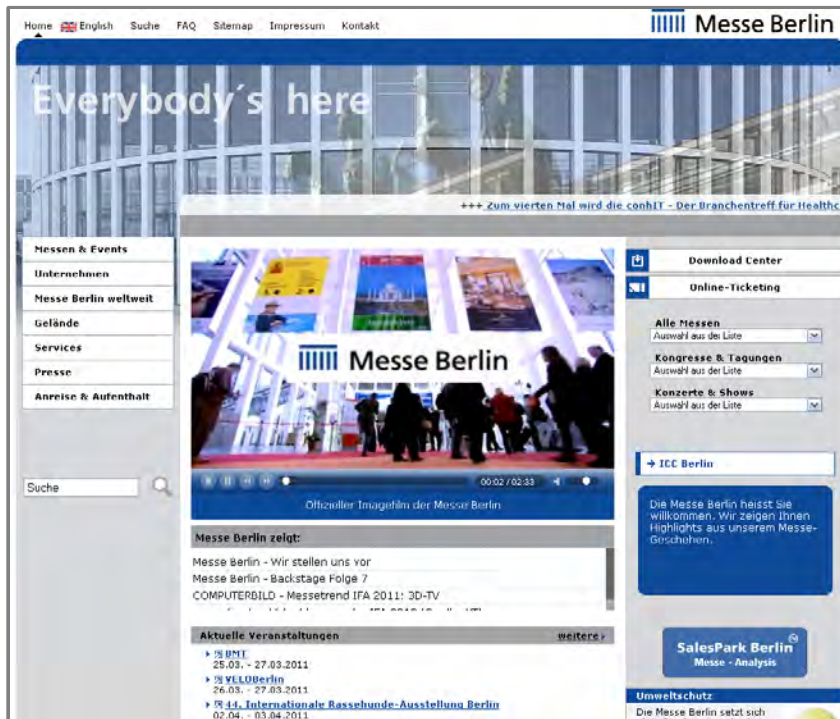
Einbindung in eigene WebSite – Var. 1



- Eine Seite – ein Video
- Erforderlich: Player
- Mehrere Videos: mehrere Playerfenster!

Technologiestiftung Berlin

Einbindung in eigene WebSite – Var. 2



- Eine Seite – viele Videos
- Erforderlich: Playersystem
- Je Clip kurzer Text im Playercontainer
- Playliste für Clips

Messe-Berlin

Einbindung in eigene WebSite – Var. 3



berlin.de

- Eine Seite – viele Videos
- Erforderlich: Playersystem
- Pro Video:
 - Kurzer Text unter Player
 - Beliebige Infos (Text, Graphik, Links etc.)
- Playlist, div. Interaktive Elemente, HD-fähig, etc.

Best Practice: Ziel Sichtbarkeit

- Zielgruppenweites Legen von Zuckerspuren
- Anbieten von interaktiven Informationshäppchen in eigener Site
- Querverlinkung
- Linuxtag:
 - 11 von 20 Fundstellen: linuxtag + berlin
 - 12 von 19 Fundstellen: linuxtag + 2011
 - 12 von 14 Fundstellen: linuxtag + 2011 + berlin

Lesestoff

- **Verbreitung Flash**
http://www.adobe.com/products/player_census/flashplayer/version_penetration.html
- **Exciting Commerce Video Shopping Guide /**
Stephan Randler
- **Achim Dunker: „eins zu hundert“**
- **Video Portal Ratgeber**
<http://www.video-portal-ratgeber.de/>
- **Media Content Management**
<http://www.media-content-management.de>

Es tut gut,
Wissen zu teilen.

