

GUIDELINE FÜR DIE OPTIMALE VERWENDUNG VON VIDEOMATERIAL

Mit Bewegtbild können Sie Interessenten besser von Ihrem Erlebnis überzeugen, als mit jedem anderen Medium. Nur Videos bieten die Möglichkeit, zugleich unterhaltsam, emotional, werblich und informativ zu sein. Enthält eine Produktbeschreibung einen kurzen Clip, steigt die Conversion Rate durchschnittlich um rund 80 Prozent.

Doch Video ist nicht gleich Video. Damit die Erlebnisvideos den potentiellen Kunden auch ansprechen und zu mehr Umsatz beitragen, sollten die Clips folgende wichtige Kriterien erfüllen:

BILD

- ✓ Spannendes emotionsgeladenes Videomaterial oder neutrale Bewegtbilder
- ✗ Fotocollagen (Video besteht aus einzelnen Fotos) oder gebrandetes Videomaterial (Logo als Wasserzeichen im Bild)

TEXT

- ✓ Es sind keine Texteinblendungen im Videomaterial vorhanden oder der Text wird nur vereinzelt erklärend eingesetzt
- ✗ Video besteht zum Großteil aus Texteinblendungen oder verweist auf andere Internetseiten

TON

- ✓ Stimmungsgeladene Tonspur passend zum Video
- ✗ Selbst eingesprochene Audiokommentare

BILDAUFLÖSUNG

- ✓ 1080p, 16:9 (1920 x 1080 px) oder 720p, 16:9 (1280 x 720 px)
- ✗ Kleinere Auflösung als 720p

DATEIFORMAT

- ✓ mp4, mov, avi oder wmv, mpg
- ✗ flv, swf, webm, ogv

GENERELLE EMPFEHLUNG

- ✓ Videos von Profis oder versierten Amateuren erstellen lassen
- ✗ Hobby-Videoaufnahmen