

Der Trend zum Videomarketing

Denken Sie noch immer darüber nach, ob Sie als Versicherungsmakler dem Gebot der neunziger Jahre folgen und eine Webseite mit Vergleichsrechnern einrichten? Dann haben Sie den Trend im Netz bereits verschlafen, denn das ist mittlerweile eher eine Grunderwartung. Ihr Kunde geht dann eben heimlich mal beim Durchblicker schauen oder er schließt bei versichern24 gleich direkt ab. Ein Grund mehr, den neuesten Trend nicht zu verpassen und der heißt: Videomarketing.

Von **Andreas Büttner**,

Geschäftsführer der ARISECUR Versicherungs-Provider GmbH

Was Anfang des Jahrtausends die Vergleichsrechner waren, ist heute zunehmend das Videomarketing. Oft ist der Kunde dankbar, wenn er überhaupt die gesuchten Informationen erhält. Immerhin muss er sich nicht selten durch Texte mit Begrüßungen, Ratschlägen oder Selbstbeweihräucherungen quälen und bekommt am Ende doch nicht die eigentlich gewünschte Preisinformation. Das wachsende Angebot erhöht mit dem Wettbewerb die Möglichkeiten des Kunden. Er kann heute Alternativen wählen und im Zweifel wählt er Alternativen, die möglichst viele Sinne ansprechen. Langweilige Eingabemasken und Vergleichsübersichten reichen hierfür nicht mehr aus. Das Gebot der Stunde sind Videos.



Andreas Büttner, Geschäftsführer der ARISECUR Versicherungs-Provider GmbH (Foto: Claudia El-Morsi)

Bei Webseiten mit Videointegration steigt die Verweilzeit auf der Seite im Schnitt um mehr als 200%. Die Kaufwahrscheinlichkeit steigt um 85%, wenn der Kunde ein Video angeklickt hat. Sogar die Wahrscheinlichkeit, weiterempfohlen zu werden steigt deutlich an. Aktuelle Studien überschlagen sich diesbezüglich mit atemberaubenden Erkenntnissen.

„Bei Webseiten mit Videointegration steigt die Verweilzeit auf der Seite im Schnitt um mehr als 200%. Die Kaufwahrscheinlichkeit steigt um 85%, wenn der Kunde ein Video angeklickt hat.“

Andreas Büttner

Was Videos besonders interessant macht: Videos erhöhen schon im Vorweg die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde überhaupt zu Ihnen auf die Homepage gelangt. Dies verdanken Sie Google, denn Google weiß um die Attraktivität von Videos. Es verwundert Kenner daher nicht, dass die Einbindung eines Videos die Wahrscheinlichkeit in den Trefferlisten von Google auf der ersten Seite angezeigt zu werden um 53% erhöht.

Google geht sogar noch weiter. Filme auf Ihrer Homepage werden bereits in der Trefferliste des Suchmaschinen-giganten mit sogenannten „Snippets“ angereichert. Das bedeutet, dass neben dem Treffer-Eintrag ein kleines Vorschaubild des Videos angezeigt wird. Der Nutzer weiß somit schon vor dem Besuch Ihrer Page, dass diese Multimediainhalte bietet.

Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Treffer mit Video-Snippet bei Google angeklickt wird, erhöht sich um sagenhafte 170%. Die Produktion professioneller Videos kostet Sie als Versicherungsmakler natürlich Zeit und Geld. Der Verzicht auf Videos kostet Sie aber Umsatz und Kunden.

Bei ARISECUR starten wir aus genau diesen Gründen eine Initiative, um auch Österreichs Makler mit professionellen Videos auszustatten. Damit folgen wir unserem Motto: Wir bewegen Vorsprung. ■