VIDEO SHOPPING GUIDE

Visuelle Zukunftsperspektiven für den Online-Handel

Exklusive Einblicke in Investitionsbudgets und Video-Verkaufsansätze von deutschen Online-Shops

Umfangreicher Praxisteil mit Checklisten und Best-Practice-Beispielen zu Video-Usability, Content-Produktion und Video-SEO.

Stephan Randler (Autor), Jochen Krisch (Herausgeber)

exciting commerce

INHALT

1. VORWORT: Alles für Ihr Video-Shopping-Business 3

2. SIEBEN AUF EINEN STREICH: Warum Video-Verkaufsansätze so zukunftsweisend sind 6

3. DIE VORBILDER: Was der Online-Handel vom Teleshopping lernen kann 9

3.1 Emotionen wecken: Warum Bewegtbilder besser verkaufen 12
3.2 Verknappungsmarketing: So lassen sich Impulskäufe forcieren 15
3.3 Kundenansprache: Mit Selfmade-Stars zum Shop-Erfolg 17
3.4 Shopping-Usability: Online-Video braucht originäre Web-Formate 18

4. VIDEO-VERKAUFSANSÄTZE: Wie Online-Händler erfolgreich über Bewegtbilder verkaufen 20

4.1 Produktbezogene Video-Verkaufsansätze 23
4.1.1 Eigene Produktvideos: Mit oder ohne Moderator erfolgreich verkaufen 25
4.1.2 Offizielle Hersteller-Clips: Effiziente Einstiegsdroge im Video Commerce 29
4.1.3 Video-Slideshows & Flash-Trailer: Ein erfolgsversprechendes Zwitter-Format 31

4.2 Kontextbasiertes Video-Shopping 35
4.2.1 Ratgeber-Videos: Nach dem Kauf ist vor dem Kauf 37
4.2.2 Sortimentsübergreifende Videos: Alles Wichtige auf einen Klick 40
4.2.3 Fashion-Shows und Catwalk-Clips: Virtuelle Mode in Aktion 42
4.2.4 Redaktionelle Inhalte: Guter Content lockt die Kunden 45

INHALT

5. TIPPS & TRICKS: Zentrale Erfolgsfaktoren für Video-Shopping-Anwendungen 47

5.1 Content-Produktion: Neun goldene Regeln für verkaufsfördernde Video-Inhalte 49
5.2 Video-Usability: Fünf Tipps für nutzerfreundliche Video-Anwendungen 50
5.3 Technik-Tipps: Mit Video-Hosting-Portalen zum Verkaufserfolg 52
5.4 Video-SEO: Effizientes Content-Marketing über YouTube 54

6. BEST PRACTICE: Welche Shops bereits von Video-Shopping-Anwendungen profitieren 55

6.1 TVINo.de: Mit Vinotainment zum Online-Shop des Jahres 57
6.2 Party-Lichteffekte.de: Mit Video-Fights zu viermal mehr Verkäufen 58
6.3 StyleOn.de: Höhere Konversionsraten mit doppelter Zweitverwertung 60
6.4 Fahrrad.de: Mit eigener Video-Unit zum Verkaufserfolg 62
6.5 eBags.com: Von Video-Triggern und Video-Widgets 65

7. AUSBLICK: Zukunftsweisende Verkaufsansätze zwischen Web 2.0 und Augmented Reality 67

7.1 In-Video-Shopping: Verkaufen ohne eigenen Video-Content 68
7.2 Video-Live-Shopping: Impulskäufe dank Woot und Web-TV 70
7.3 Augmented-Reality-Services: Viral-Marketing per Webcam 71
7.4 Mobile-Shopping: Bewegtbilder als Basis für den Verkaufserfolg 73

8. ÜBER DIESE STUDIE 75

1 VORWORT

Alles für Ihr Video-Shopping-Business

▶▶▶ „Online video has emerged as a key component of successful online retailing that can not only engage consumers and lead to sales, but build store traffic and reduce customer service calls." www.Internetretailer.com ◀◀◀

Videos steigern Konversionsraten, sind ein kostengünstiges Marketing-Instrument und liefern Händler wertvolle Alleinstellungsmerkmale: Über die zahlreichen Vorteile von Bewegtbildern im E-Commerce sind sich wohl alle Branchen-Experten und Shopbetreiber einig. Vor allem in den USA stellen Online-Händler wie eBags (www.ebags.com), Shoeline (www.shoeline.com) oder Zappos (www.zappos.com) bereits seit längerem eindrucksvoll unter Beweis, welche positiven Effekte sind durch den Einsatz von Videos langfristig im E-Commerce erzielen lassen (SIEHE KAPITEL 6 BEST PRACTICE: Welche Online-Händler bereits von Video-Shopping-Anwendungen profitieren).

Auch hierzulande entdecken Shopbetreiber zunehmend das enorme Umsatzpotenzial von Video-Verkaufsansätzen. Für die breite Masse der Händler aber ist das Thema noch Neuland. Dieser erste Video Shopping Guide von Exciting Commerce (www.excitingcommerce.de) zeigt daher nicht nur prinzipiell auf, welche Bewegtbild-Verkaufsansätze es im Online-Handel gibt (SIEHE KAPITEL 4 VIDEO-VERKAUFSANSÄTZE: Wie Online-Händler erfolgreich über Bewegtbilder verkaufen). Unsere Studie illustriert auch anhand von zahlreichen Screenshots und konkreten Praxisbeispielen, welche Anwendungen sich für welche Händler aus welchem Grund in der Regel am besten eignen.

Das Herzstück dieser Publikation ist daher sicherlich der umfangreiche Praxisteil, der Anwendern und Interessenten konkrete Handlungsempfehlungen für ihr individuelles Video-Shopping-Business liefert (SIEHE KAPITEL 5 AUS DER PRAXIS: Tipps & Tricks für erfolgreiche Video-Shopping-Anwendungen). So erfahren Shopbetreiber und und E-Commerce-Entscheider anhand von zahlreichen Beispielen unter anderem, wie sich Videos besonders kostengünstig produzieren lassen und welche inhaltlichen Grundkomponenten die Basis für erfolgsversprechenden Video-Content bilden.

Neben grundlegenden Tipps und Tricks zu Video-Usability, Hosting und Technik zeigen wir in dieser Publikation auch exemplarisch auf, wie Internet-Händler ihre Verkaufsvideos kostengünstig als Marketing-Instrument zweitverwerten können (SIEHE KAPITEL 5.4 VIDEO-SEO: Effektives Content-Marketing über YouTube). Dazu werfen wir einen Blick auf die heißesten Trends im Video-Shopping-Markt und beleuchten dabei, warum gerade Widget- und Echtzeitanwendungen im Video-Commerce der Zukunft stark an Bedeutung gewinnen werden (SIEHE KAPITEL 7 AUSBLICK: Zukunftsweisende Verkaufsansätze zwischen Web 2.0 und Augmented Reality).

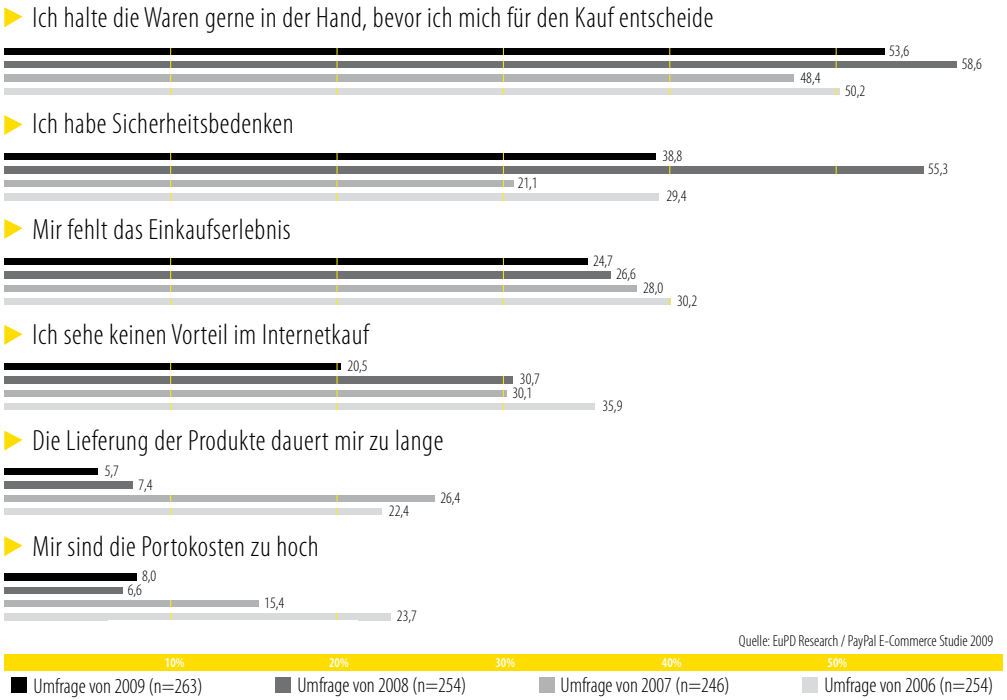
In so einem jungen E-Commerce-Segment wie dem Video-Shopping-Markt haben harte Zahlen und aussagekräftige Studien noch Seltenheitswert. Denn wer sich bereits erfolgreich in diesem Geschäft positioniert hat, rückt meist nur ungern mit diesem Herrschaftswissen heraus. Umso mehr freut uns in diesem Zusammenhang, dass wir Ihnen in unserem Praxisteil konkretes Zahlenmaterial von US-Shops und deutschen Online-Händlern verraten können (SIEHE KAPITEL 6 BEST PRACTICE: Welche Online-Händler bereits von Video-Shopping-Anwendungen profitieren) .

VORWORT

Alles für Ihr Video-Shopping-Business

Zwar basieren unsere Erhebungen auf keiner repräsentativen Befragung. Interessierten Anwendern dürften diese Kennzahlen aber dennoch ein gutes Gespür dafür vermitteln, was sich mit welchem finanziellen Aufwand an positiven Effekten erzielen lässt. An dieser Stelle daher auch noch einmal ausdrücklich ein Dankeschön an alle Teilnehmer, die unseren Fragebogen ausgefüllt haben

WARUM INTERNETBENUTZER BISLANG NICHT ONLINE KAUFEN (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)



Quelle: EuPD Research / PayPal E-Commerce Studie 2009

Natürlich verfolgen wir auch einen Hintergedanken mit dieser Publikation. Wie bereits tagtäglich auf dem Video-Fachblog twive! (www.videoshoppingdays.de) wollen wir auch mit diesem Video Shopping Guide das Bewusstsein dafür schärfen, welch enormes Umsatzpotenzial in visuellen Verkaufsanwendungen steckt. Denn aktuell haben Shopbetreiber noch die vielleicht einmalige Chance, sich über spannende Verkaufsansätze im Video-Segment als Early Adopter zu positionieren und damit gegenüber Neukunden zu punkten. Bereits in rund zwei Jahren aber werden Video-Services in vielen Shops schon Standard sein, was den Kampf um Kunden wieder verschärfen wird.

Aktuell jedenfalls sehnen sich Horden von Online-Kunden nach emotionaleren Einkaufserlebnissen in meist doch eher bieder wirkenden Standard-Shops, wie Umfragen verdeutlichen (siehe Chart). Mit dem Video Shopping Guide liefern wie Ihnen das Rüstzeug, um Ihren Shop schon heute in einem lukrativen Zukunftsmarkt zu positionieren. Wir wünschen Ihnen daher eine inspirierende Lektüre und freuen uns auf Ihre spannenden und zukunftsweisenden Video-Shopping-Anwendungen.

Stephan Randler

▶ Jeder vierte Internetnutzer bemängelt generell ein fehlendes Einkaufserlebnis beim Online-Shopping. Im Mode-Handel dürfte der Prozentsatz noch weitaus höher liegen (Datenbasis: Befragt wurden 1.012 deutsche Online-Nutzer ab 16 Jahren von EuPD-Research im Sommer 2009).

VORWORT

Alles für Ihr Video-Shopping-Business

IN DIESEM VIDEO SHOPPING GUIDE ERFAHREN SIE UNTER ANDEREM:

- warum Video-Content so zukunftsweisend im Online-Handel ist und für Shopbetreiber künftig unverzichtbar wird
- wie Teleshopping-Sender bereits seit Jahrzehnten erfolgreich emotionale Einkaufserlebnisse inszenieren und wie Shopbetreiber von diesen Erfahrungen profitieren
- welche prinzipiellen Video-Verkaufsansätze es für Shopbetreiber im Online-Handel gibt und welche Anwendungen sich für welche Shops eignen
- wie Sie anhand von Checklisten, Usability-Tipps und Best-Practice-Beispielen eigene Video-Commerce-Anwendungen erfolgsversprechend planen und umsetzen
- was Video-Shopping-Anwendungen im Online-Handel prinzipiell kosten und wie sich die Investitionen in audiovisuelle Inhalte wieder refinanzieren lassen
- wer bereits heute erfolgreich über Video-Shopping-Anwendungen verkauft und was Anwender daraus lernen
- wie sich der Markt für Video-Shopping-Services in den kommenden Jahren entwickelt und warum dabei Themen wie Mobile Commerce und Augmented Reality wichtig werden
- zahlreiche Literaturempfehlungen und Hinweise auf weiterführende Fach-Blogs sowie direkte Download-Links zu empfehlenswerten White Papers und Case Studies