

Im Scheinwerferlicht:

MIT VIDEO ZU MEHR GESCHÄFTSERFOLG

Um erfolgreich zu sein, dürfen sich Unternehmen nicht mehr nur aufs Kerngeschäft konzentrieren und müssen sich emotional und mit Persönlichkeit präsentieren. Produkte und Dienstleistungen einzelner Wettbewerber unterscheiden sich meist nicht mehr genug, um sich allein darüber zu positionieren. Über alle Geschäftsbereiche hinweg gilt: Graue Mäuse haben keine Chance und nur wer individuell beeindruckt, hat am Ende Erfolg.



MOVINGIMAGE

movingimage ist Europas führender SaaS-Anbieter für Live & On-Demand Enterprise Videos für die gesamte Unternehmenskommunikation. Mit der cloudbasierten Lösung von movingimage können Unternehmen jeglichen Video-Content effizient zentral verwalten und in bester Qualität auf jedes beliebige Endgerät streamen. Die Plattform fügt sich nahtlos in vorhandene IT-Landschaften für Content-, Digital-Asset- sowie Produktinformations-Management ein und gewährleistet höchste Sicherheitsstandards.

Ein Video First!-Ansatz, wie ihn movingimage vertritt, trägt über alle Abteilungen hinweg zur Wertsteigerung im Unternehmen bei – sei es in der internen Kommunikation und im Bereich eLearning, im Marketing und Vertrieb oder im Kundenservice. Zahlreiche Unternehmen nutzen deshalb bereits die zentrale, sichere Videolösung von movingimage, darunter top DAX-Konzerne wie Volkswagen, Douglas und die Commerzbank. movingimage wurde 2009 gegründet. Am Hauptsitz in Berlin arbeiten heute über 80 Mitarbeiter.

Weitere Informationen zu movingimage finden Sie unter www.movingimage.com

Mittel und Wege sich in Szene zu setzen, gibt es viele. Doch spätestens mit Corona war klar, dass klassische analoge Kanäle keine sichere Bank mehr sind. Aber auch digital ist nicht automatisch State-of-the-art: Wer will schon PDFs lesen, wenn es stattdessen ein Info-Video gibt. Und so begeben sich Marketingverantwortliche, HR, Kommunikation, Management, Vertrieb, Customer Service und Business Development auf die Suche nach neuen Möglichkeiten und landen direkt im Scheinwerferlicht: Kamera an, Corporate Video ab.

Neue Wege mit Video: Adios, Scheuklappen!

Spätestens die Pandemie hat die Digitalisierung und damit auch die Nutzung von Video in Unternehmen massiv angekurbelt. Dennoch bleibt Video weit hinter seinem tatsächlichen Potenzial zurück. Was viele Unternehmen ausblenden: Video ist nicht nur Ersatz für persönliche Meetings – im Gegenteil! Es ist die Grundlage für zeitgemäße Collaborations-, Lern-, Vertriebs- und Kommunikationslösungen. Zudem ist Video auf quasi allen Online-Kanälen einsetzbar, ob nun im Intranet oder im CorporateTube. Setzen Unternehmen auf Video, lassen sich HR, Kundenservice sowie Marketing & PR auf ein völlig neues Level heben.

Mal etwas Neues ausprobieren

Wie sieht das konkret aus? Welche Anwendungsszenarien gibt es?

1. ► Großer Auftritt für Corporate: Townhall Meetings, Live Streams, Webinare und mehr: Im Prinzip gibt es für jedes Anliegen das passende Format. Das Management will dem Team in der Jahreshauptversammlung die aktuellen Zahlen vorstellen? Ein Projekt wurde erfolgreich umgesetzt? Über Video kann die gesamte Belegschaft teilhaben, völlig unabhängig vom Standort. Umgedreht lässt sich mit Webcasts und Online-Konferenzen auch der Produktlaunch oder die Großveranstaltung ins Netz verlagern. Der Vorteil ist, dass bei gleichem Aufwand noch mehr Zuschauer:innen angesprochen werden.

2. ► Next Level HR: HR kann verschiedene Angebote mit Video gestalten. Manchmal sitzt das Personal mit der notwendigen Expertise an einem anderen Standort – Video trägt dazu bei, dass Teams auch international erfolgreich gemeinsam Projekte bearbeiten können. Aber auch Aufzeichnungen zur Wissensvermittlung sind ein hilfreiches Tool für das ganze Team.

3. ► Vertrieb und Customer Service per Video: Auch der Vertrieb kann manche Meetings per Video ins Web verlagern. Produktvideos vermitteln einen guten Eindruck, Nachfragen anderer Teilnehmer:innen sorgen für Inspiration und wer eine Nacht über das Angebot schlafen will, kann sich die Aufzeichnung am nächsten Tag nochmal anschauen. Die ausgefeilte Variante des Produktvideos nutzt der Customer Service: Das Warnlämpchen blinkt? Der Filter muss gewechselt werden? Mit Anleitungen im Videochat oder Erklärungsfilmern bekommt der Service eine ganz neue Qualität.

4. ► Messen und Events gehen auch online: Die Pandemie hat so manche Veranstaltung vollkommen auf Eis gelegt. Dabei hat ein Online-Event durchaus einiges für sich. Messen oder Veranstaltungen für Bestands- oder Neukund:innen lassen sich ohne weiteres ins Web verschieben. So können oft noch mehr Teilnehmer:innen eingeladen werden, die Agenda lässt sich flexibler gestalten und ganz nebenher werden Kosten gespart. Ganz zu schweigen davon, dass mit Videoangeboten Ressourcen geschont und Nachhaltigkeit gefördert wird.

Video entwickelt sich in Lichtgeschwindigkeit – und Sie?

Während viele Unternehmen mit ihrer Video-Strategie noch am Anfang stehen, schreitet die Entwicklung neuer Technologie, Formate und Einsatzmöglichkeiten von Video in großen Schritten voran. Dieser Trend zeichnet sich nirgends so klar ab wie auf Social Media: Während Videos auf Instagram beispielsweise eine doppelt so hohe Engagement Rate als Beiträge mit Bildern bewirken, verzeichnet Twitter sogar eine zehnfache Engagement Rate bei Tweets mit Videos. Spätestens seit dem Boom von Instagram-Reels ist zudem klar: Die Bedeutung von Videos wird 2022 eher noch zunehmen.

Dabei kündigen sich längst Zukunftsszenarien am Horizont an, die nicht zuletzt durch den Einsatz von KI immer greifbarer werden: Muss das Service-Team tatsächlich ins Haus kommen, wenn man auch über Video durch die Wartung der Waschmaschine geführt werden kann? Braucht es ein Eventteam vor Ort, wenn man sich



aus aller Welt online zuschalten kann? Brauche ich für einen Livestream Übersetzer:innen, um eine größere Zielgruppe zu erreichen, wenn ich automatische Untertitel generieren kann? Einige dieser Szenarien sind bereits heute real, die Pandemie hat die Weiterentwicklung von Video abermals befeuert.

Video sollte 2021 für Sie keine Nebenrolle mehr spielen

Unternehmen, die während der Pandemie nur das Allernötigste digitalisieren, um möglichst ohne viel Aufwand davonzukommen, verpassen eine Chance. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen laufen hier Gefahr, schnell abgehängt zu werden. Technologie sollte Ihrem Wachstum nicht im Weg stehen, sondern diesen unterstützen: Nachhaltige Investitionen, wie die in Enterprise Video Plattformen, schaffen einen langfristigen Mehrwert und Win-Win-Situationen für Geschäftsführung und Mitarbeiter:innen über alle Abteilungen hinweg.

Vorhang auf! Setzen Sie Ihr Unternehmen mit Video richtig in Szene

Unabhängig von Standort, Größe oder Branche stellt sich längst nicht mehr die Frage ob, sondern vielmehr die Frage, wie Video-Content im Unternehmen genutzt werden sollte. Die Inhalte und Formate von Video sind dabei so individuell wie Ihr Unternehmen selbst. Egal ob Web-Auftritt, Social Media Strategie, Produktlaunch oder E-Mail-Kampagne: Mit der professionellen Unterstützung eines Enterprise-Video-Experten, der für die technische Bereitstellung, Datensicherheit und Qualität sorgt, kann sich Ihr Unternehmen ungestört auf Inhalte konzentrieren und das Potenzial von Video voll ausschöpfen.

Dr. Ingo Hofacker, movingimage
030 - 330 966 00 info@movingimage.com