

## Performance Video und die (nahe) Zukunft des Marketing

### Aufführungsvideo

Da das Internet seine Position als beliebteste Plattform zum Ansehen von Videos festigt, müssen Vermarkter bereit sein, das Potenzial des Internets für Interaktivität und Personalisierung zu nutzen. Performance-Video ist ein Video, das sich dynamisch ändern kann, je nachdem, wer es sich ansieht. Hört sich unmöglich an? Es erweist sich als eine der wertvollsten Videomarketingstrategien, die derzeit angewendet werden.

**Performance-Videos** können anhand von Benutzerdaten modifiziert und anschließend in ihrem Inhalt oder Format geändert werden, um spezielle Zielgruppen anzusprechen. Von der Länge über den Inhalt bis zur Farbpalette - alles wirkt sich auf die Benutzerinteraktion aus. Daher ist Performance-Video ein notwendiges Werkzeug für die Maximierung der Follow-throughs. Jeder Vermarkter träumt von der Fähigkeit, eine Ansprache auf der Grundlage des individuellen Interesses zu verändern, und Performance-Videos sind so nah daran wie noch nie.

### Geschichten erzählen

**Nutzen Sie Storytelling, um den Nutzen Ihres Produkts hervorzuheben**, oder zeigen Sie, wie es das Leben der Käufer verbessern kann - die Kunden werden darauf reagieren. Dieselben Prinzipien, die auch weiterhin das Publikum in Kinos anziehen, können neue Kunden für Ihre Marke gewinnen.

### Im Fokus: SEO

Videos anschauen wird nicht direkt zu einem Verkauf. Videos sind einfach Teil des umfassenderen, wenn auch immer leistungsstärkeren Pitching- und Akquisitionsprozesses. Wenn Sie sich Videos als Teil eines größeren Netzwerks von Verkaufstools vorstellen, können Sie leichter erkennen, wie sie für die Förderung anderer Ziele wie SEO nützlich sein können. Content ist seit langem ein wichtiger Bestandteil von SEO und das gilt ganz besonders für Videoinhalte.