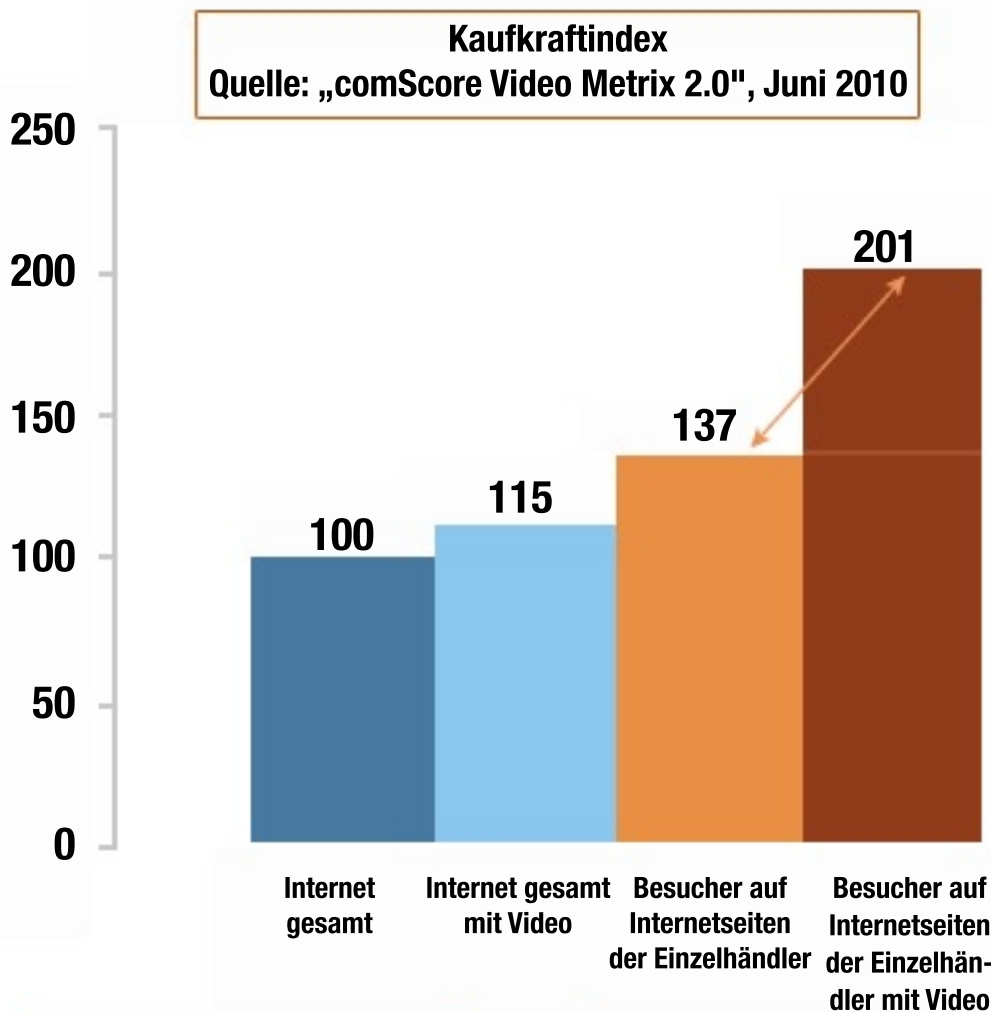


# Conversion von Videoverkäufen

Bing nennt Statistiken, in denen festgestellt wurde, dass die Besucher von Internetseiten die Informationen bis zu 30% schneller verarbeiten können, wenn sie nicht ausschließlich als Text, sondern in einer Kombination aus Video und Text dargestellt werden. Überdies gehören 65% von uns zu den visuellen Lern-typen, die Informationen eher in visueller Form verarbeiten und aus ihnen lernen können. Die meisten Formen des E-Commerce, insbesondere bei Kleidung und Produkten, die mit Emotionen und persönlichem Geschmack verbunden sind, stechen durch visuelle Zusätze hervor.

Zweifelsfrei ist das Video im Internet auch ein leistungsstarkes Conversion-Tool. Eine Studie von comScore hat gezeigt, dass 64% der Besucher eher einen Kauf durchführten, wenn ein Video in den Kaufprozess integriert war, und zusätzlich 2 Minuten länger auf der Seite verbrachten.



Die Kaufwahrscheinlichkeit bei Internetseiten von Einzelhändlern mit Video ist um 64% höher.

Besucher auf Internetseiten von Einzelhändlern mit Video blieben pro Besuch 2 Minuten länger auf der Internetseite.