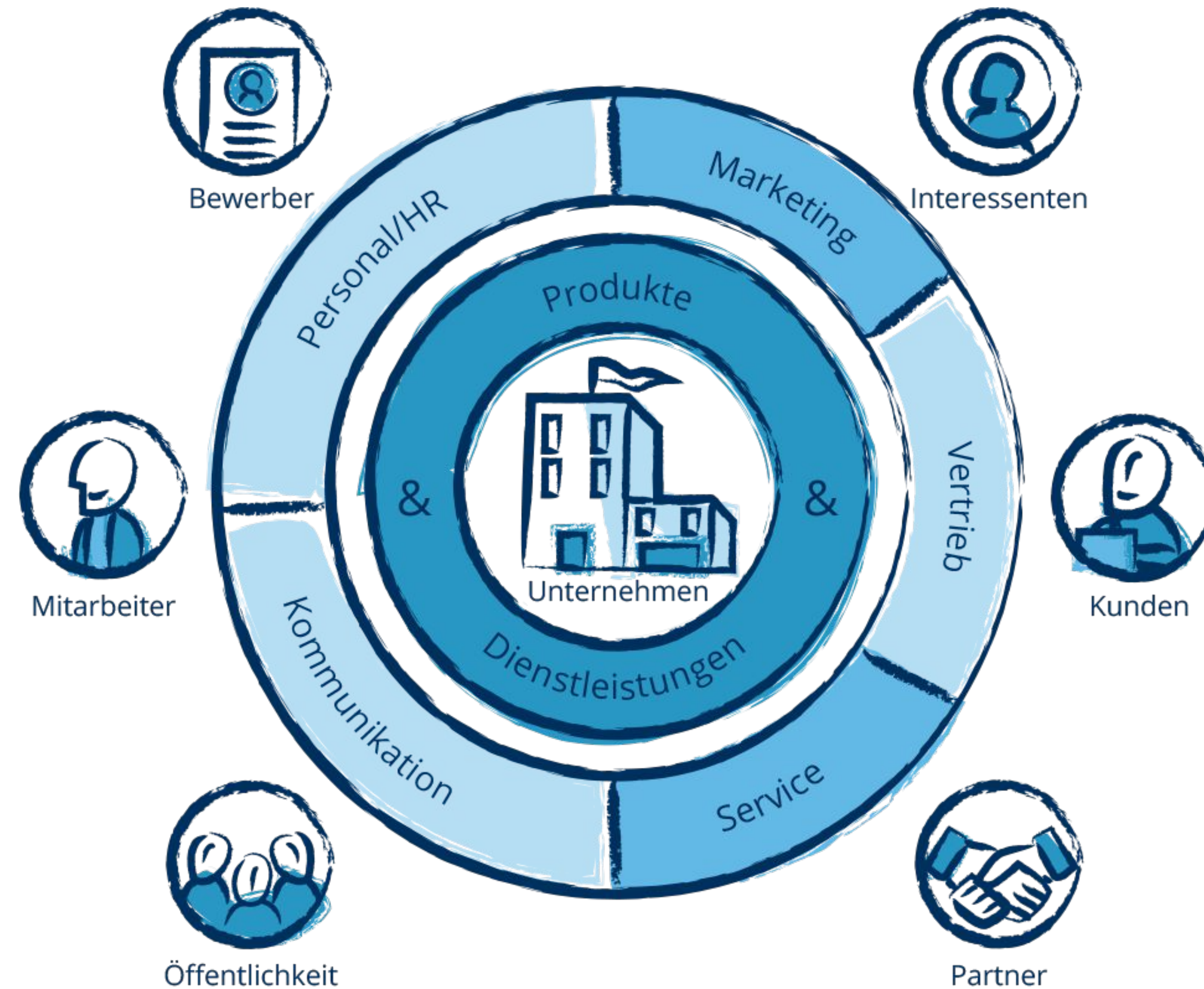


# STUDIE ERKLÄRVIDEOS BEI VERSICHERUNGEN

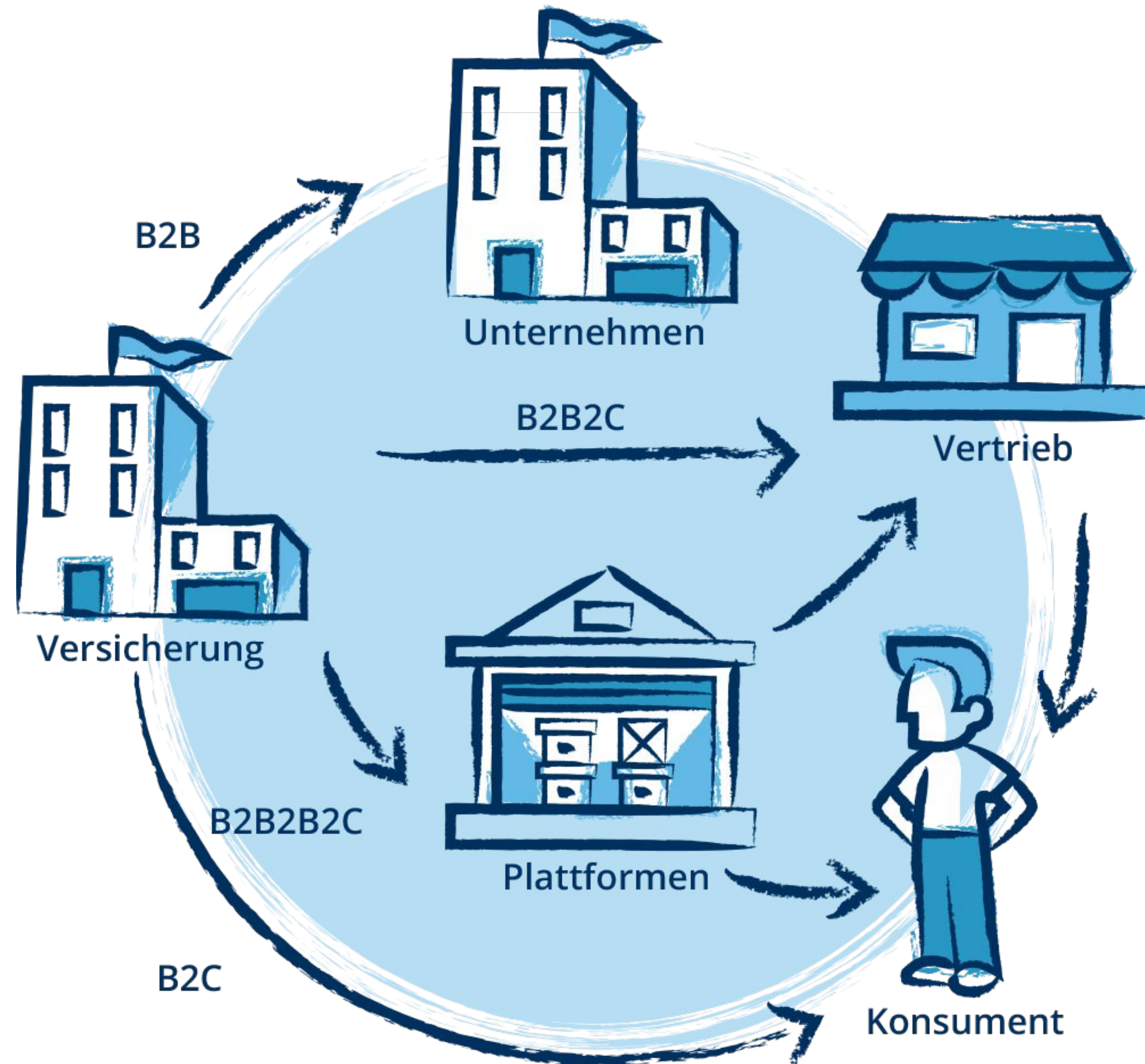


AMC-Gemeinschaftsprojekt | 07.09.2021

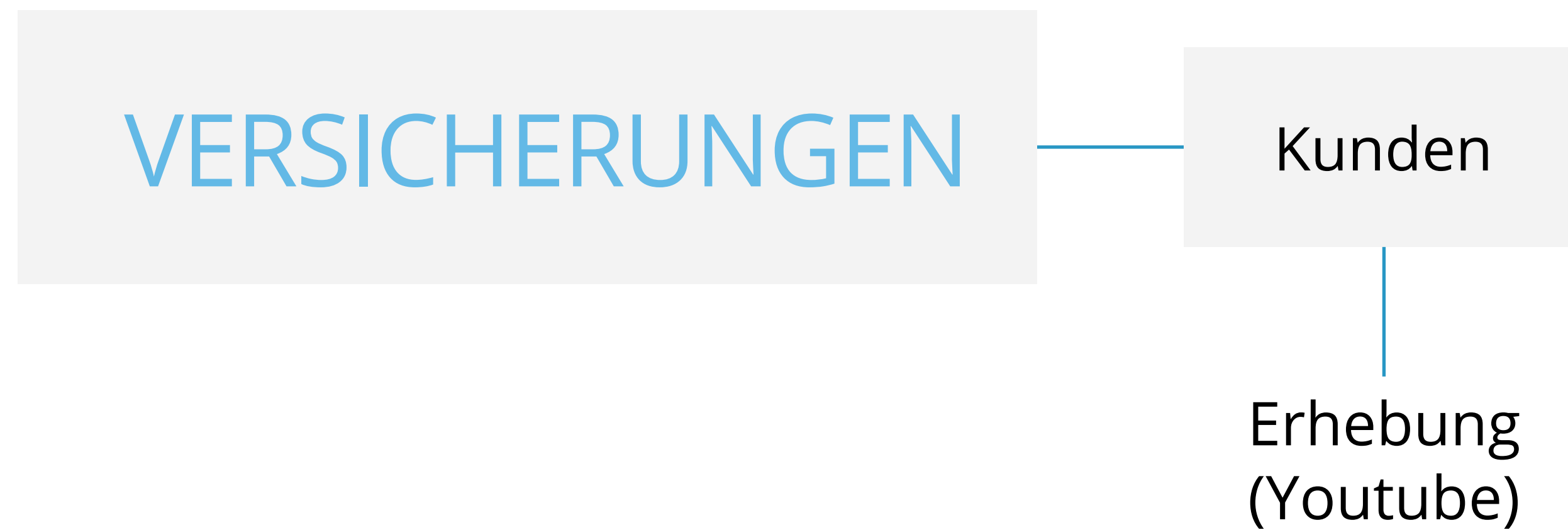
# WOFÜR WERDEN ERKLÄRVIDEOS EINGESETZT?



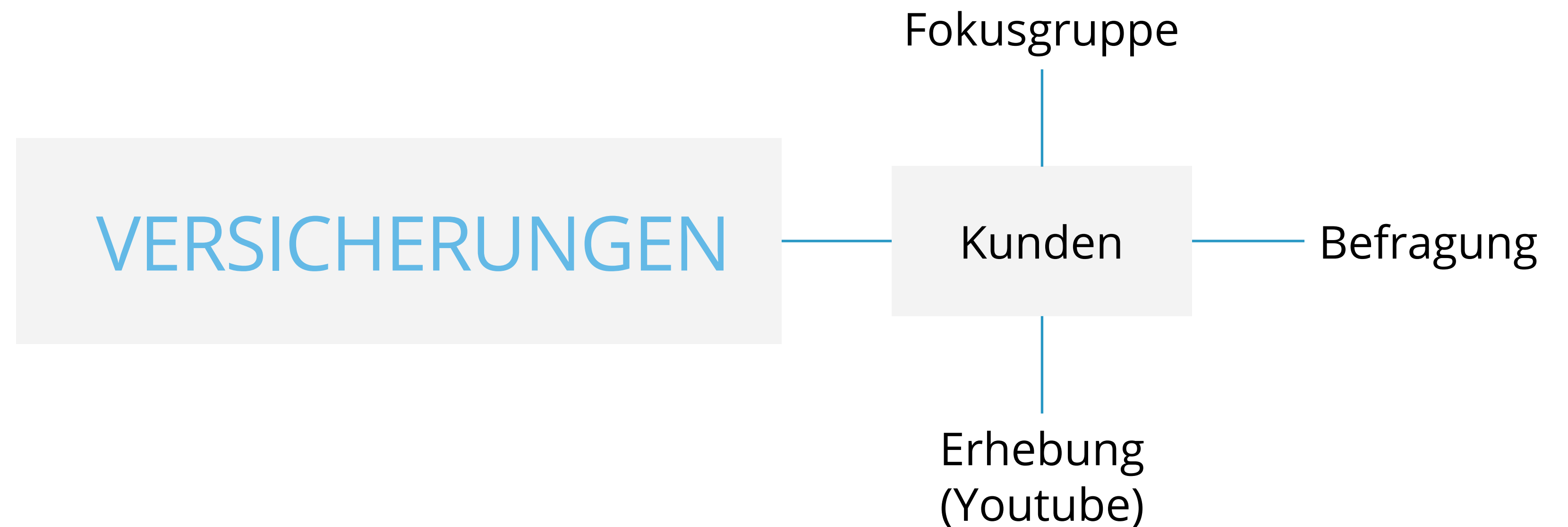
# WO WERDEN ERKLÄRVIDEOS EINGESETZT?



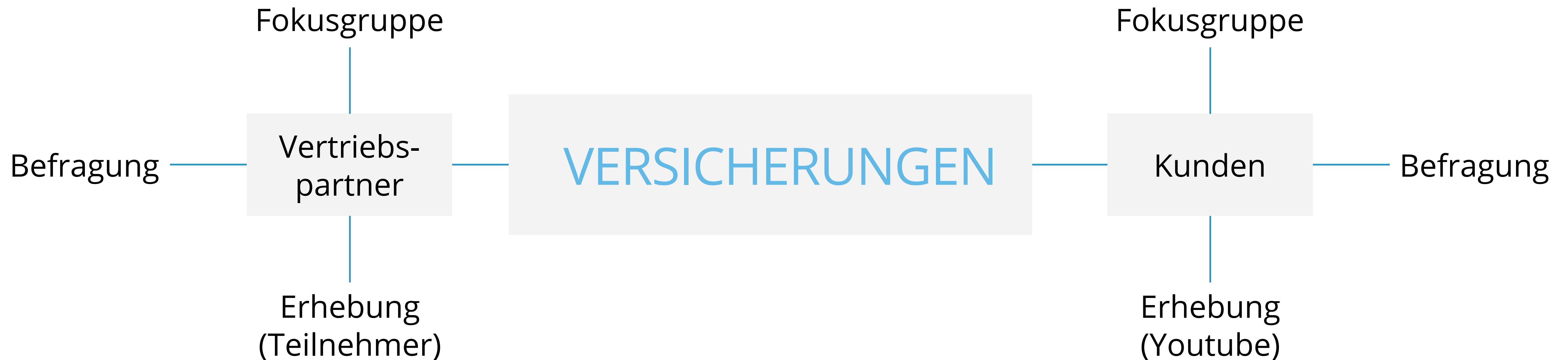
# MÖGLICHER SCHWERPUNKT: YOUTUBE



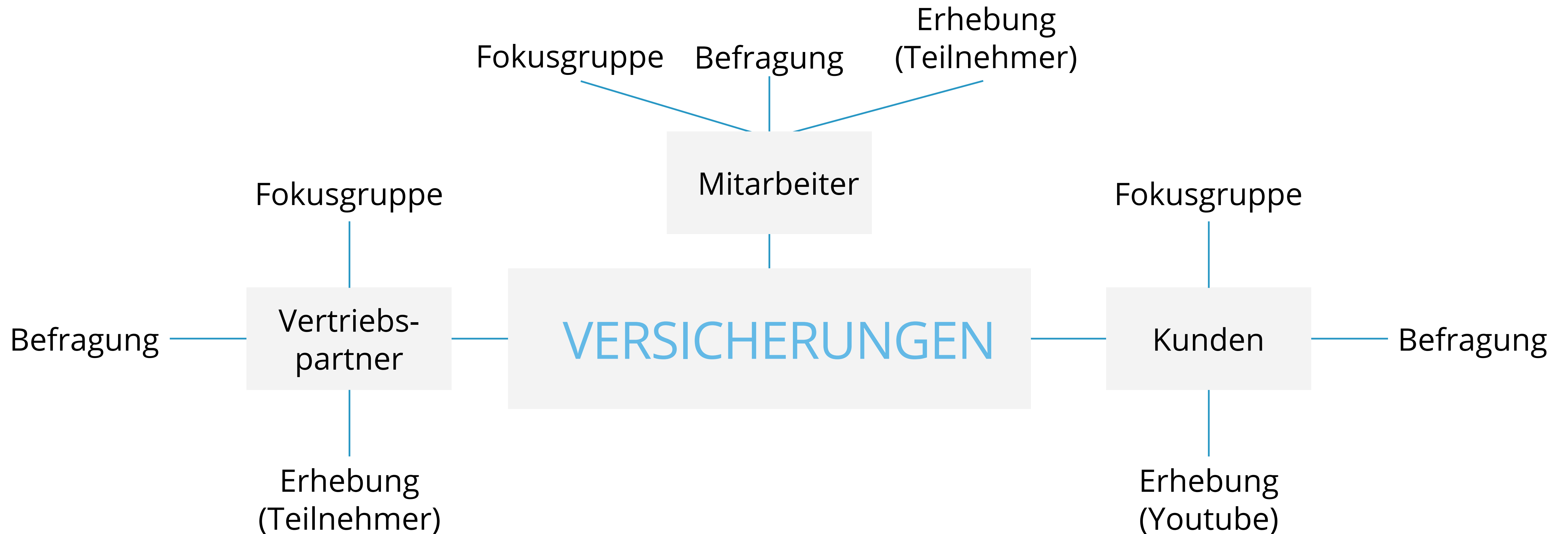
# MÖGLICHER SCHWERPUNKT: KUNDEN



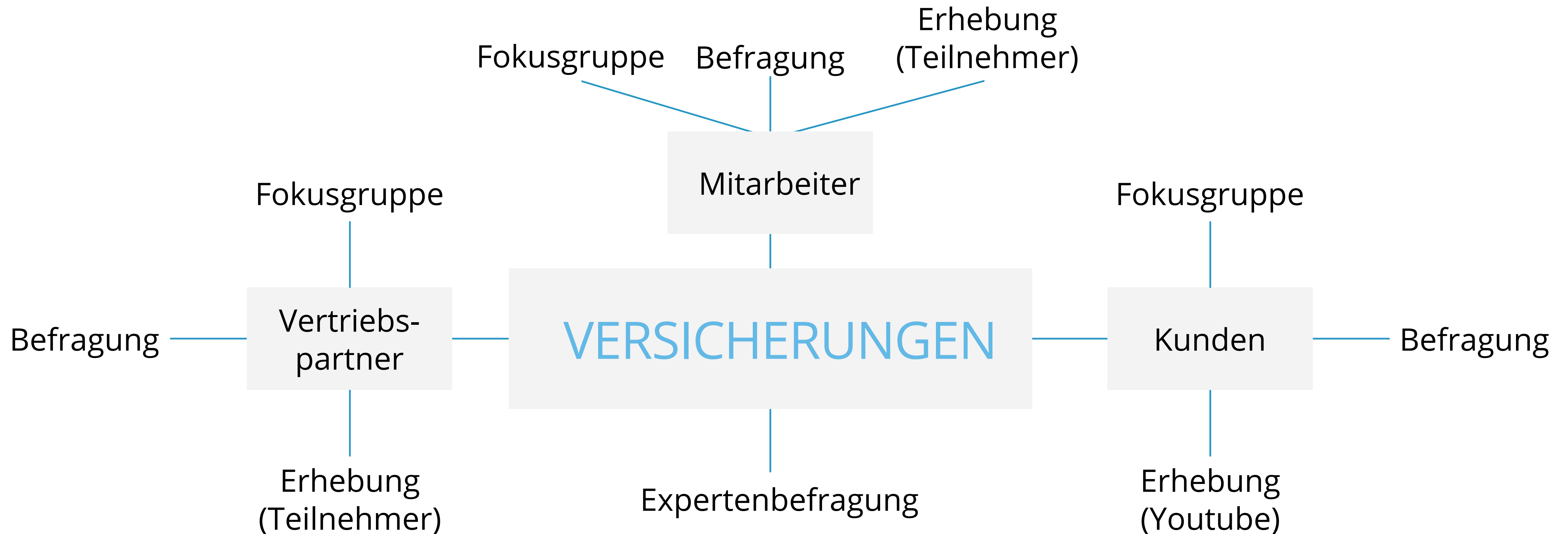
# MÖGLICHER SCHWERPUNKT: VERTRIEBSPARTNER



# MÖGLICHER SCHWERPUNKT: MITARBEITER



# MÖGLICHER SCHWERPUNKT: EXPERTEN

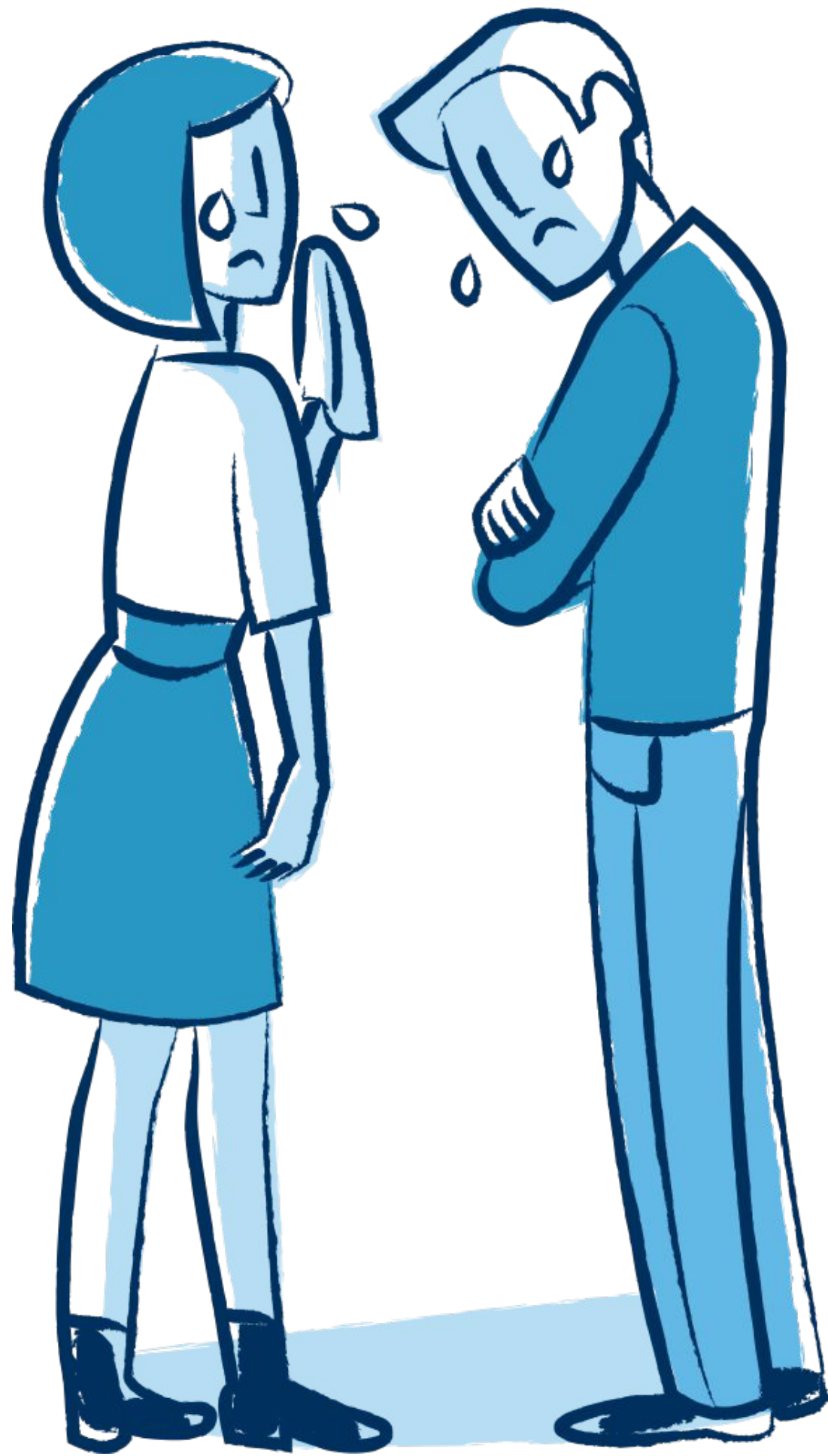




# DISKUSSION



WER HAT AN DER UHR GEDREHT? IST ES WIRKLICH ...



DANKKE!

# LASST UNS IN KONTAKT BLEIBEN!



MARTIN NITSCHKE

-  **Martin Nitsche**
-  Solveta GmbH  
Rehhagen 10  
25421 Pinneberg
-  [www.solveta.com](http://www.solveta.com)
-  [martin.nitsche@solveta.com](mailto:martin.nitsche@solveta.com)
-  [xing.to/martinnitsche](https://www.xing.to/martinnitsche)
-  [linkedin.com/in/martinnitsche](https://www.linkedin.com/in/martinnitsche)
-  +49 4101 379254

VIEL ERFOLG MIT ERKLÄRVIDEOS!





# ANHANG

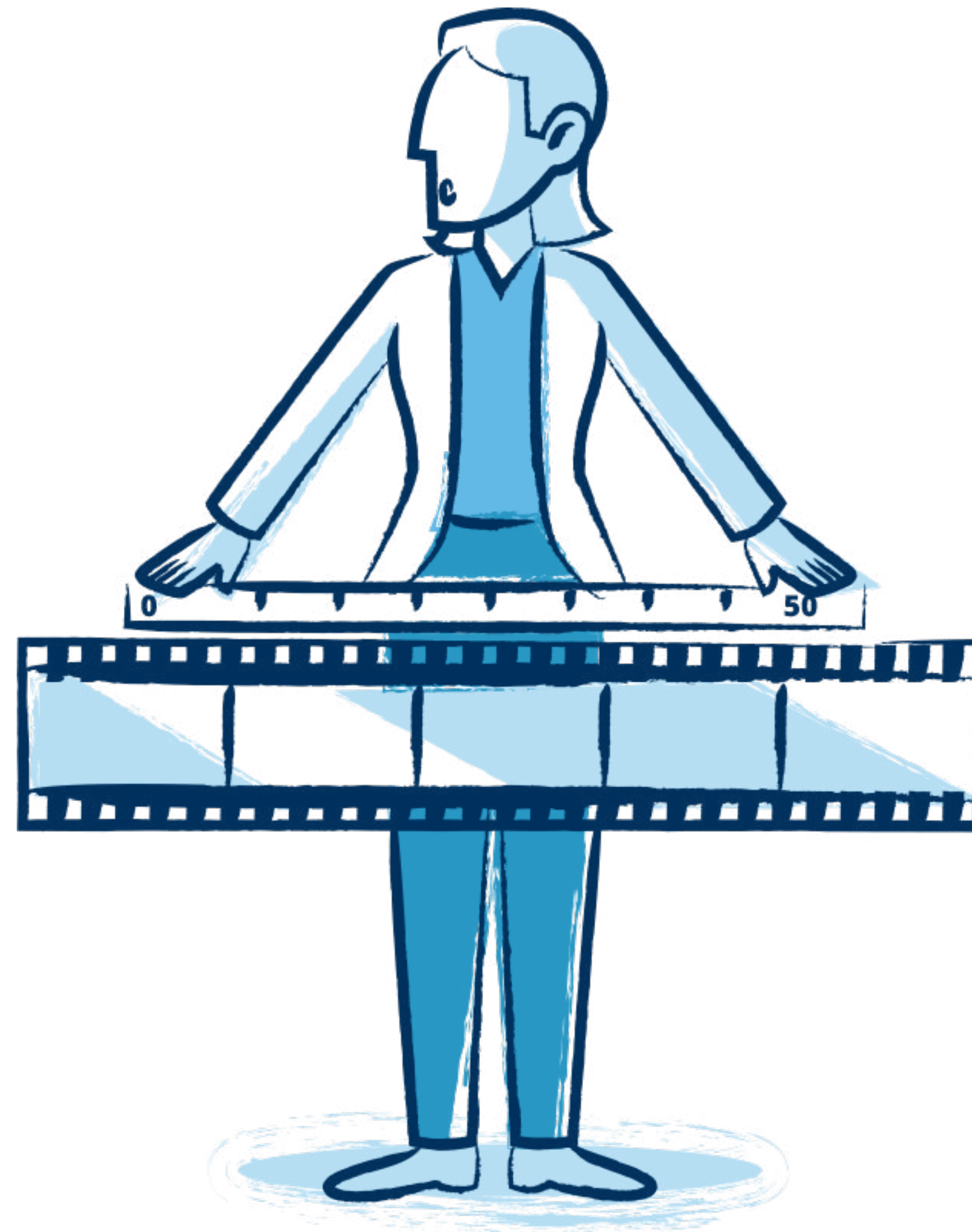
# DOCH WIE WIRD MAN AUF YOUTUBE ERFOLGREICH?

WELCHE VERSICHERER SETZEN ERKLÄRVIDEOS EIN?

WELCHE THEMEN EIGNEN SICH FÜR ERKLÄRVIDEOS?

WAS SIND DIE ERFOLGSFAKTOREN FÜR ERKLÄRVIDEOS?

# BEISPIEL: DIE TYPISCHE LÄNGE DER ERKLÄRVIDEOS



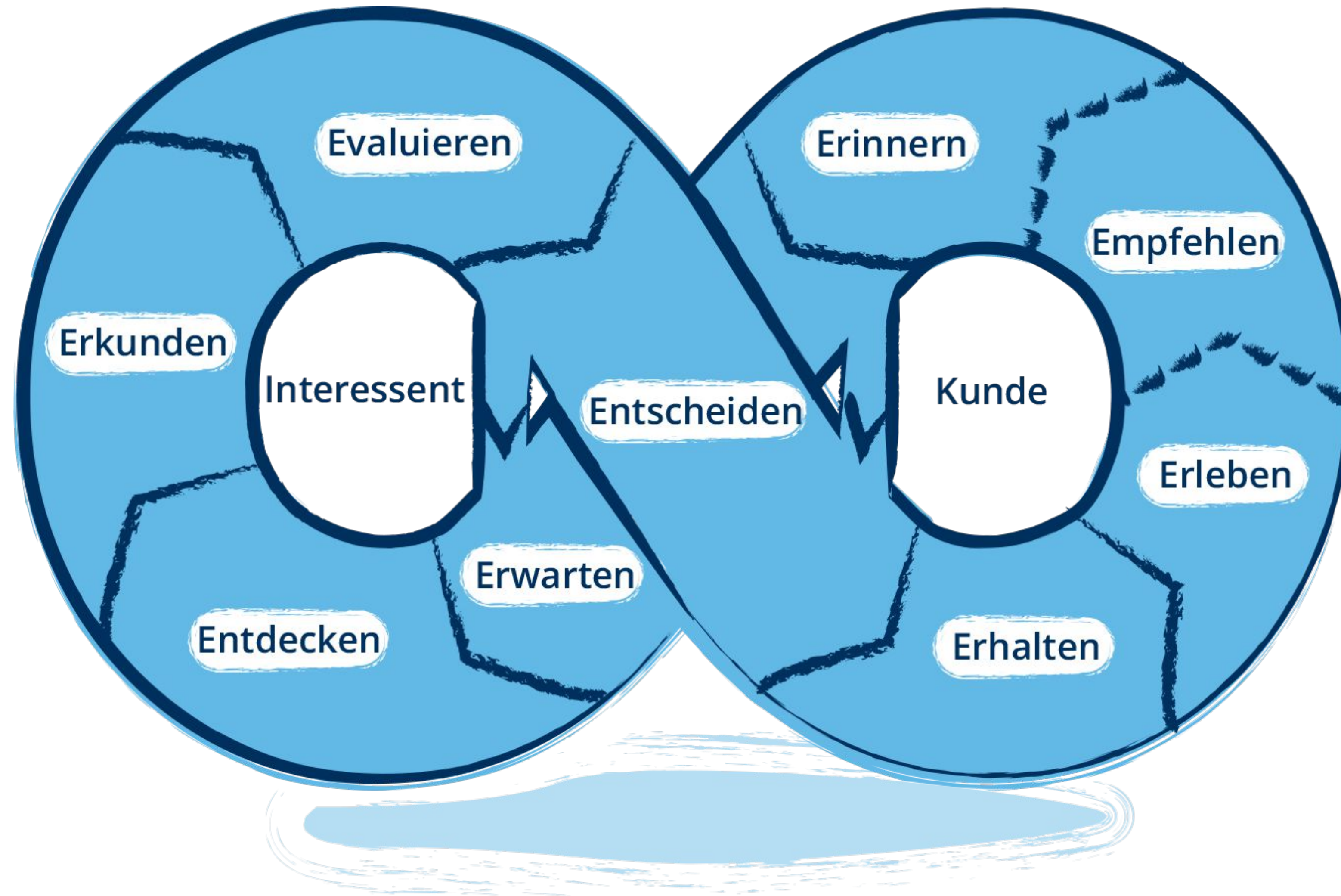
# BEISPIEL: GENUTZTE STILE



- ▶ Whiteboard
- ▶ Cut-Out
- ▶ 2D-Animation
- ▶ 3D-Animation
- ▶ Kinetic-Typography
- ▶ Motion-Graphics
- ▶ Screencasts
- ▶ Stop-Motion
- ▶ Live-Action



# BEISPIEL: NUTZUNG IN DER CUSTOMER JOURNEY

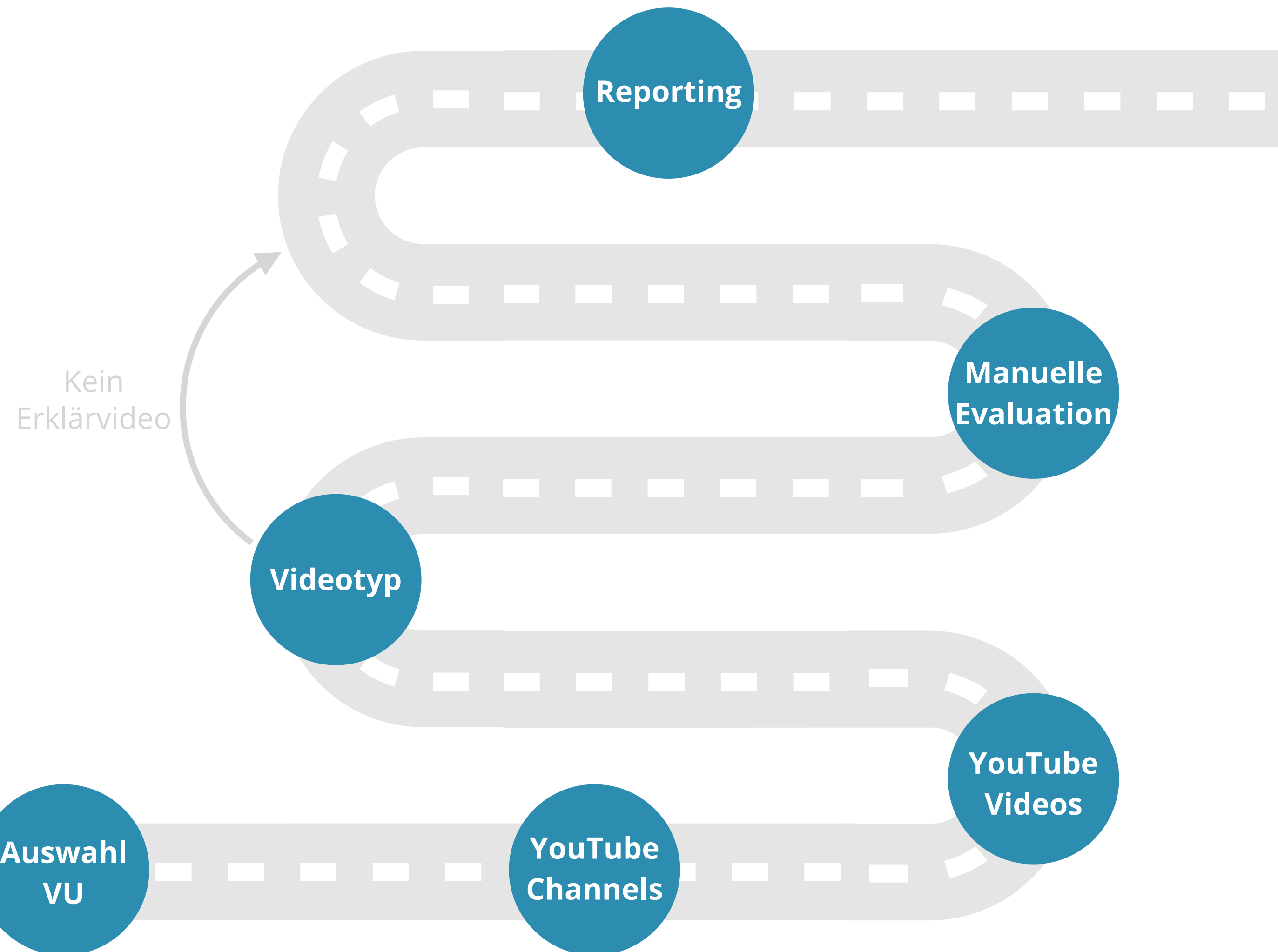


# BEISPIEL: WELCHE PRODUKTE WERDEN DARGESTELLT?

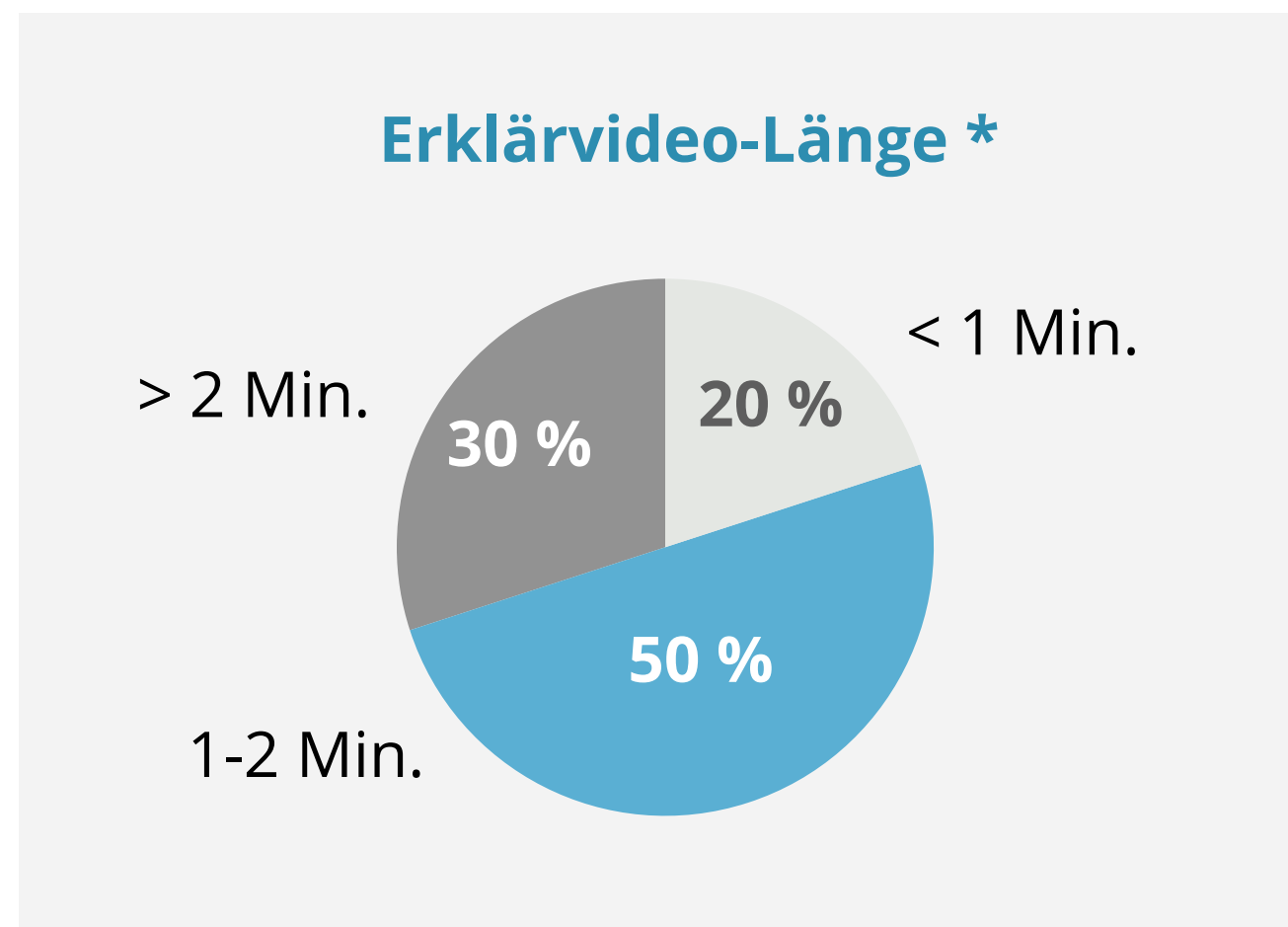


- ▶ Hausratversicherung
- ▶ KfZ-Versicherung
- ▶ Rentenversicherung
- ▶ Krankenversicherung
- ▶ BU-Versicherung
- ▶ Reiseversicherung
- ▶ Rechtsschutzversicherung
- ▶ Lebensversicherung
- ▶ ...

# DER WEG ZUR ERKLÄRVIDEO-STUDIE



# QUANTITATIVE + QUALITATIVE AUSSAGEN



\* Keine realen Zahlen



\* Keine realen Zahlen

# WARUM SOLLTET IHR AN DER STUDIE TEILNEHMEN?

1

KOMPLETTE MARKTTRANSPARENZ ÜBER DIE YOUTUBE-AUFTRITTE DER DEUTSCHEN VERSICHERUNGEN

2

STRATEGIE DER WETTBEWERBER MIT ALLEN ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZUM ERFOLG AUF YOUTUBE

3

PRAKTISCHE TIPPS UND HINWEISE FÜR DIE OPTIMIERUNG DER EIGENEN ERKLÄRVIDEOS

+

BESTIMMT SELBST DIE KRITERIEN MIT!