

Tubics

Markteinführung einer SaaS Lösung zur Optimierung von YouTube Kanälen von Unternehmen

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 3. Ausschreibung	Status	abgeschlossen
Projektstart	01.03.2017	Projektende	28.02.2019
Zeitraum	2017 - 2019	Projektlaufzeit	24 Monate
Keywords	SaaS, YouTube, Social Media Tools, Social Media Analytics, Publishing Tools, YouTube Optimierung		

Projektbeschreibung

Eine große Mehrheit von mittelständischen und großen Unternehmen weltweit setzt in ihrer Kommunikation auch und immer mehr auf Videos und besitzt einen eigenen YouTube-Kanal. Doch die meisten Unternehmen nutzen das Potential von YouTube heute noch zu wenig aus. Vielen ist bewusst, dass bei ihrem YouTube-Kanal Optimierungsbedarf besteht, jedoch ist das dazu notwendige Wissen intern nicht vorhanden und eine externe Lösung über Beratungsagenturen teuer und zeitaufwändig.

Die Online-Software (SaaS Software as a service) Tubics bietet Unternehmen die Möglichkeit:

- Videos strukturiert und effizient zu publizieren,
- schnell und einfach die wichtigsten Kennzahlen zu ihrem Kanal abzurufen,
- die Kennzahlen im Vergleich mit Mitbewerb und den Branchenstandard zu benchmarken,
- automatisierte Handlungsempfehlungen zur Kanaloptimierung zu erhalten
- und diese Empfehlungen direkt innerhalb der Software umzusetzen.

Derzeit gibt es bereits mehrere Prototypen zur automatisierten Erstellung von YouTube-Kanal-Reports sowie Screendesigns und einen detaillierten Click-Dummy als Basis für die Programmierung der SaaS Plattform. Technische anspruchsvolle Fragen der Datenaggregation und -berechnung sind bereits in den Prototypen gelöst. Die Entwicklung des Front- und Backends der SaaS Plattform ist noch offen.

Tubics positioniert sich als global vermarktbare Enterprise Software mit monatlichen Lizenzpaketen ab 580 EUR. Der Fokus in der Vermarktung liegt auf Direktvertrieb, anfangs durch die GründerInnen selbst, dann durch ein kontinuierlich wachsendes Vertriebssteam, sowie durch Partneragenturen, die Vertriebsprovision erhalten. Zur Unterstützung des Vertriebs und Stärkung der Marke wird ein Content-Marketing-Programm rund um die Optimierung von YouTube-Kanälen eingesetzt.

Mit Hilfe der Förderung AT:net soll auf Basis der vorhandenen Prototypen die Entwicklung des ersten marktfähigen Produkts getestet und fertiggestellt werden und bis Ende 2018 bei mindestens 50 Unternehmen im DACH Raum platziert werden.

Abstract

A majority of medium-sized and large companies globally already use videos as a part of their marketing and communication strategy and own at least one YouTube channel. But most companies still aren't able to use YouTube's huge marketing potential.

Most organisations are aware that there is much room for improvement concerning their YouTube marketing, but often they don't have the necessary inhouse knowledge and resources and external consulting agencies are expensive and time consuming.

The online software (SaaS, Software as a service) enables companies to:

publish their videos in a structured and efficient way,
get a quick and easy overview of their most important channel and video KPIs,
benchmark their KPIs to their competitors and industry average,
get automated individualised tweaks how to optimize their channel,
and directly manage these optimization measures within the software.

Tubics already developed several prototypes in order to analyse and benchmark YouTube channels and automatically create YouTube channel reports. There is also a detailed click dummy as a base for developing the SaaS platform. All technical questions regarding data aggregation and data processing are solved within the prototypes, but the development of the front-end and back-end for the SaaS platform as well as several tests still have to be done.

Tubics is a globally marketable enterprise software with software licence packages starting from 580 EUR. Concerning the Go-to-Market strategy the focus lies on direct sales. In the beginning the sales process will mainly rely on the founders. Starting in 2018 there should be a continually growing sales team as well as partner agencies which serve as distribution partners and get sales provisions. In order to support the Tubics brand and generate sales leads there will be a content marketing programme dealing with YouTube optimization topics.

With the help of the FFG AT:net grant the tubics solution should be further tested, developed and a Go-to-Market strategy launched. The sales goal is to acquire 50 paying customers within the DACH region until the end of 2018.

Projektpartner

- tubics GmbH