

## Global Analytics

Globale Markteinführung "Bitmovin Analytics"

<b>Programm / Ausschreibung</b>	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 4. Ausschreibung 2017	<b>Status</b>	abgeschlossen
<b>Projektstart</b>	01.02.2018	<b>Projektende</b>	31.07.2019
<b>Zeitraum</b>	2018 - 2019	<b>Projektlaufzeit</b>	18 Monate
<b>Keywords</b>	Video Analytics, Quality of Service Monitoring		

### Projektbeschreibung

Ausgehend davon, dass das Produkt „Bitmovin Analytics“ in seiner jetzigen Form, aufgrund des Prototyp-Status, einen geringen Bekanntheitsgrad aufweist und nur von ausgewählten Kunden produktiv bzw. testweise genutzt wird, sollen die geplanten Maßnahmen dieses Projektes eine erfolgreiche globale Markteinführung ermöglichen.

Grundsätzlich befindet sich der Prototyp des Produktes „Bitmovin Analytics“ in einer stabilen und ebenfalls an den End-User vertriebsfähigen Version. Aktuell testen verschiedene Unternehmen wie Twitter, Pro Sieben, Telekom Slovenia, Fubo.TV erfolgreich Bitmovin Analytics. Diese Testkunden sollen im Idealfall zu Produktivkunden werden und mittels Case-Studies und Kundenreferenzen weiteres Marketing ermöglichen. Die Implementierung des Produktes erfolgt entweder seitens des Unternehmens maßgeschneidert, oder bietet die Möglichkeit selbst von potentiellen Kunden erfolgreich durchgeführt zu werden. Der Kundenfokus liegt hier klar auf Kunden mit Software-Development-Background, die ein API-basierendes Video-Analyse-System mit Echtzeit-Auswertung anstreben.

Aktivitäten zur Markteinführung stellen derzeit unter anderem die Marktentwicklung insbesondere der Erstellung der Preispolitik, sowie der Kommunikationsstrategie dar. Die Vertriebsmöglichkeiten sind aufgrund des Dienstleistungsfokus des Unternehmens (B2B / B2C) für Online-Software Services bereits mittels eines eigenen Kunden-Portals vorhanden und sollen für dieses Produkt ebenfalls verwendet werden.

Die vorgesehenen Entwicklungstätigkeiten beinhalten den Ausbau der Kommunikations- und Brandingstrategie mit einer erhöhten Fokussierung auf Traffic-Steigerung, „Lead Generation“ und dadurch Gewinnung potentieller Neukunden. Des Weiteren soll die Identifizierung und Nutzung weiterer Marketing-Kanäle forciert werden, was insbesondere den Ausbau des Online-Advertisements und der Kampagnenerstellung beinhaltet. Davon erwartet man sich eine erhöhte Reichweite sowie ein höheres Engagement. Des Weiteren sollen vermehrt Werbematerialien designed (entweder inhouse oder outsourced) werden um die USP des Produktes „Analytics“ bestmöglich auf internationalen Messe-Events, welche von Bitmovin besucht werden, hervorzuheben als auch dem internen Sales-Team für etwaige Gespräche mit potentiellen Kunden zur Verfügung zu stehen. Dadurch soll eine sehr gute Position am Markt gegenüber Mitbewerbern erreicht werden.

Eine ständige Kontrolle zur Zielerreichung soll softwareunterstützt im gesamten Prozess eingeführt werden, sodass eine direkte Messung des Erfolges einzelner Marketingkanäle bzw. Maßnahmen möglich ist. Die daraus gewonnenen Findings

sollen als Grundlage für weitere Entwicklungsmaßnahmen hinsichtlich Marketing- und Vertriebsmaßnahmen dienen.

## **Abstract**

Based on the current stage of the product “Bitmovin Analytics”, its low degree of recognition and the very small amount of productively or test-wise using customers, the planned measures of this project have the goal to enable a successful global market launch.

Basically the prototype of the product “Bitmovin Analytics” is in a stable version which is already available for the end-user. The general implementation of the product is either tailor-made by Bitmovin but also offers the possibility to be carried out successfully by the potential customer itself. The customer focus is clearly on developers who are looking for an API-based video analysis system with real-time evaluation possibilities.

Current market launch activities, in particular, include the development of the general pricing policy as well as the communication strategy. The billing system for the product is already in place and usage for other products and will also be used for the prototype/product.

The planned development activities include the expansion of the communication and branding strategy with an increased focus on traffic and lead generation. In addition the identification and usage of additional marketing channels is one goal for the project. Especially in regards of online advertising as well as online campaigns. This is expected to result in an increased range as well as a higher level of commitment (eg in social media channels).

Additionally more advertisement material will be designed (either in-house or outsourced) in order to highlight the USP of the “Bitmovin Analytics” product at international events, which will be visited by Bitmovin. They will also be used for the internal sales team to provide information for possible discussions with potential customers. Overall goal here is to achieve a very good position on the market against any competitors.

Another focus is to implement a continuous monitoring process so that a direct measurement of the success of individual marketing channels or measures is possible. The resulting finds will serve as a basis for further development in our marketing- and sales processes.

## **Projektpartner**

- bitmovin GmbH