

Tipps &

Infos

für deine
erfolgreiche
Video-
Strategie

\$



Video



Radin.de

Inhalt



Interessante Fakten & Statistiken	3
Kraftvolle Videos	5
Impulse für Content-Ideen	9
Fragen-Sammlung	11
Ideen für Handlungsaufforderungen	15
Strategie & Umsetzung	16
Content Recycling	22
So kann ich dich unterstützen	23



Interessante Fakten & Statistiken

- 86 % der Unternehmen nutzen Videomarketing
- 93 % davon sagen, dass Videomarketing einer der wichtigsten Aspekte ihres Marketings ist
- 84 % der Verbraucher geben an, dass Marketingvideos sie oft überzeugen, zu kaufen
- 75 % aller Videos werden auf Mobilgeräten abgespielt
- wenn Text- und Video-Optionen auf der selben Seite angeboten werden, würden 72 % das Video wählen



Fakten & Statistiken

- Live-Video-Format auf facebook erzielt 6x mehr Interaktion als reguläre Videos
- es ist doppelt so wahrscheinlich, dass Videos mit Freunden geteilt werden im Vergleich zu Text
- Youtube ist die 2. Wichtigste Suchmaschine
- 2/3 deiner Kunden werden das Video ein 2. Mal ansehen, wenn es interessante Inhalte bereit hält
- ein 1-minütiges Video hat den Wert von 2 Millionen Wörtern
- unser Gehirn verarbeitet Videos bis zu 60.000 Mal schneller als Text



Kraftvolle Videos

Willkommensvideo

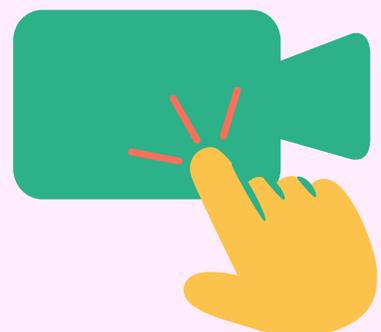
- auf der Webseite
- ersten guten Eindruck hinterlassen
- Ziel: das Gefühl geben, dass sie bei dir richtig sind

Produktpräsentation

- ggf. wie funktioniert dein Produkt/ deine Leistung
- wie hilft das Produkt/ die Dienstleistung deinem Kunden
 - wo stehen sie am Anfang und wo am Ende (welche Transformation gibt es?)
- Gefühl auslösen, was mit dem Endergebnis verbunden ist, was dein Kunde erreichen will

Häufig gestellte Fragen

- vermitteln von wichtigen Infos
- pro Frage ein Video oder ein gesammeltes Video
- zeigt deine Expertise
- entlastet dich
(weniger Rückfragen)



Kraftvolle Videos

Testimonial = Bewertung deines Kunden

- 3-4 Fragen zum Produkt/ der Leistung in einem Video beantworten
- Kundenstimmen in Videoformat sind viel wirksamer als schriftliche Referenzen
- stärkt das Vertrauen zum Anbieter

Erfolgs-Story

- welche Transformation wurde durchlaufen?
- Geschichten sind leichter zugänglich und machen neugierig, wie das Ende ist
- kann inspirieren und das Bedürfnis wecken, das gleiche Ergebnis erzielen zu wollen
- schafft Vertrauen & stärkt den Expertenstatus

Erklär-Videos

- etwas zeigen oder demonstrieren
- zB. nach dem Kauf die nächsten Schritte
- verstärkt Experten-Status
- erspart die 1:1 Erklärungen



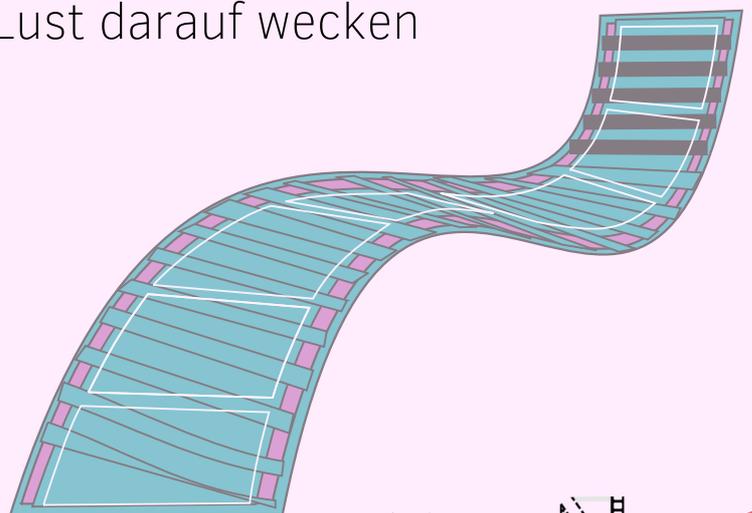
Kraftvolle Videos

Danke-Video

- eingebunden in einen Newsletter
- nach einer Anmeldung/ Buchung
- nach einem Kauf
- für die Handlung und das Vertrauen danken und weitere Details/ Schritte mitteilen
- es baut die bestehende Verbindung aus und verstärkt das gute Gefühl nach der Handlung

Live-Video-Format

- zB. ein Interview oder zu einem bestimmten Thema
- zB. auf facebook ermöglicht die Interaktion mit den Kunden und stärkt damit das Vertrauen und die Beziehung
- Ankündigung & Lust darauf wecken



Kraftvolle Videos



Video-Blog (Vlog)

- periodische Videos
- unterstreicht Authentizität & Transparenz und schafft Vertrauen & kann dazu dienen, die Interessenten und Zuschauer zu Kunden zu machen und die bestehenden Kunden an sich zu binden
- mögliche Inhalte
 - persönliche Geschichten
 - Berichte aus dem Urlaub
 - Trends zeigen (Beauty, Fashion, Lifestyle, Wirtschaft, Politik, Gesellschaft, ...)
 - Produkte (die eigenen Produkte zeigen oder als Kunde beim Auspacken)
 - Tutorials/ Erfahrungsberichte
 - Interviews oder Talkshows/Podiums-Diskussion
 - Erklärungen oder How-To
 - Kurse
 - Lehr-Videos

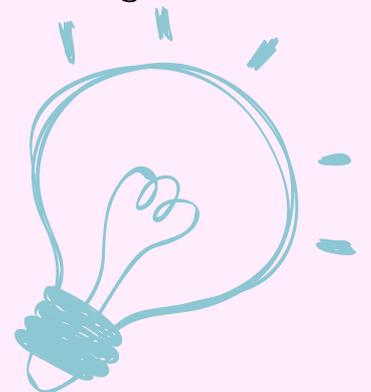
Impulse für Content-Ideen

- Veröffentliche in den sozialen Medien eine gute Mischung aus Expertenwissen, Persönlichkeit und geh in gezielte Interaktion mit deiner Zielgruppe
- **Highlights**
 - welche Wochen-, Monats, Quartals- oder Jahres-Highlights möchtest du teilen
- **Kunde im Mittelpunkt**
 - Was will deine Zielgruppe? (Marktrecherche)
 - Was bewegt deine Zielgruppe?
 - Was wollen sie unbedingt wissen? Was interessiert sie?
 - inspirierende Geschichten von deinen Kunden
 - Erfahrungen & Erkenntnisse & Beobachtungen teilen (eigene und von Kunden)
 - Themen, die im Alltag aufkommen
 - Situationen aus der Vergangenheit
 - Zielgruppe nach Themen fragen
 - zB. in den Kommentaren
 - Umfrage erstellen



Content-Ideen

- an den verschiedenen Bewusstheits-Stationen abholen
 - der Kunde weiß noch nicht, dass er ein Problem hat, was du lösen kannst
 - der Kunde kennt sein Problem, aber weiß die Lösung noch nicht
 - der Kunde hat schon Ideen für Lösungsansätze, aber weiß nicht genau, was er will
 - der Kunde weiß, was er braucht, aber ist nicht sicher, wer der beste Anbieter ist
 - der Kunde weiß, dass er dein Produkt braucht und du die richtige Person bist, aber noch nicht bereit zu kaufen
 - Frage dich; dein idealer Kunde kauft (noch) nicht, weil
- Stelle dir pro Bewusstseins-Stufe diese Fragen:
 - Dein idealer Kunde...
 - ... weiß noch nicht
 - ... muss begreifen ...
- Was sind typische Stolpersteine?
- Größte Fehler
- Was hat dein Kunde davon, wenn er dein Produkt verwendet?



Fragen-Sammlung



1. Was machst du?

- > Welche Hauptprodukte bietest du oder deine Firma an?
- > Welche Dienstleistungen bietest du oder deine Firma an?
- > Was sind die Kernkompetenzen?
- > Welche Probleme werden gelöst?
- > Was bewirkt deine Arbeit?
- > Was macht deine Firma aus?
- > Welche Werte lebt deine Firma in Bezug auf deine Angebote?

2. Was motiviert dich?

- > Was ist dein "Warum" für dein Business?
- > Welche inneren Antreiber hast du?
- > Was lässt dich jeden Morgen aufstehen?
- > Was genau an deinem Job erfüllt dich?
- > Was bringt/gibt dein Job dir?
- > Wofür lohnt es sich für dich persönlich, deine Leistung anzubieten?

3. Welche Erkenntnis von dir könnten interessant sein?

- > Welchen deiner Fehler können Andere vermeiden?
- > Aus welcher Herausforderung hast du etwas Wichtiges gelernt?
- > Hast du eine besondere Erkenntnis zu einer Herausforderung, die du bereits gemeistert hast?
- > Gab es eine besondere Erkenntnis, die dir dein Leben jetzt leichter macht?
- > Gab es ein bestimmtes Buch, was deine Arbeitsweise von Grund auf verändert hat und zu einer Transformation geführt hat, die du auch anderen wünschst?
- > Gab es einen bestimmten Kurs/Ausbildung, die dich auf deinem Weg einen großen Sprung nach vorn hat machen lassen?
- > Gab es in deinem Berufsalltag Situationen, aus denen du gelernt hast und dieses Wissen auch für andere hilfreich sein könnte?
- > Was hast du erlebt, wovon du erzählen kannst?

Fragen-Sammlung

4. Wie fing alles an?

- > Wie kam es zu der Gründung deines Unternehmens?
- > Wie war die Entstehungsgeschichte?
- > Was hat dazu geführt, dass die Firma gegründet wurde?
- > Ist etwas bestimmtes passiert?
- > Wann wurde deine Firma gegründet?
- > Was war der Auslöser für die Gründung?
- > Wie hat alles angefangen und sich weiter entwickelt?
- > Wer war am Anfang an deiner Seite?
- > Wie hat sich deine Startphase gestaltet?
- > Was hat dir geholfen, die ersten Herausforderungen zu meistern?



5. Wem lieferst du einen Mehrwert?

- > Wer soll deine Dienstleistung kaufen?
- > Warum sollten ausgerechnet deine Produkte gekauft werden?
- > Für wen sind deine Angebote interessant und warum sollten sie gerade bei dir kaufen?
- > Wer ist deine Zielgruppe und warum kannst du gerade diesen Personen helfen?
- > Warum hast du dich für diese Zielgruppe entschieden?
- > Was ist dein Alleinstellungsmerkmal?
- > Wie passen deine Kompetenzen zu deiner Zielgruppe?
- > Wie passt dein "Sein" zu deiner Zielgruppe?
- > Was ist dein wichtigstes Verkaufsargument?
- > Wie könnten Andere dich ins Gespräch bringen? Was wäre ein guter Aufhänger oder Einstieg?
- > Wenn die Zuschauer des Videos xy bei anderen beobachten, kannst du dann wie genau weiter helfen?
- > Wofür stehst du?
- > Was machst du anders als andere in deiner Branche?
- > Wovon grenzt du dich ab?

Fragen-Sammlung

6. Was ist dir mal Besonderes passiert?

- > Hast du eine interessante Geschichte von deiner Kund*in?
- > Hast du ein besonderes Beispiel, wie du einem Kunden weiter helfen konntest?
- > Gab es beeindruckende "Zufälle", die dir widerfahren sind?
- > Gab es eine Begebenheit, die dein Leben oder das Leben deiner Kunden verändert hat?
- > Was ist vorgefallen, was viel Tiefe hatte oder dich tief berührt hat?
- > Gibt es eine Geschichte, die Material für ein Kino-Film wäre?

7. Hast du eine lustige Geschichte?

- > Gab es mal ein lustiges Missverständnis?
- > Gab es mal eine "absurde" Situation?
- > Vielleicht gab es einen lustigen Moment, der dir geholfen hat, alles mit mehr Leichtigkeit zu sehen?
- > Was war das Lustigste, was dir passiert ist?
- > Wann hat dir Humor beim Business mal besonders geholfen?
- > Vielleicht möchtest du einen besonders guten Witz aus deiner Branche erzählen, der auf humorvolle Weise auf eine bestimmte Problematik hinweist?

8. Warum bist du dein Geld wert?

- > Was für ein Aufwand steht hinter deiner Dienstleistung? (Mach transparent, was sich deine Kunden durch dich ersparen können)
- > Welchen Mehrwert lieferst du genau zB. welche konkreten Aktionen, die zur Zeitersparnis führen, übernimmst du?
- > Was bringst du mit, dass gerade Du die Richtige bist?
- > Wie sieht dein Alltag aus?
- > Welche Aktionen unternimmst du für deine Kunden?
- > Wie viel Geld können sich deine Kunden dank dir sparen?
- > Mach deutlich, warum dein Angebot keine Kosten verursacht, sondern eine Investition ist.

Fragen-Sammlung

9. Welchen Praxistipp kannst du mitgeben?

- > Welche kleine Aktion können die Zuschauer heute noch erledigen?
- > Welche Frage kann zum Reflektieren anregen und damit zur Transformation?
- > Welche Routine kannst du besonders empfehlen?
- > Welchen einfachen Tipp können die Zuschauer in überschaubarer Zeit umsetzen?
- > Hast du einen besonderen Hinweis aus deiner Branche?
- > Was für eine kleine einfache Handlung kann für die Lösung welches Problems unternommen werden?
- > Womit können sich die Zuschauer mehr beschäftigen, wenn sie sich deinem Thema nähern wollen?
- > Ggf. gibt es etwas, was deine Kunden schon lernen können, bevor sie zu dir kommen?
- > Wenn du nur eine Weisheit von deinem Bereich jemand mit auf den Weg geben könntest, was wäre das genau und welche konkreten Schritte können unternommen werden?



Ideen für Handlungsaufforderungen

- auf ein kostenloses Produkt verweisen (Freebie)
- komm in unsere Gruppe für mehr Infos (Telegram, facebook, Whatsapp)
- weiterleiten zum Angebot/ Produkt / Abonnement
- auf das Profil leiten/ Link in der Bio
 - einfache Frage stellen & sollen in den Kommentaren antworten zB. wer will ... erreichen, der soll „ja“ in den Kommentaren schreiben
- teile in deiner Story
- Folge mir für mehr Tipps
- Beratungsgespräch
- auf weitere Inhalte verweisen (zB. Lust auf Videos oder Blogbeiträge zu einem ähnlichen Thema machen)
- kontaktiere mich direkt
- like, speichern
- Schreib in den Kommentaren, wozu ich ein Video machen soll/ was euch interessiert/ welche Fragen ihr an mich habt
- gib einen Grund, wieder zu kommen/ mach neugierig
- teilen & markieren → für wen ist es noch interessant oder hilfreich sein könnte
- Gerne mit mir vernetzen
- nimm an meiner Umfrage teil



Strategie & Umsetzung

- es ist strategisch sinnvoll seine Inhalte zu planen
 - nutze das Setup, wenn schon alles zum Filmen vorbereitet ist und du den nötigen Fokus hast
 - schaff dir einen entspannten Arbeits-Flow, indem du mehrere Wochen im Voraus die Inhalte planst und produzierst
 - gute Balance zwischen Qualität und Quantität finden
- Regelmäßigkeit fest legen
- für Content Creators: am besten immer der gleiche Tag & die gleiche Zeit (finde heraus, was auf welcher Plattform die beste Zeit ist – wann ist deine Zielgruppe online?)



Strategie & Umsetzung

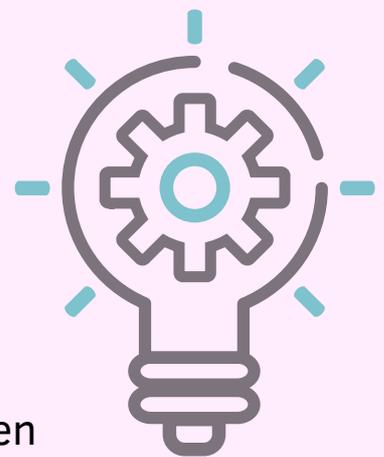
1. Rahmen fest legen

- Art des Videos
- Definiere deine Zielgruppe & welche Botschaften du vermitteln möchtest
 - welche Interessen & Bedürfnisse gibt es
 - passende Botschaften dafür
- beachte deine Positionierung
- Kenne deine Ziele und überlege dir, wie du das gewünschte Resultat erreichen kannst
 - Was soll das Video bewirken?
 - Einkommen erzielen
 - Werbung für ein bestimmtes Produkt/ bestimmte Dienstleistung
 - Wissen & Informationen vermitteln
 - Fakten
 - Bewusstheit über etwas schaffen
 - bring etwas Neues bei
 - Likes
 - Geschäftsbeziehung aufbauen
 - besser gefunden werden (SEO boosten)
 - viral gehen
 - Reichweite aufbauen
 - mehr Besucher/ Bewegung auf deiner Seite (Traffic erhöhen)



Strategie & Umsetzung

- potentielle Kunden anlocken (Leads generieren)
 - Markenbewusstsein stärken oder die Zielgruppe an sich binden
 - Aufbau einer Community
 - Vertrauen & Loyalität aufbauen
 - Glaubwürdigkeit/ Autoritäts-Status erhöhen
 - Expertenstatus auf einer Messe demonstrieren
 - Zeitersparnis verschiedener Prozesse
 - Erklär-Videos
 - nächste Schritte
 - Emotionen wecken
 - berührend
 - humorvoll
 - fesselnd & spannend sein?
 - interne Zwecke
 - neue Mitarbeiter/ Fachkräfte anlocken
 - einfach nur dein Hobby ausleben
- auf welchen Plattformen erreichst du deine Zielgruppe?
 - Länge
 - abhängig vom Inhalt, aber lieber kurz als lang



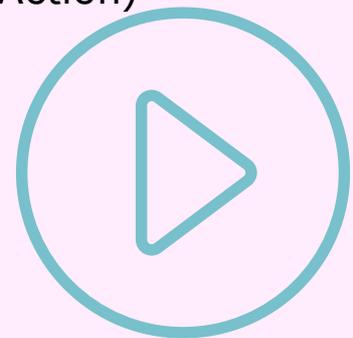
Strategie & Umsetzung

2. Konzeption

- Inhalt
 - Themenfelder festlegen
 - mach eine Keyword-Recherche
 - Mach eine Hashtag-Recherche
 - Content-Ideen erstellen
 - in jeder Phase, wo sich der Kunde in seiner Bewusstheit befindet, abholen
 - analysiere, welchen Weg dein Kunde durchläuft, um vom Interessent zum Kunden zu werden (Customer Journey) → für jede Stufe passende Inhalte
 - Handlungsaufforderung (CTA - Call to Action)

3. Produktion

- gute Vorbereitung
 - was braucht es alles
 - ggf. Skript schreiben oder Notizen
 - Intro (worum geht es & neugierig machen)
 - Haupt-Teil
 - Handlungs-Aufforderung
 - Outro (Zusammenfassung ggf. Ankündigungen)
 - Setting vorbereiten
 - Rahmen für einen guten Fokus schaffen

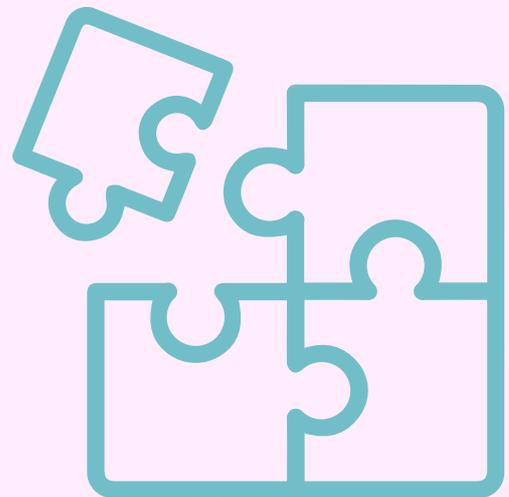


Strategie & Umsetzung

- Gutes Bild & guter Ton
 - die Technik wie eine hochwertige Kamera ist nicht wichtig
 - achte auf ein gutes Bild
 - klarer und leicht verständlicher Ton
 - ggf. Hintergrundmusik hinzufügen
 - Untertitel hinzufügen (die meisten Nutzer schauen auf dem Handy)
- beachte dein Branding (nutze deine Schriftart, Farben & Logos, Bildsprache, Musik, usw.)

4. Verteilung an die Zielgruppe

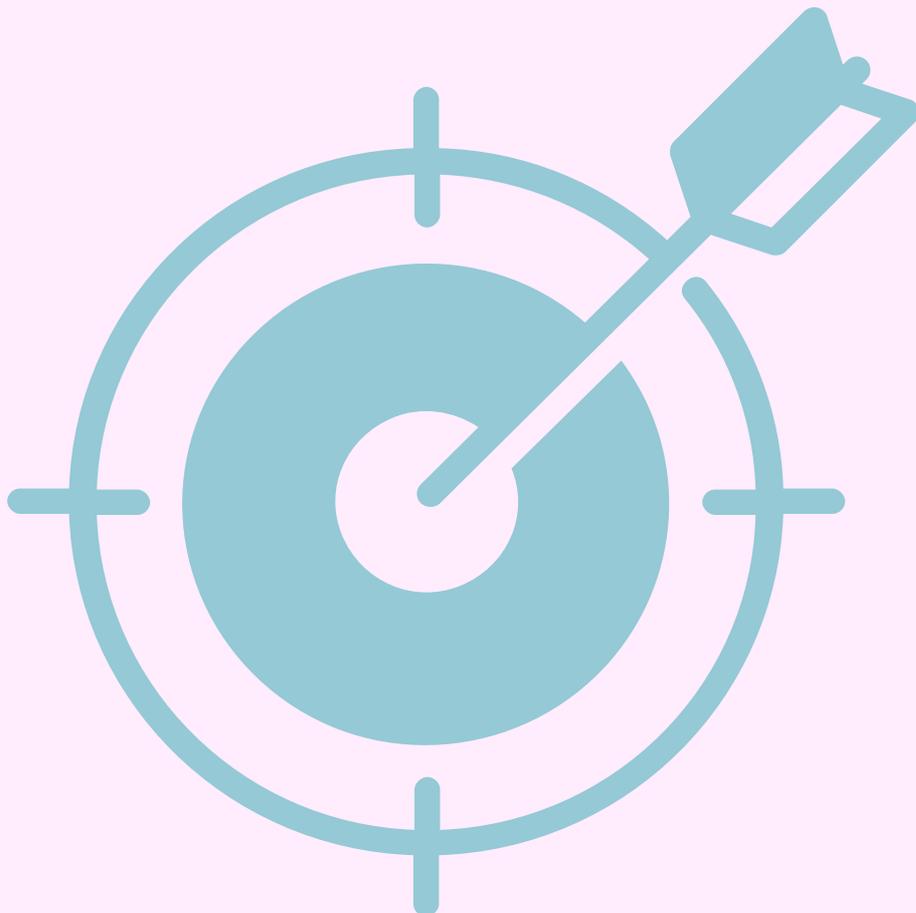
- Marketingkanäle
 - Webseite
 - youtube
 - Social Media
 - E-Mail-Marketing
 - Pressearbeit
- ggf. vorherige Ankündigung
- bei den meisten Plattformen sind die ersten 24 h wichtig:
 - sei präsent und reagiere auf Kommentare ggf. starte eine Unterhaltung
 - markiere Personen, für die diese Inhalte interessant sein könnten oder Unterstützer aus deinem Netzwerk
 - ggf. aus einem Video anschließend mehrere Inhalte erstellen (Content Recycling)



Strategie & Umsetzung

2. Reflektion/ Evaluieren

- Was kann beim nächsten Mal optimiert werden?
- Wurden die Ziele erreicht?
 - Analyse-Tools nutzen, um die Ergebnisse besser messen zu können und ggf. Anpassungen vornehmen wie den Titel mit relevanteren Suchwörtern anpassen, usw.



Wieder verwenden von Inhalten: Content Recycling

- Vorteil: verschiedene Sinne ansprechen, damit die Zielgruppe auch auf anderen Kanälen erreicht werden kann
- auf diese Art ist es leichter eine gewisse Frequenz von Beiträgen zu gewährleisten

So kannst du dein Video wieder verwenden

- in Text-Form als:
 - Newsletter
 - Blogbeiträge
 - mehrere Blog-Beiträge können zu einem e-Book werden
 - E-Mail-Kampagne
- (Info-)Grafik
- kleine Teilbereiche wieder verwenden (Micro-Content)
 - kleine Ausschnitte von Videos als Reel, Short oder TikTok-Video
 - sollten einen Mehrwert haben:
 - informativ (Wissen vermitteln)
 - inspirierend
 - unterhaltend
- Video-Werbung (Ads)
 - geeignet dafür
 - Produkt-Demo
 - virale Videos
 - Geschichten & Fallbeispiele
 - Micro-Content



Content Recycling

- Podcast
 - Audiospur vom Video komplett
 - kurze Sequenzen als mehrere Podcast-Folgen
- Präsentation
 - Teile von einem Video in einer Präsentation nutzen
 - Kernaussagen aus dem Video verwenden
- digitales Produkt daraus erstellen (Freebie oder kostenpflichtig)
 - Webinar (Ausstrahlung nur zu einer bestimmten Zeit möglich)
 - Master Class (langes Video)
 - Online-Kurs (Inhalte in Kurseinheiten aufteilen)
- Instagram Karussell
 - bekommt 5% - 10% mehr Reaktionen als ein normaler Post
 - jeder Slide kann ein Foto/ Grafik oder 1 Minuten-Video sein
- Linked-In Post
- Tweet
- Story
- Pinerest-Pin
 - kann neue Leute auf deine Seite bringen
 - auch Videos 15 – 60 Sekunden werden immer beliebter
- alte Inhalte wieder verwenden (keiner merkt das!)
- Update zu alten Inhalten, die eine gute Reichweite erzielt hatten
 - vielleicht gibt es neue Erkenntnisse
 - neue Ereignisse
 - neue Dinge hinzufügen
 - veraltete Infos löschen

CONTENTS

videocutterin

Welche Videos schneide ich?



VLOG

Du erstellst regelmäßige Inhalte und benötigst jemand, der die Videos für dich schneidet und aufwertet?

- einfache Farbkorrektur
- einfache Soundkorrektur
- Hintergrundmusik (vom Kunden zur Verfügung gestellt)
- einfache Grafiken einbinden
- Greenscreen-Elemente verwenden



ONLINE-KURS

Du brauchst noch einen Cutter für deinen Video-Kurs?

- Content Recycling (kurze Sequenzen für die Wiederverwendung in deinen Social-Media-Kanälen)
- Text erstellen: Inhalt zusammen fassen
- Veröffentlichung auf den Social-Media-Plattformen
- dein Podcast-Inhalt für YouTube aufbereiten



REFERENZ- ODER HIGHLIGHT-VIDEOS

Du möchtest aus viel Material ein schönes kurzes aussagekräftiges und emotionales Video haben?

- Versprecher entfernen
- Audiospur extrahieren z.B. für Podcast
- Musiksynchronität
- Intro & Outro

Was kann ich alles übernehmen?



BASIS-ELEMENTE

- Inhalte zusammen schneiden
- Rückwärts, Zeitlupe & Zeitraffer, Zoom & Bewegung vom Bild
- einbinden von Text



AUDIO

- Audiospur-Synchronisation
- einfache Soundkorrektur
- Hintergrundmusik (vom Kunden zur Verfügung gestellt)



BILD

- einfache Farbkorrektur
- vorhandene Grafiken einbinden
- greenscreen-Elemente verwenden



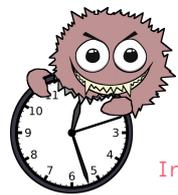
SOCIAL MEDIA & ZUSATZ-LEISTUNGEN

- Content Recycling (kurze Sequenzen für die Wiederverwendung in deinen Social-Media-Kanälen)
- Text erstellen: Inhalt zusammen fassen
- Veröffentlichung auf den Social-Media-Plattformen
- dein Podcast-Inhalt für YouTube aufbereiten
- Versprecher entfernen
- Audiospur extrahieren z.B. für Podcast
- Musiksynchronität
- Intro & Outro
- Übergänge
- Trailer
- Thumbnail
- Bauchbinden
- Grafiken erstellen

Wenn beim Videoschnitt der Zeitfresser oder Energiesauger zuschlägt, fühlt es sich so an als ob die Arbeit einfach kein Ende nehmen will.

Als kleiner Nimmersatt verursacht er dann auch noch Probleme, die für zusätzliche Arbeit sorgen.

Ich bin Videocutterin für Unternehmer, Content Creators/Youtubern oder Influencern mit Herzensbusiness, die einen „Zeitfresser“ im Nacken sitzen haben und ihre Tage lieber mit anderen Tätigkeiten füllen wollen.



Feedback

DankeSchön



Es war eine spannende Reise dieses Freebie zu erstellen!!!
Es wurde viel umfangreicher, als am Anfang gedacht. 😊

Dies sind geballte Fakten von meinen Notizen aus vielen, vielen Kursen und meinen Erfahrungswerten aus der Praxis.

Jetzt, wo ich diese Sammlung raus in die Welt gebe, möchte ich dir sagen, dass ich sehr hoffe, dass dir diese Infos und Impulse helfen noch mehr in die Sichtbarkeit und dein Strahlen zu kommen.

Wenn ich nur einer Person damit helfen konnte, hat sich das Erstellen schon gelohnt.

Verbindung ist eines meiner wichtigsten Werte.

Es würde mich mega freuen, wenn du mir ein Feedback gibst, ob es für dich hilfreich war und ggf. auch was du davon für dich umsetzen konntest?



Melde dich gern per Mail
oder schreib mir via WhatsApp,
Signal oder Telegram:
+49 178 8 16 10 12



info @Video  adin.de 