

# IMM



| 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





### Takten & 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





### Willkommensvideo

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

### Produktpräsentation

- o 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
- o pro Frage ein Video oder ein gesammeltes Video
- zeigt deine Expertise
- entlastet dich (weniger Rückfragen)





### **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
- o schafft Vertrauen & stärkt den Expertenstatus

### Erklär-Videos

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





### Danke-Video

- o eingebunden in einen Newsletter
- nach einer Anmeldung/ Buchung
- o 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



adin.de

### L'aftvolle Videos

### Video-Blog (Vlog)

o 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-Jeen

 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?
- o 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-Joleen

- 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?





### 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?







### 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?







### 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 Lebend 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" sondern eine "Investition" ist.





### 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?



### Joleen 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



- 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?)



### 1. Rahmen fest legen

- Art des Videos
- Definiere deine Zielgruppe & welche Botschaften du vermitteln möchtest
  - o 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)



- 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 verschiedenen Prozessen
  - 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
  - o abhängig vom Inhalt, aber lieber kurz als lang





### 2. Konzeption

- Inhalt
  - o Themenfelder fest legen
  - o 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
  - o Handlungsaufforderung (CTA Call to Action)

### 3. Produktion

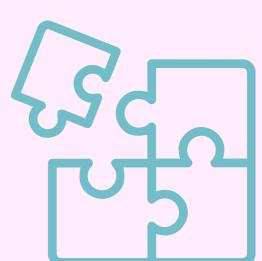
- gute Vorbereitung
  - was braucht es alles
  - o ggf. Skript schreiben oder Notizen
    - Intro (worum geht es & neugierig machen)
    - Haupt-Teil
    - Handlungs-Aufforderung
    - Outro (Zusammenfassung ggf. Ankündigungen)
  - Setting vorbereiten
  - o Rahmen für einen guten Fokus schaffen



- Gutes Bild & guter Ton
  - die Technik wie eine hochwertige Kamera ist nicht wichtig
  - o achte auf ein gutes Bild
  - klarer und leicht verständlicher Ton
  - o 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

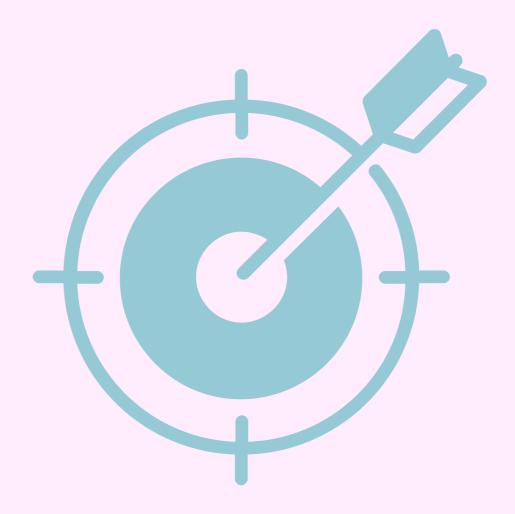
- Marketingkanäle
  - Webseite
  - youtube
  - Social Media
  - E-Mail-Marketing
  - Pressearbeit
- ggf. vorherige Ankündigung
- bei den meisten Plattformen sind die ersten 24 h wichtig:
  - sei präsent und reagiere auf Kommentare ggf. starte eine Unterhaltung
  - markiere Personen, für die diese Inhalte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



adin.de

### 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.





- 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
  - o Blogbeiträge
    - mehrere Blog-Beiträge können zu einem e-Book werden
  - o 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)
  - o geeignet dafür
    - Produkt-Demo
    - virale Videos
    - Geschichten & Fallbeispiele
    - Micro-Content





### Content Lecycling

- 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
  - o 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
  - o 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
  - o neue Ereignisse
  - o neue Dinge hinzufügen
  - veraltete Infos löschen







**VLOG** 



**ONLINE-KURS** 



REFERENZ- ODER **HIGHLIGHT-VIDEOS** 

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

Du brauchst noch einen Cutter für deinen Video-Kurs?

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

### Was kann ich alles übernehmen?



### **BASIS-ELEMENTE**

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



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



- · einfache Farbkorrektur
- vorhandene Grafiken einbinden
- · greenscreen-Elemente verwende



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

Übergänge

Trailer

Grafiken erstellen



Melde dich gern per Mail oder schreib mir via WhatsApp, Signal oder Telegram: 0178 8 16 10 12

info@Video ∜adin.de