

RheinZeiger

Innovationen, Perspektiven und Impulse aus Köln

Köln | September 2018 | Ausgabe 32 | www.rheinzeiger.de

Ökosysteme der Gründer

Köln Lebendiges Gründerökosystem

NRW Neuer Aufbruch für Startups

Beikircher Rheinland – Bio-Digital

StartupCon Konferenz, Leitfaden & Awards



Bewegte Bilder zur Erklärung, zur Vermarktung, als Eyecatcher

Videos als Marketing-Turbo für Start-ups

In unserer reizüberfluteten Welt mit geringen Aufmerksamkeitsspannen sind Videos eine clevere Lösung, Ihre potenziellen Kunden auf angenehme und leicht konsumierbare Art in die Welt Ihrer Marke, Ihres Produktes oder Ihrer Dienstleistung einzuführen. Dabei eignen sich Videos nicht nur für Erklärungsbedürftiges oder als „nettes Add-on“, sondern wirken als regelrechter Marketing-Turbo und SEO-Booster.

Als Unternehmensgründer gibt es jede Menge Entscheidungen zu treffen. Und weil man sich tagtäglich mit seinem neuen Business beschäftigt, geht man einfach davon aus, dass jeder andere auch verstehen muss, worum es im neuen Business geht. Aber was machen die Kunden, die Banker, die Partner? Sie begreifen das Produkt nicht.

Videos können hier als Verstärker wirken und Hemmschwellen abbauen. Sie haben ein tolles Produkt, dessen Nutzen sich nicht auf den ersten Blick erschließt? Erklären Sie es in einem Film; sei es als Animation oder live vorgeführt. Aber auch dann, wenn Sie einfach ein veganes Café

oder ein Architekturbüro eröffnen wollen – Videos bauen Hemmschwellen ab, bieten Einsichten und vermeintliche Blicke hinter die Kulissen. Das macht Sie und Ihr Produkt nicht nur sympathisch, sondern auch bekannt. Wie das geht? Wie ein Video Ihr Business nach vorne bringt? Schauen wir zunächst mal auf einige der renommiertesten Studien der letzten Jahre und werfen einen Blick auf 10 der interessantesten Fakten zu diesem Thema:

10 Dinge, die Sie über Unternehmensvideos wissen sollten

1. Kunden gezielt ansprechen

Webseiten mit textlastigen Beschreibungen sind nicht mehr zeitgemäß. Der User möchte schnell erfassen, worum es auf der Webseite geht und warum er hier Zeit verbringen sollte. Von den Internetusern, die auf der Suche nach Produkten und Dienstleistungen sind, möchten 70% lieber über Videos informiert werden.

2. Besser gefunden werden

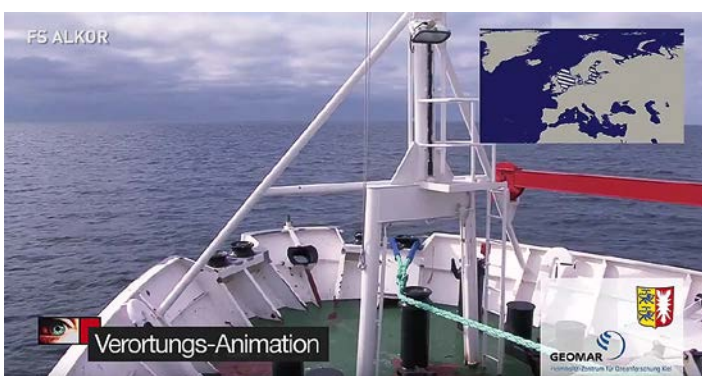
Google bevorzugt Bewegtbild-Inhalte. Die Webseite Ihres Unternehmens wird mit einer 50mal höheren Wahrscheinlichkeit auf der ersten Seite der Google-Suche landen, wenn sie Online-Videos enthält.

3. Videos als Online-PR

Laut Cisco Visual Networking Index sollen 2021 ca. 78% des Datentransfers aus Videos bestehen. Sie sollten sich also langsam, aber sicher vom Text-Content verabschieden. Mit großem Erfolg: Fügen Sie Ihrer Pressemitteilung Bilder bei, wird sie doppelt so häufig angeklickt wie bilderlose PMs. Fügen Sie ein Video hinzu, wird die Pressemitteilung 270% häufiger angeklickt.

4. Time-On-Site erhöhen

Potenzielle Kunden, die Ihre Webseite besuchen, verbringen dort 88% mehr Zeit, wenn sie Online-Videos enthält. Videos führen also nicht nur zu mehr Traffic, sondern erhöhen auch die Chance, dass aus Ihren Interessenten Kunden werden.



Beispiel-Projekte von eye-catcher



5. Kundenbindung stärken

Durch den längeren Aufenthalt auf Ihrer Webseite werden tiefere Bindungen zwischen Ihrem Unternehmen und den Konsumenten geschaffen. Denn Videos wirken emotional.

6. Verkauf steigern

Interessenten, denen ein Video präsentiert wurde, entscheiden sich nahezu doppelt so häufig zu einem Kauf.

7. Videos online und offline nutzen

Das Video kann auf den unterschiedlichsten Kanälen zum Einsatz kommen: neben den zahlreichen Marketing- und Social-Media-Formaten im Internet kann es auch auf Messen und Veranstaltungen, in Präsentationen oder direkt am Point-of-Sale gezeigt werden.

8. Führungskräfte erreichen

85% der wichtigen Entscheider schauen sich Online-Videos von Unternehmen an. Und 65% besuchen anschließend auch die Website des Unternehmens.

9. Erklärungsbedürftiges verständlich machen

Erklärvideos können in einer einfachen Sprache komplexe Zusammenhänge für den Zuschauer greifbar machen. Der Erfolg von Verkaufs-Channels wie QVC besteht darin, dass das Produkt erklärt und in verschiedenen Zusammenhängen betrachtet wird. Das steigert den Kaufanreiz enorm.

10. Videos für jedes Budget

Ganz gleich, wie viel Budget Sie für Ihr Video zur Verfügung haben: Mit der richtigen Agentur finden Sie einen Weg, wie auch Ihr Unternehmen von eigenen Videos profitieren wird.

Okay, okay, Sie haben es jetzt eingesehen: zum Portfolio einer Unternehmensgründung gehört auch ein Video. Nur: Wo kriegen Sie das her? Was sind die ersten Schritte?

Überzeugt: ja! Loslegen: wie?

Sie sollten sich genau überlegen, zu welchem konkreten Einsatzzweck bzw. für welche Zielgruppe Sie das Video einsetzen möchten. Wie lange sollte der Film sein? Tipp: 1-3 Minuten sollten ausreichen, um Ihr Anliegen spannend und kurzweilig klarzumachen. Film oder Filme? Möchten


Sie mehrere kleine Filme produzieren zu verschiedenen Themenbereichen? Oder lieber einen längeren, in dem gleich alles aufgegriffen wird?

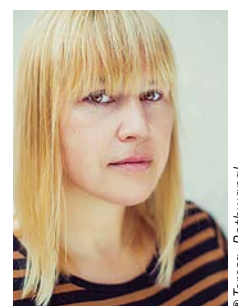
Wann sollte der Film fertig sein? Gibt es eine Deadline? Und wieviel Budget können Sie für den Film bereitstellen? Die Angabe des Budgets gibt der Produktionsfirma einen guten Rahmen, um den Aufwand kalkulieren zu können. Logo: wer 7.000 Euro hat, kann mehr Produktionstage buchen, womit man den Film aufwändiger gestalten kann als mit z.B. 2.500 Euro. Gibt es einen Film, den Sie bei YouTube gesehen haben, der in der Anmutung dem entspricht, was Sie für sich auch vorstellen können?

Die ersten Schritte sind gemacht

Haben Sie all diese Fragen für sich beantwortet, suchen Sie sich eine Medienproduktion, deren Portfolio Ihnen zusagt. Schauen Sie auch auf die Referenzen der Produktion, um für sich zu entscheiden, ob dies ein Unternehmen ist, das Ihre Wünsche realisieren kann.

Nach einem Angebot, das Sie annehmen, geht es auch schon los. Sie senden ggf. Ihre vorhandenen Materialien (z.B. Textbausteine, Fotos, Corporate Design Guide), die die Produktionsfirma zur Skript-Erstellung und der weiteren Produktion benötigt. Dann wird ein Skript erstellt. Das kann man auf verschiedene Arten erstellen: mit Moodbildern als Exposé, mit Szenenabfolge und Sprechertext (Drehbuch) oder zusätzlich mit Bildern (Storyboard).

Wenn das Skript von allen abgenickt wurde, geht es in die Produktion. Danach wird der Rohschnitt präsentiert und ggf. Verbesserungen für den Feinschnitt umgesetzt. Dann ist der Film auch schon fertig. Sie betten ihn auf Ihrer Homepage ein, zeigen ihn auf Facebook, Ihrem Instagram-Kanal und auf YouTube. Jetzt kann der Film für Sie arbeiten. 



Jasmin Klein

© Teresa Rothwangl

Weil wir wissen, was wir tun, kann man sich diesen ganzen Text einfach und verständlich auch auf YouTube anschauen: Die 10 erstaunlichsten Video-Fakten: tiny.cc/10fakten
In 7 Schritten zu Ihrem Film: tiny.cc/7schritte