

# AnimatedReal GmbH

## Ihr Start ins Video Marketing - Leitfaden für Ihren Videoinhalt

Version 2.2  
13.5.2020 von Fabian Olbrecht

## EINFÜHRUNG

Bewegte Bilder gehören im digitalen Bereich zum Alltag und sind nicht mehr wegzudenken. Ob auf der eigenen Homepage oder den Social Media Kanälen; ein Video gehört heute zum guten Ton einer Firma. Videos helfen, Vertrauen zu den Kundinnen und Kunden aufzubauen sowie ihnen gleichzeitig Produkte oder Dienstleistungen näherzubringen.

Für Ihr Video Marketing gibt es verschiedenen Videoarten. Je nach Botschaft an Ihre Zielgruppe wird beispielsweise ein Image-, Produkte- oder Testimonial-Video verwendet. Vor jedem Projektstart ist es wichtig zu definieren, was mit dem Video erreicht werden soll.

Geht es darum, ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung Ihrer Zielgruppe zu präsentieren?

Soll ein Produkt erklärt werden?

Dies sind zwei Beispiele für ein Projektziel. Eine Übersicht aller Videoproduktionen finden sie auf unserer Homepage: [www.AnimatedReal.ch/Video-Marketing-Filmproduktion](http://www.AnimatedReal.ch/Video-Marketing-Filmproduktion)

In diesem Dokument schauen wir uns zwei Video Marketing Arten an, die am meisten gefragt und produziert werden:

- Produkte- oder Dienstleistung-Video
- Testimonial-Video

Die folgenden Strukturen dienen zur Orientierung und haben sich bei vielen Videoproduktionen bewährt. Die Abläufe sind nicht starr, sondern sollen individuell ergänzt und angepasst werden, um für Ihr Video Marketing den optimalen Erfolg zu erzielen. Weichen Sie aber nicht zu stark von den gegebenen Strukturen ab. Wie bei Hollywood-Produktionen sind gewisse Abläufe von grosser Bedeutung. Zuschauer haben sich an einen gewissen Ablauf gewöhnt und erwarten diesen auch. Ansonsten besteht die Gefahr der Überforderung bis zum Abschalten Ihres Videos.

## PRODUKTE- ODER DIENSTLEISTUNG-VIDEO

Denken Sie bei einer Produktion immer daran: Menschen lieben Geschichten. Gelungene Geschichten bleiben der Zielgruppe besser im Gedächtnis. Sprechen Sie die Probleme der Zielgruppe direkt an. Bringen Sie Ihre Zielgruppe in den Mittelpunkt des Videos und nicht sich selbst. Ihr Zielpublikum soll am Ende der Reise die Heldin/der Held sein.

- Held/Heldin:** Wer ist Ihre Zielgruppe?  
*(In Ihrem Video soll Ihre Zielgruppe der Held sein, NICHT Ihre Firma.)*
- Mentor:** Was bietet Ihr Unternehmen/Produkt zur Unterstützung?  
*(Ihre Firma/Ihr Produkt dient als Mentor und unterstützt die Heldin/den Helden auf ihrem/seinem Weg.)*
- Problem:** Womit hat die Heldin/der Held zu kämpfen?  
*(Womit hat Ihre Zielgruppe zu kämpfen? Welche Probleme beschäftigen diese?)*

<p><b>Einführung und Aufmerksamkeit gewinnen</b></p> <p>Die ersten Filmsekunden sind von grosser Bedeutung. Starten Sie mit einer Frage oder Thematik, die Ihre Zielgruppe besonders interessiert.</p>	
<p><b>Vorstellung Ihrer Person oder Firma</b></p> <p>Stellen Sie sich kurz vor. Nennen Sie nur die wichtigsten Punkte zu Ihrer Person oder Firma.</p>	
<p><b>Problembeschreibung und Wichtigkeit</b></p> <p>Beschreiben Sie das Problem vertraut und detailliert, mit dem sich Ihre Zielgruppe auseinandersetzt. Bauen Sie zu ihr eine Verbindung auf, indem Sie dem Problem die angemessene Bedeutung verleihen.</p> <p>Verwenden Sie nicht mehr als drei Problemstellungen. Nehmen Sie lieber ein grosses Problem als drei kleine Herausforderungen.</p>	
<p><b>Lösung</b></p> <p>Erklären Sie Ihrer Zielgruppe, wie Ihre Dienstleistung / Ihr Produkt das Problem löst. Sprechen Sie über Ihr einzigartiges Wertversprechen.</p>	
<p><b>Ergebnis (am Ende kommt der Erfolg)</b></p> <p>Beschreiben Sie die Vorteile Ihrer Dienstleistung / Ihres Produkts und wie sie / es das Leben Ihrer Zielgruppe verbessert.</p>	
<p><b>Call to Action</b></p> <p>Geben Sie konkrete Anweisung, was die Zielgruppe am Ende des Videos tun soll; z.B. Ihre Homepage besuchen oder eine Bestellung aufgeben.</p>	

---

## TESTIMONIAL VIDEO

Menschen lieben Geschichten mit Happy End. Sie haben eine Kundin oder einen Kunden mit einer Erfolgsgeschichte? Lassen Sie Ihre Zielgruppe am Erfolg teilhaben. Beim Testimonial ist es wichtig, dass Ihre Kundin/Ihr Kunde die Geschichte erzählt; dies wirkt authentisch. Damit die Geschichte einem roten Faden folgt, kann die Kundin/der Kunde die untenstehenden Fragen im Video beantworten.

- Held/Heldin:** Ihre Kundin/Ihr Kunde  
*(In Ihrem Video soll Ihr Kunde/Ihre Zielgruppe der Held sein, NICHT Ihre Firma.)*
- Mentor:** Ihr Unternehmen/Produkt  
*(Ihre Firma/Ihr Produkt dient als Mentor und unterstützt die Heldin/den Helden auf ihrem/seinem Weg.)*
- Bösewicht:** z.B. Engpässe bei Lieferungen  
*(Womit hat Ihre Zielgruppe zu kämpfen? Welche Probleme beschäftigen diese?)*

<b>Kurze Problembeschreibung</b>  Welcher Herausforderung musste sich Ihr Kunde stellen, bevor Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt sein Leben vereinfacht hat?	
<b>Vorstellung</b>  Ihr Kunde stellt sich kurz vor.	
<b>Problembeschreibung im Detail</b>  Mit welcher Enttäuschung musste sich Ihr Kunde früher auseinandersetzen?	
<b>Dienstleistung / Produkt</b>  Was ist der Unterschied zwischen Ihrer Dienstleistung / Ihrem Produkt im Vergleich zur Konkurrenz?	
<b>Erleichterung und Erfolg</b>  Welches Gefühl hatte der Kunde, als er festgestellt hat, dass Ihre Dienstleistung / Ihr Produkt funktioniert?	
<b>Call to Action</b>  Geben Sie konkrete Anweisung, was die Zielgruppe am Ende des Videos tun soll; z.B. Ihre Homepage besuchen oder eine Bestellung aufgeben.	

# AnimatedReal GmbH

Herausforderungen kreativ lösen



AnimatedReal GmbH  
Birchstrasse 259  
8052 Zürich

+41 78 600 97 96

[Info@AnimatedReal.ch](mailto:Info@AnimatedReal.ch)

[www.AnimatedReal.ch](http://www.AnimatedReal.ch)