

Video-Kurzfilme für's eigene Marketing!

"Ein Film sagt viel mehr als ein Foto", meint Dr. Joachim von Hein, Marketingexperte aus Hannover. Während ein Foto nur eine Momentaufnahme darstelle, wirke in einem Video der Mensch mit seiner ganzen Persönlichkeit und Überzeugungskraft, erklärt der Organisationspsychologe.

„Wer ein Produkt oder eine Dienstleistung beschreibt, zeigt in einem Film auch seine Gefühle. Es kann über den Nutzen berichtet werden, den ein Produkt oder eine Dienstleistung bewirkt hat“, erläuterte Drehbuchautor von Hein.

"Beides muss zu einander passen - der Text und die Art des Sprechens - nur dann ist die Videobotschaft glaubwürdig - nur dann wird das Produkt oder die Dienstleistung gekauft!"

Bei den Dreharbeiten achte er daher sorgfältig darauf, dass die gewünschte Botschaft auch psychologisch tatsächlich "rüberkommt". Die Zuschauer wollen inhaltlich, aber auch emotional und technisch überzeugt werden.

"Bei einem schriftlichen Verkaufsangebot dauert so ein Vertrauensbildungs-Prozess wesentlich länger," erläutert Vertriebsexperte von Hein. Nach den Erkenntnissen der Wissenschaft brauche ein Mensch durchschnittlich sieben schriftliche Impulse, bevor er zum ersten Mal eine angebotene Ware oder Dienstleistung bestelle. Beim Videomarketing gehe das schneller. Schon ein gut gemachtes Kurzvideo von ein bis zwei Minuten Länge reiche aus, dass die Zuschauer Vertrauen gewinnen und ihre E-Mailadresse eintragen.

Danach gelte es, das Vertrauen weiter auszubauen, also einen zweiten und dritten Videofilm zu zeigen oder andere Werbeanregungen einzusetzen, eine Checkliste zum Beispiel oder ein kostenloses eBook.

Die Besonderheit des Videomarketings sei die Geschwindigkeit, mit der Entscheidungen getroffen und umgesetzt werden. Deshalb sollte nach der Anregung durch den Film sofort die Aufforderung zu einer Handlung folgen, optimaler Weise die Eintragung der eigenen E-Mailadresse und der Klick auf einen Button, gleich neben dem Videofenster: z. B. www.Perso-Blog.de

Ganz wichtig sei dabei auch die Beherrschung Filmtechnik ohne Störungen oder Ablenkungen. Deshalb könne nur davor gewarnt werden, alles selber machen zu wollen. Für einen überzeugenden Videofilm reiche es eben nicht aus, nur mal ein Webinar mitgemacht zu haben.

"Klaus Rog, ein erfahrener Internetmarketer in der Nähe von Hannover kennt sich mit dieser Videotechnik hervorragend aus. Er verfügt über eine ausgezeichnete Kamera, ein eigenes Studio mit optimaler Beleuchtung und weiß auch, wie solch ein Kurzvideo unter YouTube professionell eingesetzt werden muss," versicherte Dr. von Hein.

Für den Preis einer normalen Zeitungsanzeige (600 Euro zuzgl. USt) könne an einem Tag ein Kurzvideo getextet, ausprobiert, aufgenommen, bearbeitet und bei YouTube professionell eingestellt werden. Nähere Informationen gibt es unter <http://www.klausrog.com>

Ein weiteres Beispielvideo: <http://www.youtube.com/watch?v=C82AKEOMIYw>