

Mehr Reichweite, Kunden und Umsatz durch eigene Videos

22.10.2019, 16:47 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *1a-STARTUP Unternehmensberatung für Existenzgründung und Marketing*



Dagmar Schulz

Jede Sekunde werden Hunderte von Videominuten auf YouTube & Co. hochgeladen. Können Sie sich vorstellen, warum die Zahl der Videos in letzter Zeit explosionsartig nach oben schnellte? Richtig, weil es sich lohnt! Es zahlt sich einfach aus, sich auf der eigenen Website oder auf anderen Kanälen in bewegten Bildern zu präsentieren. Videos lassen sich auf der eigenen Website implementieren, auf Facebook und anderen sozialen Medien teilen, Sie können sogar einen eigenen YouTube-Kanal erstellen. Die Möglichkeiten sind riesig und es lässt sich damit viel Umsatz generieren. Auch Sie profitieren davon, da bin ich sicher. Sie müssen dafür nicht zum Influencer werden, bereits mit wenig Aufwand können Sie mit diesem spannenden Marketingtool einiges erreichen.

Darum sind Videos so erfolgreich

In Zeiten von Twitter und anderen Social Media-Plattformen werden Informationen immer mehr komprimiert. Viele Kunden, gerade die etwas jüngere Generation, schafft es mühelos, Infos in nicht mehr als 200 Zeichen zu verpacken. Und sie sind es gewohnt, innerhalb kürzester Zeit alle wichtigen Details präsentiert zu bekommen. Lange Texte sind oft nicht mehr gefragt, die Infos müssen schnell verfügbar sein. Wollte man früher einen Urlaub buchen, ist man ins Reisebüro gegangen, hat sich beraten lassen, ist mit Katalogen nach Hause gegangen, hat diese durchgeblättert, verglichen und dann gebucht. Heute sieht das anders aus. Man geht auf ein Urlaubs-Portal im Internet, in dem man gezielt nach verschiedenen Kriterien suchen kann und direkt das günstigste Angebot erhält. Will man sich über ein bestimmtes Hotel informieren, klickt man das entsprechende Video an und sieht direkt, was einen erwartet. Ein weiteres Argument für Videos ist der Entertainmentfaktor. Es macht einfach mehr Spaß, ein schönes Video anzuschauen, als stundenlang Berichte zu lesen. Die Möglichkeiten sind beinahe unbegrenzt, von der Kulisse über Musik über grafisch aufbereitete Inhalte bis hin zur persönlichen Präsentation – der Zuschauer fühlt sich ganz anders angesprochen, wenn Sie z. B. selbst über Ihr Unternehmen erzählen, als wenn er auf Ihrer Website den „Über uns“-Text liest. Nicht falsch verstehen, Ihre Website muss diesen Punkt trotzdem unbedingt beinhalten, aber ein ergänzendes Video bringt nochmal so richtig frischen, modernen Wind in Ihre Unternehmensdarstellung.

Die vielen Vorteile von Videos

- Sie erhöhen die Besucherzahl auf Ihrer Website/Ihrem Video- bzw. Social Mediakanal.
- Videos halten Besucher länger auf Ihrer Seite.
- Produktvideos erhöhen die Verkaufszahlen.
- Erklärungsbedürftige Angebote lassen sich optimal darstellen.

- Videos erhöhen die Kundenbindung.
- Neue Produkte können schnell einer großen Öffentlichkeit vorgestellt werden.
- Gut gemachte Videos wirken sich positiv auf das Image aus.
- Videos stärken die Marke und erhöhen die Bekanntheit.
- Man kann auf vielen Plattformen gleichzeitig präsent sein.
- Videos können leicht geteilt werden und erhöhen Ihre Sichtbarkeit, auch in Hinblick auf die Suchmaschinen wie z.B. bei YouTube.
- Videos haben wenig Streuverluste, weil nur wirklich Interessierte reinklicken.
- Sie lassen sich schon mit wenig Budget herstellen.
- YouTube ist inzwischen auch zu einer Suchmaschine geworden, auf der Sie mittels Videos von Kunden gefunden werden können.

Das alles schaffen Sie mit vergleichsweise wenig Aufwand und Sie können Ihre Infos immer aktuell halten.

Ein eigenes Video erstellen – mit diesen Tipps klappt es

Haben Sie schon einmal 2 oder 3 Minuten lang in eine Kamera gesprochen und etwas erzählt? Hört sich simpel an, den meisten jedoch fällt das anfangs richtig schwer. Sie sind im Fokus, es gibt wenig Ablenkung oder Aktion. Natürlich können Sie sich dabei filmen lassen, wie Sie durch Ihre Produktionshalle laufen und dabei etwas zu Ihrem neuen Hochregallager erzählen. Das ist nicht ganz so schwierig, als wenn Sie am Schreibtisch sitzen und etwas über Ihr gerade erschienenen Buch erzählen. Ich wähle dieses Beispiel, weil ich selbst gerade so ein Video gedreht habe und genau weiß, wie unangenehm die ersten Momente waren. Als ich allerdings erst einmal „drin“ war, lief es fast wie von selbst und es hat sogar richtig Spaß gemacht. Wieso? Weil ich in dem Video etwas erzähle, was mir wirklich am Herzen liegt und worüber ich eine Menge weiß. Wer sich das Ergebnis ansehen möchte, hier geht es zum Video auf YouTube: Video Dagmar Schulz.

Ein Script gibt Ihnen Sicherheit und vermeidet Blackouts

Aus eigener Erfahrung möchte ich Ihnen einige Tipps geben, mit denen es mir persönlich leichter gefallen ist, ein Video zu drehen. Ich empfehle Ihnen auf jeden Fall, vorab ein Script anzufertigen und den Text so lange zu üben (laut, nicht nur lesen), bis Sie ihn fast auswendig können. Entweder üben Sie vor dem Spiegel oder vor einer anderen Person. Das hat den Vorteil, dass Sie direkt Feedback bekommen und Ihren Text optimieren können. Stoppen Sie die Zeit, sodass Sie ungefähr wissen, wie lang Ihr Clip wird. Es sollte einige Minuten nicht übersteigen, es sei denn, Sie haben richtig viel Interessantes zu erzählen UND zu zeigen – je länger, desto mehr Abwechslung für den Zuschauer müssen Sie bieten, damit er bei Ihnen bleibt. Wenn Sie so wie ich erst einmal „nur“ etwas zu einem bestimmten Thema oder Produkt erzählen möchten, reichen max. 2 Minuten völlig aus. Überlegen Sie, was der Mehrwert ist den Sie dem Zuschauer liefern können.

Die richtige Umgebung für ein professionelles Video schaffen

Nachdem Sie Ihr Script abgerundet und sich eingeprägt haben, geht es an das richtige Video. Sorgen Sie für eine schöne Kulisse, die nicht zu sehr von Ihnen ablenkt. Ausreichend Licht ist ganz wichtig, ebenso wie eine ruhige Atmosphäre, damit man Sie auch versteht. Autolärm im Hintergrund wirkt nicht gerade professionell. Wählen Sie ein Outfit aus, in dem Sie sich wohlfühlen und das Sie als Person unterstreicht. Es sollte natürlich auch irgendwie zu den anderen Farben im Bild passen, damit alles stimmig ist. Ihr Logo im Bild, etwa im Hintergrund an der Wand oder vor Ihnen auf dem Schreibtisch, ist nie verkehrt. Machen Sie einige kurze Testläufe und schauen sich den Clip in Ruhe an. Stört etwas im Bild oder am Ton? Ist die Entfernung zur Kamera gut? Versteht man Sie optimal? Wenn Sie die richtige Einstellung gefunden haben, atmen Sie noch einmal tief durch, erinnern sich an Ihr Script und starten Sie den ersten richtigen Versuch.

Reden Sie mit der Kamera, als wäre sie eine lebendige Person

Bei mir ist es so gewesen, dass der erste „Take“ gleich der beste war. Bei allen anderen Versionen danach hatte ich so viele Dinge im Kopf, die ich besser machen wollte, dass die Lockerheit weg war. Ich weiß aber, dass manche Menschen mit jedem Versuch besser werden – das ist bei jedem sehr unterschiedlich. Eine echte Hilfe war, dass ich das Video von einer mir vertrauten Person habe aufnehmen lassen. So habe ich mir einfach vorgestellt, ich würde der Person direkt von meinem neuen Buch erzählen und habe die Kamera so gut es ging ausgeblendet. Dadurch bekommt das Ganze einen weniger „aufgesetzten“ Charakter und wirkt eher wie ein persönliches Gespräch, bei dem zufällig die Kamera mitläuft.

Manchen Menschen hilft es auch, ein tatsächliches Gespräch mit einem Interviewer zu machen, das muss jeder selbst entscheiden. Am besten probiert man verschiedene Modelle aus und schaut, was einem liegt. Sie können das Video auch alleine drehen und schneiden es später zurecht. Entsprechende Schnittsoftware ist bereits für kleines Budget zu haben. Lassen Sie sich auf keinen Fall entmutigen, wenn die ersten Anläufe nicht klappen. Aufgeregt zu sein oder sich etwas komisch vorzukommen ist ganz normal. In der Regel werden Sie von Video zu Video selbstsicherer, gerade wenn die ersten positiven Rückmeldungen kommen. Wenn Sie öfter Videos drehen möchten, lohnt es sich auf jeden Fall, in eine gute Ausstattung zu investieren und sich eine professionelle Umgebung zu schaffen. Das gibt Ihnen zusätzlich Sicherheit und die Qualität sieht der Zuschauer.

Bleiben Sie immer Sie selbst und haben Sie Spaß

Denken Sie daran, dass niemand so viel über Ihr Business oder Produkt weiß wie Sie. In Ihrem Businessplan haben Sie ausführlich jeden wichtigen Aspekt ausgearbeitet und aufgeführt. Ihrer Familie und Freunden haben Sie unzählige Male etwas darüber erzählt und natürlich auch Ihren Kunden. Sie wissen im Grunde, was Sie sagen möchten und haben alle Infos, die Sie brauchen. Wenn Sie unsicher sind, wie Sie sich präsentieren sollen oder was Ihre Kunden interessieren könnte, schauen Sie sich doch einmal im Netz an, was andere Unternehmen so machen. Was gefällt Ihnen an anderen Videos, was möchten Sie besser machen? Welche Videos sind besonders erfolgreich und was können Sie davon für sich nutzen? Betrachten Sie das Ganze nicht als Muss oder Pflicht, sondern haben Sie Spaß bei der Vorbereitung und beim Dreh. Lächeln ist ganz wichtig und das zeigen Sie am authentischsten, wenn es Ihnen wirklich gut geht und Sie Freude haben an dem, was Sie tun. Der Zuschauer erkennt schnell, ob Sie wirklich begeistert sind oder ob Sie nur eine Rolle spielen. Bleiben Sie unbedingt Sie selbst, denn so werden Ihre Kunden Sie schließlich auch in der Realität kennenlernen und erleben.

Portrait

Wir beraten und unterstützen praxisnah ExistenzgründerInnen, Freiberufler sowie kleine und mittelständische Unternehmen und helfen dabei dass

- Ihre Gründung erfolgreich umgesetzt wird
- Sie Kunden gewinnen, binden und begeistern
- Ihr Bekanntheitsgrad steigt und Sie als UnternehmerIn fit werden.
- Sie erfolgreich und sicher Social Media Marketing nutzen.

Die Beratungsleistung kann mit staatlichen Zuschüssen gefördert werden.

News-ID: 1065088 • Views: 384 (Stand: 10.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1065088/Mehr-Reichweite-Kunden-und-Umsatz-durch-eigene-Videos.html>