

Video Booster

Bringen Sie Ihr Business aufs nächste Level!

Wie Selbstständige mit Videos leichter Kunden gewinnen

7 Fragen – 7 Antworten

von
Sandra Christiansen
Annja Weinberger



Inhalt

1. Für Wen – Von Wem?.....	2
2. Was bringen mir Videos?.....	3
3. Welche Video-Arten gibt es?.....	4
4. Welche Video-Arten passen zu mir?.....	6
5. Ist das kompliziert, teuer und aufwändig?.....	7
6. Worauf kommt es bei guten Videos an?.....	8
7. Welche Fehler sollte ich unbedingt vermeiden?....	9
Hier gibt es Unterstützung!.....	10

Video Booster

Bringen Sie Ihr Business aufs nächste Level!

Für Wen – Von Wem?

Hallo, liebe Selbstständige!

Dieses Ebook lohnt sich für alle, die ihr Business aufs nächste Level heben wollen.

Vor allem, wer Leistungen wie Coaching, Beratung, Training, Kreativ- und Therapieangebote in die Welt bringt, wird von Video-Marketing profitieren.

- Videos haben eine um 41 % höhere Klickrate im Vergleich zu Text.
- Die Kaufbereitschaft liegt um 174 % höher, wenn ein Verkaufsvideo eingebunden ist.
- Und 76 % der Anbieter ohne Videos auf ihren Websites planen dies für demnächst.*

Allein das sind schon gute Gründe, jetzt Videos ins eigene Marketing einzubinden. Auf den folgenden Seiten gibt es noch viele mehr zu entdecken.

Videos können ein enormer Booster für Selbstständige sein. Einige werden 2016 / 2017 mit Video-Marketing ihren großen Durchbruch schaffen!

Davon sind wir – Sandra Christiansen und Annja Weinberger – überzeugt. Wer wir sind?

Sandra ist seit 16 Jahren als Profi in Sachen Online-Marketing und Video-Produktion unterwegs. Sie ist Dipl. Multimedia-Producer und Inhaberin einer Video-Produktions-Firma sowie der Schulungs-Plattform InternetUnternehmerAkademie (vormals Netzreseller) mit über 8500 Mitgliedern. Sie engagiert sich für sympathische + systematische Vermarktungsformen im Internet.



Annja ist auf Strategie-Beratung und Text-Coaching für kleine Unternehmen spezialisiert – und seit mehr als 20 Jahren im Marketing aktiv. Sie ist Inhaberin von VIVA Akquise und ihre Leidenschaft gilt der glaubwürdigen Kommunikation. Ihr jüngstes Buch: “Jetzt gewinne ich genug Kunden – Wie Selbstständige spannende Aufträge gewinnen, ohne sich aufzudrängen”.



www.video-booster.de

Video Booster

Bringen Sie Ihr Business aufs nächste Level!

Was bringen mir Videos?

Viele Vorteile liegen auf der Hand:

Videos geben Ihrem Business ein Gesicht

Ihnen ist sicher klar, wie wichtig es ist, dass man sich sympathisch ist. Dann zeigen Sie sich im Video, lassen Sie Ihre Stimme hören. So können sich Kunden einen guten ersten Eindruck von Ihnen als Persönlichkeit machen.

Sie können sehr, sehr viele Menschen erreichen

Mehr als 1 Billionen Zuschauer im Monat schauen sich auf Youtube Videos an. Wenn nur 0.001% an Ihren Themen interessiert sind, sind das bereits 10.000 Interessenten pro Monat.

Videos bringen mehr Sichtbarkeit und mehr Konversion

Alle aktuellen Studien belegen: Videos werden nicht nur gern gesehen, sondern steigern auch die Konversionsrate – bringen also letztlich mehr Verkäufe und Kunden.

Videos werden in den sozialen Medien gern geteilt

Auf Facebook sind Videos der am meisten geteilte Content. So nutzen Sie den Schneeball-Effekt, um immer neue Interessenten anzusprechen.

Manche Vorteile liegen im Verborgenen

Videos machen selbstbewusster

Sie werden Ihre Komfortzone erweitern müssen, um Videos zu machen und zu dem stehen, was Sie tun. Sie werden stolz sein und Videos lieben. Versprochen :-)



Welche Video-Arten gibt es?

Die wichtigsten Video-Arten – technisch gesehen:

Erklärvideos

Kennen Sie sicher – das sind die Videos, in denen Folien mit Text eingeblendet werden und dazu spricht jemand aus dem Off. Oft gibt es Musik oder Animationen dazu. Annja hat vor kurzem ein erstes Erklärvideo mit der Software Videomaker FX gebastelt:

<https://www.youtube.com/watch?v=NuCt5tm9SGY>

Screencapture-Videos

Auf Deutsch: Bildschirm-Aufzeichnungsvideos. Der Bildschirm wird beim Zeigen von Folien-Präsentationen oder Websites oder von Software-Programmen abgefilmt. Dazu spricht jemand und kommentiert das, was gezeigt wird. Manchmal ist der Sprecher per Kamera-Bild klein in einer Ecke zu sehen. Viele benutzen dafür Camtasia. Es gibt aber auch kostenlose Alternativen wie ActivePresenter oder CamStudio.

Kamera-Videos

Hier spricht jemand direkt in die Kamera. Meistens allein, manchmal wird auch jemand interviewt. Als Hintergrund ist oft einfach eine leere Fläche, ein Regal oder zwei Menschen in einer Sitzecke zu sehen. Bei "green screen"-Aufnahmen können Fotos hinten eingeblendet werden. Zum Beispiel eine Folien-Präsentation oder ein Palmenstrand :-). Hier geht es zu Sandras Video, in dem sie sich auf ihrer Website vorstellt.

<http://www.internetunternehmerakademie.de/>

Und zu Annjas Video, mit dem ein Video-Kurs über Akquise startet:

<https://www.diplomero.com/de/kurs/kundengewinnung-leicht-gemacht-vx64wv.html>

Imagefilme

Das sind Videos, die wie ein TV-Beitrag wirken. Mit verschiedenen Kamera-Einstellungen, Schwenks, vielleicht auch Außenaufnahmen, durchdachten Schnitten usw. Kennt man zum Beispiel von Unternehmen, die auch ihre Räume zeigen wollen. Das kann eine Arzt-Praxis sein, die ihr Leistungsspektrum und die Mitarbeiter vorstellt.

Welche Video-Arten gibt es?

Die wichtigsten Video-Arten – inhaltlich gesehen:

Verkaufsvideos

Eine Dienstleistung, ein digitales oder greifbares Produkt sollen verkauft werden (damit sind auch Gratis-Produkte, also Freebies gemeint, die man im Gegenzug für die Email-Adresse "verkauft"). Ein Anbieter stellt es vor, erklärt für wen es ist und welchen Nutzen es hat – und zeigt es wenn möglich auch. Wenn es zum Beispiel um ein Buch geht, kann das einfach in die Kamera gehalten werden. Oder es werden Folien eingeblendet, auf denen das Produkt kurz präsentiert wird. Am Ende gibt es einen deutlichen Call to Action – die Aufforderung zum Kauf - oder Eintrag in die Liste. Natürlich mit Link zur Landingpage.

Content-Videos

Es gibt Video-Blogs, Video-Tutorials, Video-Workshops ... Die Idee dahinter: Per Video lassen sich Inhalte oft leichter vermitteln als durch Text allein. Vor allem, wenn es um Themen geht, bei denen eine Visualisierung der Inhalte hilft – und das ist oft der Fall. Letztlich geht es bei Content-Videos auch ums "Verkaufen" der eigenen Angebote – aber nicht so direkt wie in Verkaufs-Videos. Wissensvermittlung und Vertrauensaufbau stehen im Mittelpunkt. Der Call to Action ist dann keine Kaufaufforderung, sondern zum Beispiel der Impuls, eine Übung zu machen, eine Aufgabe zu erledigen.

Über-mich-Videos

Die nennen wir so, weil es hier im Wesentlichen um die Präsentation der eigenen Person geht. Man könnte es auch Image-Videos nennen. Sich vorstellen, sagen, was einem wichtig ist und was man Gutes für wen tun kann. So eine Art der Selbstdarstellung fällt vielen Menschen erst einmal schwer. Doch es lässt sich lernen und im eigenen Stil und auf angenehme Weise umsetzen.

Welche Video-Arten passen zu mir?

Erklärvideos

Passen zu jedem Business. Sind mit der richtigen Software und Anleitung schnell gemacht und schnell angeschaut. Eignen sich vor allem für kurze – 1 bis 2 Minuten – Videos. Sehr gut zum Einstieg, wenn man sich noch nicht vor die Kamera stellen mag.

Screencapture-Videos

Sind ideal für Selbstständige, die ihr Wissen anschaulich vermitteln wollen. Sehr flexibel, wenn es ums Zeigen verschiedener Websites und Folien geht. Innerhalb eines Videos kann ständig hin und her gewechselt werden. So sind zum Beispiel Vergleiche im Vorher-Nachher-Stil möglich. Prima, weil man auch die Stimme hört – und über die lässt sich schon eine Menge Persönlichkeit vermitteln. Kamera-Bild kann, aber muss nicht dazu eingeblendet werden.

Kamera-Videos

Für alle, denen es jetzt schon leicht fällt, vor der Kamera zu reden eine klare Empfehlung: Binden auf jeden Fall Kamera-Videos in die Website ein! Nichts kann besser einen persönlichen Eindruck vermitteln als ein Mensch, den wir nicht nur hören, sondern bei dem wir auch die Statur, die Mimik, die Gestik – die Augen! sehen. Wir zeigen Ihnen, wie Sie sich wohl fühlen bei der Aufnahme von Kamera-Videos.

Imagefilme

Eignen sich vor allem anfangs nicht zum Selbermachen. Es braucht schon erfahrene Dienstleister für Kamera, Licht, Ton und Schnitt. Natürlich gibt es sehr aufwändige und weniger aufwändige Imagefilme – und man kann sich nach einer Weile durchaus an einen selbst heranwagen.

Jetzt mit einer der drei oberen Video-Arten anfangen!

Da ist doch bestimmt etwas dabei. Es darf natürlich auch gemixt werden.

Video Booster

Bringen Sie Ihr Business aufs nächste Level!

Ist das kompliziert, teuer, aufwändig?

Nein! Gewusst wie ist entscheidend.

Klar, ein Imagefilm ist schon ein Akt. Wobei kompliziert, teuer und aufwändig ja immer subjektiv zu bewerten sind. Einfache Videos können sogar fast kostenfrei erstellt werden.

Da gibt es zum Beispiel den "Windows Movie Maker", eine Software, die PC- und Windows-Besitzer mitgeliefert bekommen. Damit kann man sich vor seine Webcam setzen, in ein Headset oder Mikro sprechen, das aufzeichnen, abspeichern – und schon ist ein Video entstanden.

Ums Einarbeiten in Programme und das Anschaffen von fehlender Technik / Software wird man nicht herum kommen. Kommt man beim Bloggen und Newsletter versenden ja auch nicht. Aber es geht nicht um Perfektionismus. Es geht ums sich schlau machen, lernen, ums Ausprobieren und Anfangen!

Software-Programme

Zum Aufnehmen und Schneiden und Nachbearbeiten (z. B. Unterlegen mit Musik) braucht es Software. Manche Software-Programme wie Camtasia kosten fast 300,- Euro. Aber es gibt immer open source Alternativen (z. B. ActivePresenter oder CamStudio) oder Test-Versionen (30 Tage bei Camtasia), um sich erst mal ein Bild zu machen.

Videoschnitt-Programme wie Cyberlink PowerDirector kosten nur um die € 70 und bieten einen enormen Funktions-Umfang für die Erstellung professioneller Videos.

Kamera

HD-Qualität wäre schon gut. Aber erst mal mit der eigenen Webcam starten oder der Handykamera ist völlig in Ordnung. Günstige Webcams in HD-Qualität gibt es schon ab 70,- Euro. Es muss nicht gleich eine Riesenausstattung mit komplettem Beleuchtungs-Set sein, wenn das Video-Marketingkonzept noch gar nicht steht.

Mikrofon

Die Ton-Qualität ist ziemlich wichtig. Einfach in den Computer hineinsprechen klingt scheppernd. Gute USB-Mikros gibt es ab 80,- Euro, gute Headsets schon ab 30,- Euro.

Schauen Sie auch gerne unsere kostenlose Video-Serie "Mit Videos mehr Leads & Kunden gewinnen" an, dort erhalten Sie weitere Tipps für gute Video-Tools:

<http://video-booster.de/vb-webinar-videos/>

www.video-booster.de

Worauf kommt es bei Videos an?

Das Wichtigste ist der Spirit

Egal, welche Video-Art Sie wählen – Ihre Absicht, den Zuschauern etwas Wertvolles, Spannendes oder Unterhaltsames zu bieten ist die Grundlage für alles Weitere. Wenn sich dieser Spirit durch Planung und Umsetzung zieht, können richtig gute Videos entstehen. Machen Sie es Zuschauern leicht, etwas Nützliches aus dem Video zu ziehen.

Bitte nicht langweilen

Hetzen Sie sich nicht durchs Video, aber bringen Sie Ihre Botschaften schnell auf den Punkt. Wenn ein Tipp in 2 Minuten erklärt ist, bitte kein 20 Minuten Videos draus machen.

Neugierig machen

Wecken Sie anfangs die Aufmerksamkeit – zum Beispiel mit einem Nutzenversprechen wie: “Jetzt erfährst Du, wie ich meine PC-Ablage revolutioniert habe und dadurch 1 Stunde mehr Zeit am Tag gewonnen habe – und wie Du das auch schaffst”

Sie können Probleme und Lösungen erklären

Sorgen Sie danach für echtes Interesse, indem Sie zum Beispiel erklären, warum eine PC-Ablage so wichtig ist. Wieviel Chaos und Ärger entstehen, wenn man da schludert. Erzählen Sie auch, warum viele ein Problem damit haben (Sie ja früher auch), was so schwierig dran ist.

Sie dürfen für Ihr Angebot werben

Erzählen Sie dann von Ihrer Lösung. Das kann ein Aha-Erlebnis sein, eine Entdeckung, wie die schwierige PC-Ablage plötzlich viel leichter fällt. Geben Sie Ihre drei besten Tipps preis und verweisen auf einen vertiefenden Online-Kurs oder ein E-Book (gratis oder kostenpflichtig), wenn Sie wollen. Fordere zum Abschluss zumindest dazu auf, die Tipps jetzt auszuprobieren.

Tipps, wie Sie Ihre Videos richtig gut aufbauen und spannend gestalten, finden Sie auch in unserer kostenlosen Video-Serie: <http://video-booster.de/vb-webinar-videos/>

Welche Fehler soll ich vermeiden?

Fehler 1: Perfektionismus-Falle

Tappen Sie nicht in die Perfektionismus-Falle. Dann wird nie ein Video von Ihnen online gehen. 80 % gut und gelungen reicht auch. Na klar, Sie wollen gut zu sehen sein, das Licht soll stimmen. Gut aussehen wollen Sie auch – mit Grippe und völlig verschnupft stellen Sie sich nicht vor die Kamera. Aber Sie müssen nicht jedes Äh und Öm 'rausschneiden, wenn der Gesamtauftritt stimmig ist. Die Toleranzschwelle für Unperfektion ist bei Zuschauern unterschiedlich. Wenn Ihr Publikum in erster Linie aus Führungskräften besteht, sind die Ansprüche andere als wenn Sie Yogakurse anbieten.

Fehler 2: Keine klare Struktur

Jedes Video braucht eine gute Struktur und einen Spannungsbogen. Statt mit "Ich möchte mich erst mal vorstellen" steigen Sie lieber mit einem Knaller ein, zum Beispiel ein Versprechen, was durch das Video klar werden wird. Für ein Verkaufsvideo können Sie ein Video zum Beispiel so aufbauen: Einsteigen mit dem Problem, um das es geht. Erklären, warum es unangenehm ist. Dann erzählen Sie, wie Sie auf eine Lösung gekommen sind und warum Ihre Lösung funktioniert. Anschließend können Sie berichten, wie sich eine Situation dadurch verbessert hat. Am Ende steht immer ein Call to Action – die Aufforderung zu einem nächsten Schritt.

Fehler 3: Langatmige Videos

Kürzer ist meistens besser. Das gilt vor allem für Verkaufsvideos. 3 bis 6 Minuten reichen aus. Auch wenn es zum Beispiel um ein Content-Video geht, in dem eine Software erklärt wird, sollten 25 Minuten nicht überschritten werden. Lieber mehrere Teile zu einer kleinen Serie zusammenfügen. Dann ist man gleich mehrmals präsent.

Fehler 4: Kein Marketing

Video hergestellt ist noch nicht Video bekannt gemacht. Damit Videos gesehen werden, braucht es ein paar Schritte. Im eigenen Youtube-Kanal zahlt es sich sehr aus, jedes hochgeladene Video mit passenden Keywords und Tags und einer guten Beschreibung zu versehen.

Video Booster

Bringen Sie Ihr Business aufs nächste Level!

Hier kommt Unterstützung!

Tipps ohne Ende

Im Internet gibt es viele tolle Seiten mit Tipps rund ums Video-Marketing – vor allem auf Englisch: Zig Tutorials und Handbücher erklären die verschiedenen Software-Programme wie Camtasia, CamStudio usw.

Damit können Sie sich gut und günstig schlau machen. Nachteil: Es gibt zwar Tipps ohne Ende, aber der rote Faden fehlt und Antworten auf persönliche Fragen gibt es meist auch nicht. Es dauert also etwas länger, sich alleine durch den Info-Dschungel zu schlagen. Kann aber auch Spaß machen, wenn man genug Zeit hat.

Video-Booster – Der Kurs

Für alle, die es nicht allein, sondern mit professioneller Unterstützung angehen wollen, haben wir einen kompakten Online-Kurs für schnellen Erfolg entwickelt:

Video-Booster.

Wir führen Sie in 12 umfangreichen Modulen Schritt für Schritt über 7 Meilensteine zum Erfolg mit Ihrem Video-Marketing.

Schauen Sie sich an, was alles im Kurs Video-Booster steckt. Vielleicht kommt er ja gerade recht für Sie:

<http://video-booster.de/kurs/>

Per Video und Text sowie mit Checklisten und Arbeitsblättern zeigen wir Ihnen ganz einfach, worauf es ankommt und wie es geht.

Sie können in Ihrem eigenen Tempo mit den Kursinhalten arbeiten, immer wenn es gerade in Ihren Business-Alltag passt.

Sehen wir uns im Workshop Video-Booster?

Wir freuen uns auf Sie!

Sandra Christiansen und Annja Weinberger
It's Showtime!

<http://video-booster.de/kurs/>

www.video-booster.de