

Video Booster

Bringen Sie Ihr Business aufs nächste Level!

Wie Selbstständige mit Videos leichter Kunden gewinnen

Der Starter-Guide für erfolgreiches Video-Marketing

von
Sandra Christiansen

Dipl. Multimedia Producer und Inhaberin der
InternetUnternehmerAkademie



Inhalt

1. Für Wen – Von Wem?.....	3
2. Was bringen mir Videos?.....	4
3. Welche Video-Arten gibt es?.....	5
4. Welche Video-Arten passen zu mir?.....	7
5. Ist das kompliziert, teuer und aufwändig?.....	8
6. Worauf kommt es bei guten Videos an?.....	9
7. Welche Fehler sollte ich unbedingt vermeiden?..	10
8. Die 5 wichtigsten psychologischen Trigger.....	11
Hier gibt es Unterstützung!.....	13

Video Booster

Bringen Sie Ihr Business aufs nächste Level!

Hallo, liebe Selbstständige!

Dieses E-Book 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 2020 mit Video-Marketing ihren großen Durchbruch schaffen!

Schon jetzt, aber spätestens in 2020, wird es sehr schwer werden, sich ohne Video-Marketing eine gute Reichweite und Präsenz im Internet aufzubauen. Immer mehr Unternehmer/innen haben diesen wichtigen Trend erkannt und setzen mehr und mehr Videos in ihrem Marketing ein, überall dort, wo sie ihre Sichtbarkeit und Präsenz weiter ausbauen: Auf der eigenen Website, in Interviews auf anderen Websites, auf dem Blog, auf Face-Book, auf YouTube, Instagram, .. und so weiter.

Mit diesem E-Book möchte ich Ihnen insbesondere auch als Einsteiger/in neben einen guten Überblick über die vielfältigen Möglichkeiten auch einiges an Tipps mitgeben, wie Sie Videos inhaltlich und technisch gut umsetzen und damit Ihre Reichweite und Bekanntheit um ein vielfaches steigern können - so wie ich und

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 potentielle Kunden einen guten ersten Eindruck von Ihnen als Persönlichkeit machen. Sie werden damit viel mehr passende Kunden gewinnen.

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 Face-Book 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 mal ein Beispiel:

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 statische Texte / Bilder 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.

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 meine 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/>

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. Im folgenden Kapitel lernen Sie mein praxisbewährtes 5-Schritte-System kennen, das Sie für jede Art von Videos anwenden können, um mehr Traffic, Interaktion und höhere Verkaufsraten zu erreichen.

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. In diesem Video gebe ich Ihnen 4 Tipps, mit denen Sie aus jedem Video ein unterhaltsames kurzweiliges Video: <https://www.youtube.com/watch?v=yBxYj7IjXJs>

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 zählt es sich sehr aus, jedes hochgeladene Video mit passenden Keywords und Tags und einer guten Beschreibung zu versehen.

Die 5 wichtigen psychologisch wirksamen Trigger für Videos, die verkaufen

Mit diesem 5-Schritte-System aus der Praxis stelle ich Ihnen einen sehr wirkungsvollen Rahmen für Ihre Videos zur Verfügung, der bereits vielen meiner Kunden und mir geholfen hat, hunderttausende Euros an Umsatz zu generieren.

Dieses System wende ich selbst immer wieder erfolgreich an und es wird auch Ihnen helfen, eine klare Struktur für Ihre Videos aufzubauen.

Sobald Sie die Psychologie des "emotionalen Verkaufens" verinnerlicht haben, werden Sie in der Lage sein, Ihre idealen Kunden anzuziehen und viel mehr Ihrer Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen, ohne dabei "verkäuferisch" rüberzukommen. Videos werden Ihr Marketing viel einfacher machen, das kann ich Ihnen versprechen!

Was Sie hier lernen werden, ist, wie Sie über Ihre Videos eine echte authentische Verbindung zu Ihren potentiellen Kunden herstellen können und damit schneller eine größere Reichweite und Markenpräsenz aufbauen. Dadurch wird es viel leichter für Sie werden, mehr E-Mail-Interessenten in Ihre Listen zu bekommen und Ihre Programme zu verkaufen.

Ich hoffe sehr, Ihnen mit den Tipps in diesem E-Book eine Hilfe zu geben und Sie zu motivieren, damit Sie Videos zukünftig regelmäßig und erfolgreich in Ihrem Business einsetzen.

Trigger 1: Vertrauen (eine Verbindung herstellen)

Starten Sie Ihr Video mit einer freundlichen einladenden Begrüßung und bauen Sie sofort eine Verbindung zu Ihren Zuschauern auf. Dabei ist ganz wichtig, dass es nicht so rüberkommt, als würden Sie zu einer Masse an Zuschauern sprechen, sondern Ihrem Zuschauer das Gefühl geben, Sie würden direkt - von Angesicht zu Angesicht - zu ihm oder ihr sprechen. Hier ist ein kurzer Tipp, wie Sie Ihr Video starten können: "Hallo und herzlich Willkommen! Mein Name ist _____ und ich bin der/die Autor/Autorin von _____". Wenn Sie ein Dienstleistungs-Unternehmen betreiben, sagen Sie entsprechend Geschäftsführer/in oder Inhaber/in. Damit unterstreichen Sie Ihren Experten-Status und bauen Vertrauen auf.

Trigger 2 - Glaubwürdigkeit

Als nächstes folgt Ihr "Ich helfe Ihnen bei"-Statement. Greifen Sie nach der Vorstellung direkt ein Problem auf, das Ihre Kunden oft haben, und kündigen Sie kurz an, welche Lösung Sie im Video dazu anbieten. Welche lebensverbessernde Transformation erzeugen Sie bei Ihren Kunden mit Ihrem Wissen?

Trigger 3 - Versprechen

Greifen Sie ganz konkret die Probleme auf, die Sie und Ihre Kunden in der Vergangenheit "nicht haben schlafen lassen" und wie Ihr Produkt oder Tipp (je nach Video-Art, siehe weiter oben) eine Transformation zu einem besseren Leben oder der einfachen Lösung des Problems erzeugt hat.

Trigger 4 - Wunsch

Mit den vorherigen 3 Trigger-Elementen haben Sie bei Ihren Zuschauern den Wunsch erzeugt, mehr darüber zu erfahren, wie Sie auch ihm oder ihr mit Ihren Tipps bzw. Produkten helfen können. Das ist jetzt der richtige Moment, diese Erwartungshaltung in eine Handlung zu konvertieren: Ihr kostenloses Angebot mit einer E-Mail-Adresse anzufordern, Sie anzurufen oder Ihr Produkt/Coaching/Dienstleistung zu kaufen, je nachdem, was Ihr Ziel ist.

Trigger 5 - Aktion

Der Wunsch, mehr zu erfahren, die Lösung zu bekommen, löst einen starken Handlungsimpuls aus. Mit einer klaren motivierenden Handlungsaufforderung werden Sie mehr Zuschauer dazu bewegen, das von Ihnen gewünschte Ziel zu erreichen: Sich für Ihre E-Mail-Liste anzumelden, z.B. um einen weiterführenden Kurs oder ein Freebie zu erhalten oder Ihr Produkt zu kaufen. Fassen Sie die Vorteile Ihres Angebotes (kostenlos oder kostenpflichtig) am Ende des Videos nochmal zusammen, z.B. so: "Sie wollen mehr über _____ (Ihre Lösung) erfahren? Dann tragen Sie sich jetzt ein und Sie erhalten _____ (Ihr Produkt) "

Wie geht es jetzt weiter?

Die Umsetzung jeder dieser 5 Schritte hin zu einem verkaufstarken Video wird im Video-Booster-Kurs genau erklärt. Dazu erhalten Sie Vorlagen für verschiedene Video-Arten wie Verkaufs-Videos, Videos für E-Mail-Lead-Generierung, Videos für kostenlose Kurse, Startseiten-Videos, Über-Mich-Videos, u.v.m.

Video Booster

Bringen Sie Ihr Business aufs nächste Level!

Sie möchten Ihr Business mit Videos auf ein neues Level bringen? 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 meistens 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

Wenn Sie Ihr Video-Marketing nicht allein, sondern mit professioneller Unterstützung angehen wollen, habe ich einen kompakten Online-Kurs für schnellen Erfolg entwickelt:

Ich führe 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:

[LINK](#)

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

Zu allen Tipps, die Sie hier erhalten haben, gibt es vertiefende Workshops mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen und ergänzenden Arbeitsmaterialien zur einfachen und schnellen Umsetzung des erlernten Wissens.

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?

Ich freue mich auf Sie!

Sandra Christiansen