

Die 5 Elemente

eines erfolgreichen Erklärvideos



videoboost

5 Elemente

eines erfolgreichen Erklärvideos

01

Aufmerksamkeit gewinnen

› Warum?

Oftmals entscheiden die ersten Sekunden darüber, ob ein Zuschauer sich Ihr Erklärvideo anschaut oder nicht. Wenn Sie innerhalb dieser Zeitspanne die Aufmerksamkeit des Zuschauers gewinnen und genügend Spannung erzeugen, schaut er sich das Video bis zum Ende an.

› Wie?

- **Elevator Pitch/Nutzenversprechen:** Vor dem Start des Videos wird kurz eingeblendet, welchen Nutzen Ihr Produkt oder Dienstleistung dem Interessenten bietet.
- **Frage aufwerfen:** Werfen Sie eine Frage auf, die den Zuschauer neugierig macht und dazu bringt das Video anzuschauen.

› Welche Fragen sind hilfreich für die Skripterstellung?

- Wie kann ich den Zuschauer neugierig machen und seine Aufmerksamkeit gewinnen?
- Wie kann ich Spannung erzeugen?
- Wie lautet mein Elevatorpitch? (Hauptnutzen in max. 2 Sätzen zusammenfassen)



Problem des Zielkunden darstellen

› Warum?

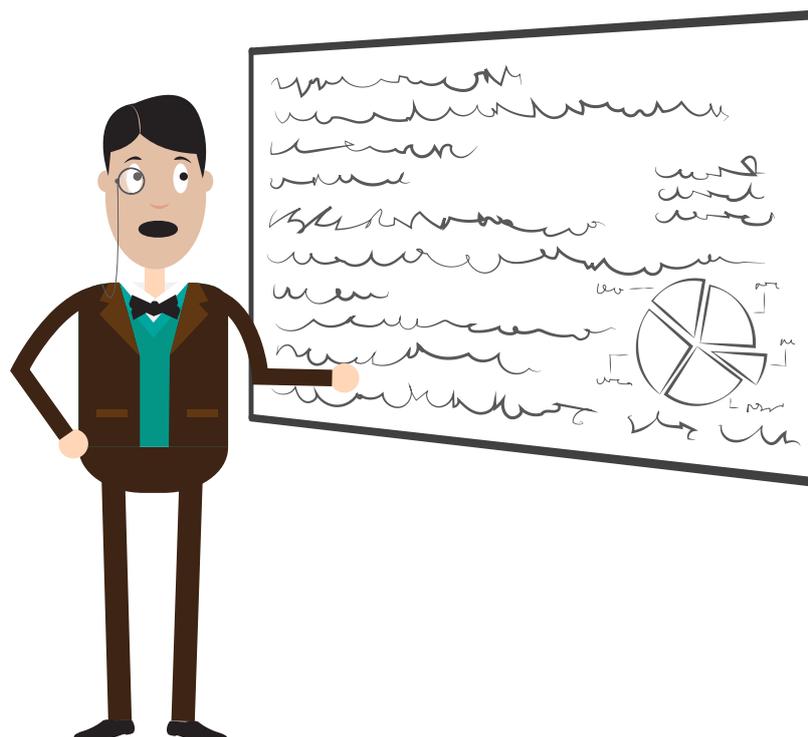
Jedes Produkt oder Dienstleistung löst ein Problem. Damit Ihr Video möglichst überzeugend wirkt, müssen Sie dem Zuschauer dieses Problem deutlich machen. Zeigen Sie ihm auf emotionale Weise, welche Schmerzpunkte er weiterhin erfahren wird, wenn er das Problem nicht löst.

› Wie?

- **Spezifisches Problem darstellen:** Beschreiben Sie in welcher Situation das Problem auftaucht und welche Zielgruppe das Problem betrifft.
- **Schmerzpunkte darstellen:** Welchen "Schmerz" erfährt der Zuschauer, wenn er von dem besagten Problem betroffen ist?
- **Problem emotionalisieren:** Welche negative Emotion löst das Problem aus? Stress, Überforderung, Unzufriedenheit usw.?

› Welche Fragen sind hilfreich für die Skripterstellung?

- Welche Auswirkung hat das Problem? Weniger Geld/Umsatz? Weniger Zeit? Schlechtere Gesundheit? Unzufriedenheit?
- Wieso ist das Problem besonders tragisch? Wie sieht die Situation im schlimmsten Falle aus?



Problemlösung aufzeigen

› Warum?

Nachdem aufgezeigt wurde, welches Problem Ihr typischer Zielkunde hat, ist es nun an der Zeit zu erklären, wie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung dieses Problem lösen kann. Je besser und nutzerorientierter Sie Ihre Problemlösung darstellen, desto überzeugender wird Ihr Video!

› Wie?

- **Nutzen darstellen und emotionalisieren:** Es ist wichtig den Nutzen zu "übersetzen". Orientieren Sie sich z. B. an folgender Liste:



Welchen tieferliegenden Nutzen können Sie Ihrem Zielkunden bieten?

- | | | |
|--------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| ✓ Mehr Zeit | ✓ Mehr Freiheit | ✓ Beziehungen zu verbessern |
| ✓ Mehr Geld/Umsatz | ✓ Arbeit & Aufwand reduzieren | ✓ Abenteuer zu erleben |
| ✓ Schmerz zu eliminieren | ✓ Spaß haben | ✓ Anerkennung |
| ✓ Gesünder zu sein | ✓ Besser auszusehen | |
| ✓ Beliebter zu sein | ✓ Mehr Sicherheit | |
| ✓ Kosten senken | | |

- **Eigenschaften mit Nutzen verbinden:** Oftmals wird vergessen die Eigenschaften eines Produktes oder einer Dienstleistung mit dem eigentlichen Nutzen zu verbinden. Apple gelang dies z. B. bei der Einführung des iPods sehr gut. Statt nur die Eigenschaft "Unser MP3 Player hat 4 GB Speicher" zu nennen wurde mit "1000 Songs in der Hosentasche" der Nutzen dargestellt.

› Welche Fragen sind hilfreich für die Skripterstellung?

- Wodurch löst mein Produkt/meine Dienstleistung das Problem?
- Welche Vorteile und welcher Nutzen ergibt sich durch die Lösung des Problems?
- Wie kann ich die Lösung meines Problems mit den oben genannten emotionalen Nutzensvorteilen verbinden?

Funktion/Aufbau der Lösung zeigen

› Warum?

Nachdem Sie den offensichtlichen Nutzen Ihrer Problemlösung erklärt haben, ist es nun wichtig dem Zuschauer etwas detailliertere Informationen über Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung zu geben. Eigenschaften sollten aber auch hier wieder mit Nutzensvorteilen verbunden werden. Bei der Funktion/Ablauf Ihrer Lösung kann es außerdem sehr überzeugend sein, wenn Sie sich von alternativen Lösungen differenzieren.

› Wie?

- **Prozess/Ablauf darstellen:** Stellen Sie den Prozess/Ablauf Ihres Angebotes dar und erklären Sie, warum Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung das Problem besonders gut lösen kann.
- **Einzelne Funktionen hervorheben:** Heben Sie wichtige Funktionen/Eigenschaften Ihres Produktes oder Dienstleistung hervor. Achten Sie dabei darauf diese Funktionen mit konkreten Nutzensvorteilen zu verbinden.
- **Differenzierung zur Konkurrenz:** Falls es offensichtliche Konkurrenten bzw. alternative Lösungen gibt, kann hier gezeigt werden, wie sich Ihr Produkt oder Dienstleistung davon unterscheidet.

› Welche Fragen sind hilfreich für die Skripterstellung?

- Wie genau löst Ihr Problem oder Ihre Dienstleistung die vorher genannten Probleme?
- Wie kann der Ablauf/Prozess in maximal 3-4 Schritten dargestellt werden?
- Welche 2-3 Funktionen Ihrer Problemlösung bieten einen besonderen Mehrwert für den Interessenten?
- Unterscheiden Sie sich in bestimmten Funktionen von alternativen Lösungen?



Handlungsaufforderung/Call-to-Action

› Warum?

In zahlreichen Online Studien und Fallbeispielen wurde gezeigt, dass ein Zuschauer eher dazu bereit ist eine Handlung auszuführen, wenn er explizit dazu aufgefordert wird.

› Wie?

- **Handlungsaufforderung:** Fordern Sie den Zuschauer am Ende des Videos zu einer Handlung auf. Hier eine Reihe von Beispielen: "Melden Sie sich jetzt an", "Bestellen Sie jetzt XY", "Tragen Sie sich jetzt in die Email-Liste ein", "Teilen Sie das Video jetzt auf Facebook oder Twitter" etc.

› Welche Fragen sind hilfreich für die Skripterstellung?

- Welches Aktivierungsangebot kann ich dem Kunden machen?
- Was ist der nächste logische Schritt zur Lösung seines Problems?
- Was ist der einfachste und hemmungsfreiste Kanal für meinen Kunden mit mir in Kontakt zu treten?



Anhang

10 Tipps für ein umsatzstarkes Erklärvideo

- 01 Eine Minute Voiceover entspricht ungefähr 130-150 Wörtern.
- 02 KISS – Keep it short and simple: Das Video sollte kurz und simpel sein.
- 03 Verwenden Sie Beweis-Elemente: Erwähnen Sie Referenzen, Kundenzitate, Preise, etc.
- 04 Verpacken Sie das Skript in eine Geschichte. Stellen Sie den Zielkunden als Video-Charakter dar.
- 05 Witze sind gut! Aber seien Sie vorsichtig, sie müssen einfach und verständlich sein.
- 06 Nehmen Sie sich Zeit bei der Erstellung des Skriptes – Es ist das Grundgerüst Ihres Videos.
- 07 Versuchen Sie häufig vorkommende Einwände im Video zu beantworten.
- 08 Versetzen Sie sich in die Sichtweise des Zuschauers um überzeugende Formulierungen zu finden.
- 09 Sprechen Sie den Zuschauer möglichst direkt an.
- 10 Seien Sie möglichst spezifisch: Wie genau sieht Ihr Zielkunde aus? In welcher spezifischen Situation befindet er sich?

Jetzt Ihre Anfrage stellen

