

34

Content Ideen für Deinen Contentplan

Bist Du bereit für Deinen Reichweiten-Boost? Dann entdecke jetzt unsere mehr als 30 Content Ideen für ein erfolgreiches Content Marketing und Video Content. Los geht's!



1

Regelmäßige Video Serien mit einem Experten aus dem Team

Das ist eine der effektivsten Methoden, um Follower aufzubauen und das Branding zu stärken. In jedem Unternehmen gibt es Experten, die wertvolles Wissen in sich tragen, das für Kunden und Partner in der Branche hochinteressant ist. Nutze dieses Wissen, um mit einem regelmäßigen Format Touchpoints mit Deinen Kunden und Partnern zu setzen.



2

Heute vor... Jahren Post

Ein Klassiker ist der Jahresrückblick zum Jahresende. Aber warum nicht auch unterjährig in die Vergangenheit schauen und tolle Erinnerungen herauskramen? Wie sah z.B. Euer Messestand vor 20 Jahren aus und welche Themen waren damals die beherrschenden Themen? Wann wurde Euer Bestseller Produkt in seiner ersten Version eingeführt und was ging damals in der Welt vor sich? Gebe Deinen Followern gelegentlich einen blast from the past.



3

Kundenbeispiele zeigen. Wo steckt überall unser Produkt drin?

Was ist überzeugender als eine zufriedene Kundenstimme? Richtig! Kundenbeispiele oder Videos mit zufriedenen Kunden. Also ran an den Speck.



4

Satisfying Slow-Mo Video

Ganz egal, ob Euer Produkt greifbar oder digital ist – es verdient in jedem Fall ein eigenes Produktvideo, bei dem seine Funktionen und Benefits sichtbar werden. Und warum nicht mal aus der großen Masse hervorstechen und das Video in spannender, außergewöhnlicher Slow-Motion umsetzen?



5

Kanal Takeover von CEO oder Azubi

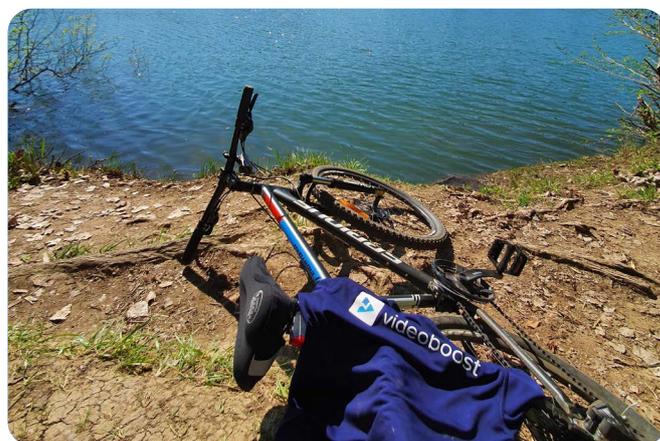
Nimm Deine Follower mit in den Arbeitsalltag Deiner Kollegen und zeig ihnen exklusive Einblicke, die man sonst nicht bekommt. Eure HR-Abteilung wird sich freuen: Denn das kann besonders dann gewinnbringend sein, wenn Stellen für diese Abteilung ausgeschrieben sind und potentielle Bewerber sich dieses Umfeld näher ansehen können.



6

Mitarbeiter mit interessanten Hobbies oder Errungenschaften vorstellen

Vielfalt gewinnt. Zeige stolz wie vielfältig Dein Unternehmen, die Unternehmenskultur und Mitarbeiter sind. Tausche Dich regelmäßig in Deinem Team und teamübergreifend aus, so erfährst Du garantiert von außergewöhnlichen Hobbies oder tollen Erfolgen Deiner Kollegen und schenkst ihnen gebührend Reichweite & Aufmerksamkeit.



7



Behind the Scenes Video

Was wird bei einem Videodreh benötigt und wer ist alles beteiligt? Wir Menschen sind ja von Natur aus neugierig. Gebe Deinen Followern auch mal Einblicke hinter die Kulissen eines Videodrehs. Damit zeigt man Authentizität und bringt den ein oder anderen mit spannenden und lustigen Szenen garantiert zum Schmunzeln.

8

Ausschnitte aus Podcast oder Videos als Highlight-Zuschnitt

Die Feeds sind lang und die Aufmerksamkeitsspanne ist kurz. Mit einem Recap oder Reminder über das, was kürzlich alles geschah oder ein spannender Teaser über das, was Deine Leser in Kürze erwarten wird, hält sie stets auf dem Laufenden.



9



LinkedIn Documents mit z.B. dem Bewerbungsprozess oder der Supply Chain eines Produkts

Wie wäre es mit etwas mehr Abwechslung und extrem viel mehr Dwell Time für Deinen LinkedIn Post? Setze dazu Deinen nächsten Post z.B. zum Thema Bewerbungsprozess in einer interessanten Bilderreihe um, die Du als PDF Deinem Post hinzufügst. Zack! Fertig ist Dein swipender Document-Post für mehr Engagement.

10

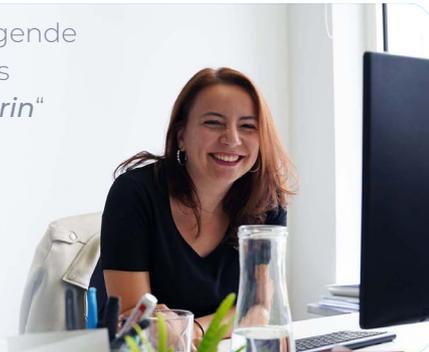
Unternehmensvision und Mission als Video oder Post veröffentlichen

Wissen Deine neuen Follower bereits was Dein Unternehmen ausmacht und wofür es steht? Teile 1-2 Mal im Jahr Eure Unternehmensvision, Mission oder Neuausrichtung mit einem unterhaltsamen Video-Post, sodass diese stets in den Köpfen der Follower und Kollegen bleiben.



11

„Meine bewegende Geschichte als *Personalleiterin*“



Eine inspirierende Geschichte von einem Mitarbeiter teilen

Mit einer emotionalen und inspirierenden Geschichte erhältst Du garantiert große Aufmerksamkeit und Reichweite. Lerne doch gleich mal Deine neuen Kollegen bei einem digitalen Kaffee kennen und lasse Dir ihre Geschichten erzählen.

12

Kollektionen von Mitarbeitern

Sharing is caring: Mit welchen Büchern, Podcasts, Blogs oder Kursen bilden sich Deine Kollegen regelmäßig weiter? Teile diese Kollektionen z.B. als Eure Lieblingsbücher des Jahres und tauscht Euch miteinander über Empfehlungen, etc. aus.



13



Die Personen vorstellen, die den Kanal betreuen

Wer sind sie und wenn ja, wie viele? Sammle jede Menge Sympathiepunkte, indem zur Abwechslung auch mal die Kollegen aus der Redaktion, die sonst hinter jedem Format stecken, vor die Kamera treten und sich vorstellen.

14

Statistiken über die Mitarbeiter als Video oder Bild darstellen

Die Mitarbeiter bilden das Herzstück eines jeden Unternehmens. Warum also nicht in einem unterhaltsamen Video, Bild oder Infografik darstellen, was dieses Herzstück ausmacht? Zeige die Vielfalt an Nationen, Branchenerfahrung uvm. Deiner Mitarbeiter.



15



Ergebnis von interner Umfrage

Eine weitere Möglichkeit Sympathiepunkte zu sammeln sind Infos über Dein Team in Form von internen Umfragen. Was war zum Beispiel der meistgehörte Song im Team, die meistgesehene Serie auf Netflix oder wie oft arbeitet das Team im Durchschnitt pro Woche aus dem Home Office?

16

Nutzen Sie die Reichweite von Thementagen

Es muss ja nicht unbedingt der „Tag der Kuschtier-Liebhaber“ im B2B-Umfeld sein. Aber zum „Weltfrauentag“, dem „Tag der Erfinder“ oder dem „Tag des Systemadministrators“ gibt es bestimmt so einiges spannendes aus Deinem Unternehmen zu berichten.



17

Nachhaltigkeitsinitiativen (Einsparungen, Umdenken, etc.)

Was gibt es Neues aus dem Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) in Deinem Unternehmen? Zeige Deiner Zielgruppe in einem emotionalen und authentischen Video, wie sich Dein Unternehmen regelmäßig für nachhaltiges Wirtschaften und auch für kleine nachhaltige Initiativen einsetzt und stärke damit Deine Brand.



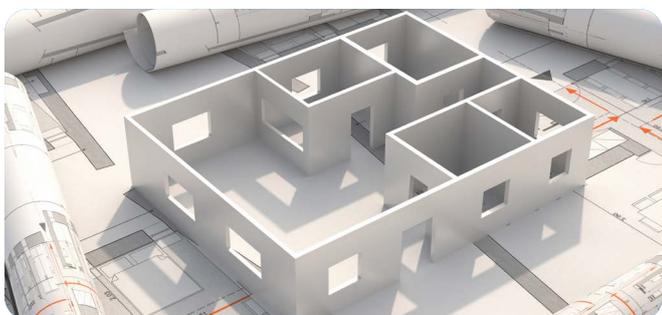
18

Biographie des CEO, durch welche Stationen ist sie/er in den Job gekommen

Die Person, die das Unternehmen formt, managed und tagtäglich Entscheidungen trifft, die sich auf das gesamte Unternehmen auswirken. Wer ist diese Person eigentlich genau und kennen Deine Kollegen und Follower diese Person bereits?



19



Sneak Peak eines neuen Produkts oder eines neuen Gebäudes

In Kürze launcht Ihr ein neues Produkt oder bezieht großartige neue Räumlichkeiten? Deine Mitarbeiter, Kunden – achwas – all Eure Stakeholder werden sich für Eure Neuigkeiten interessieren und Euch applaudieren.

20

Interessante Zahlen und Fakten zur Branche als Bild oder Video

Halte Deine Kollegen und Follower mit interessanten Branchennews stets auf dem Laufenden und rege Diskussionen an. Fakten oder interessante Zahlen lassen sich besonders gut in Infografiken oder Videos visualisieren.



21

Anstehendes Event bewerben

Welche Events, Konferenzen, Infoveranstaltungen oder Webinare stehen bei Dir im Unternehmen als nächstes an? Bewirb frühzeitig Euer kommendes Ereignis zum Beispiel mit Teaservideos und save-the-date Benachrichtigungen.



22

Speaker Announcement für eine Konferenz o.ä. wo die CEO spricht

Ihr veranstaltet demnächst eine Konferenz oder Dein CEO spricht auf einer? Teile diese Sprecher-Ankündigung Deinen Kollegen und Followern rechtzeitig mit und pushe damit die Reichweite.



23

Zuschnitt von wichtigen Aussagen

Ob aus einem Gastvortrag, Podcast oder aus interner News-Verkündigung – wichtige Aussagen oder Updates sollten nicht untergehen und am besten wiederholt gezeigt werden. Mit einem kurzen Video-Zuschnitt fasst Du die wichtigsten Aussagen zusammen und machst diese 24/7 zugänglich.



24

Zusammenfassung oder Verlinkung auf Presseartikel oder Fachbeiträge

Fasse wichtige Presseartikel oder Fachbeiträge für Deine Zielgruppe zu snackable Content zusammen. Bei diesem Format sind Dir von Bild-, über Document- bis Video-Post keine Grenzen gesetzt.



25



Stellenausschreibung von neuen Jobs als Video oder Bild

Normal kann jeder. Hebe Dich von der großen Masse ab, indem Du Eure Stellenausschreibungen von neuen Jobs als Video oder Bilderreihe präsentierst und vorstellst. Vielleicht werden die Teamleiter:innen sogar die neuen Protagonist:innen?

26

Umfrage posten

Zuhören macht sich bezahlt: Hole Dir von Zeit zu Zeit doch mal die Meinung oder das Feedback Deiner Follower über das Umfrage-Feature auf LinkedIn ein. Netter Nebeneffekt: Gut formuliert kann ein Umfrage-Post zu Diskussionen und Engagement anregen.

Welche Ressourcen zum Thema Video benötigen Sie am e
Sie können sehen, wie abgestimmt wurde. [Mehr erfahren](#)

Videos inhouse Selbstdrehen

YouTube-Kanal aufbauen

Optimale Video-Maße/Dauer etc.

Inspo für Anwendungsbereiche

27



Beiträge oder Artikel von Mitarbeitern teilen

Deine Mitarbeiter produzieren regelmäßig interessanten und unternehmensrelevanten Content? Teile diese Beiträge oder Artikel Eurer internen Experten.

28

Regelmäßiger Podcast und Videocast

Führe in Deinem Unternehmen oder über Deine Corporate Influencer einen Podcast / ein Videocast ein und finde Deine Nische. Kommuniziere regelmäßig über neue Folgen, Gastsprecher, Anekdoten oder Zitate und frage Deine Community was sie gerne in Deinem Podcast oder Videocast hören möchten.



29



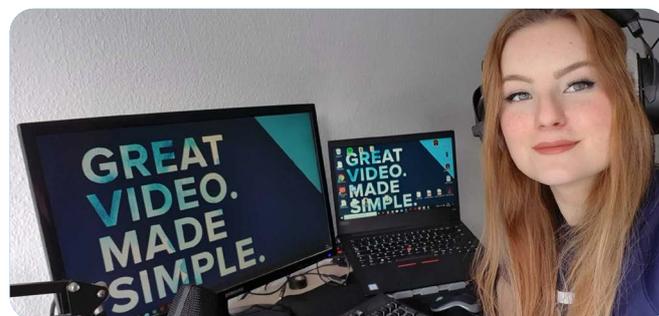
Show your workplace

Lasse Deine Kollegen ihre Arbeitsplätze im Homeoffice oder im Büro vorstellen. Der ein oder andere hat bestimmt ein paar Tipps & Tricks oder Equipment-Empfehlungen auf Lager, von denen Deine Follower oder Kollegen profitieren werden.

30

A day in the life Video

Wie sieht eigentlich der typische Arbeitsalltag einer CEO oder der Azubis aus? Tipp: Frage Deine Community im Voraus, was sie gerne über den Job wissen möchte und baue diese Inhalte gezielt im Video ein.



31



Jobantritts-Video – Wichtiger neuer Job wird besetzt

Besonders in einer Zeit, in der sich viele Mitarbeiter bisher nur virtuell oder digital über Chats kennengelernt haben, ist ein Jobantritts-Video sinnvoller denn je. In diesem Video kann sich der neue Mitarbeiter dem Unternehmen ganz persönlich vorstellen und seine Vision und Ziele für seinen Job mitteilen.

32

“AMA” oder: Ask me anything

Sammele auf internen und/oder externen Plattformen regelmäßig Fragen oder FAQ zu Deinem Unternehmen, Veränderungsmaßnahmen, Produkte, Prozesse uvm. Beantworte diese in einem Video, das Deiner Zielgruppe jederzeit zugänglich ist.



33



Listen und Aufzählungen zu einem Thema (vermitteln Ihren Expertenstatus)

Menschen lieben Checklisten und einfache Anleitungen. Welche Vorgänge kommen in Deiner Branche immer wieder vor und können in einer einfachen Liste als Do oder Dont's festgehalten werden? Oder mit Humor: z.B. "5 Dinge an denen man einen Labortechniker erkennt."

velox video
Academy
mit Lern-Garantie

veloxvideo



Video Academy als Lehrgang auf eigener Landingpage erstellen

Produziere eine Video Academy aus Deinen Lehrinhalten. Sei es zu Onboardings oder Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen in Deinem Unternehmen. Mit vielen „snackable“ Videos verleihst Du Deiner Academy eine übersichtliche Struktur & motivierst, ein Video nach dem anderen abzuschließen.

Unsere Favoriten

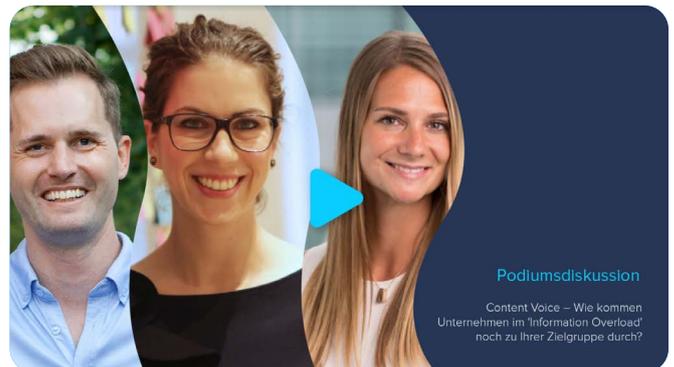


Regelmäßige Videoreihe für Bindung von Followern und Wiedererkennungswert

Wir Menschen mögen Kontinuität und die Algorithmen ebenso. Überlege Dir relevante Themen, zu denen Du regelmäßige Videoreihen produzieren kannst, damit Du stets auf dem Radar Deiner Zielgruppe bleibst und die Feeds erobert.

Highlight Events als Content Schatzkiste

Denke an Content Repurposing! Hoste z.B. eine Veranstaltung und verwende Die Aufnahmen oder Outcomes Deiner Vorträge oder Workshops noch monatelang für Posts, Newsletter Blogartikel, etc. weiter.





Um mehr Sichtbarkeit zu erhalten und als Branchenführer gesehen zu werden braucht es mehr als gutes Design und Werbegeschenke.

Clemens Groche
CEO

Kontaktiere mich – ich berate Dich gerne ganz persönlich zu Deiner individuellen Herausforderung.

☎ +49 6151 27646815

✉ info@videoboost.de

make great **work visible**