

5

Videos, die jeder **Konzern** in 2023 produziert haben sollte

Mehr als die Hälfte aller DAX 40 Unternehmen setzen bereits in ihrer Unternehmenskommunikations- und Marketing-Strategie auf diese Videos – und das mit großem Erfolg. Gehören Sie auch dazu?

IMAGEFILM

Der Imagefilm (oder auch: Imagevideo) übermittelt Ihrer Zielgruppe eine klare Botschaft mittels einer kreativen Story und endet immer mit einem eindeutigen Call-to-Action.

Warum brauchen Sie einen Imagefilm?

Grundsätzlich hilft Ihnen Ihr **Imagefilm**, Sympathie und Vertrauenswürdigkeit zu vermitteln. Ihr Imagefilm ist dabei ein wichtiges Mittel in Ihrer langfristigen Strategie, um Ihre Marke zu stärken und Ihre Stakeholder in Fans zu verwandeln.

Sie können mit diesem Video Ihre Unternehmenskultur und Ihre Unternehmenswerte sowie Ihre Vision und Mission der kommenden Jahre nach außen tragen. Zeigen Sie darin ganz selbstbewusst, was Ihr Unternehmen besonders macht und wie es sich von anderen abhebt.

Besonders in Zeiten von großem Wandel durch externe Einflüsse wie Wirtschaftskrisen und Pandemien oder durch interne Einflüsse wie zum Beispiel langwierige **Change-Prozesse** durch Umstrukturierungen oder Fusionen sind dies wichtige Zeitpunkte, um einen Imagefilm zu erneuern oder mit einem ganz neuen Imagefilm aufzuklären und so über die Weiterentwicklung und Zukunft des Unternehmens zu informieren.

Unser Tipp:

Setzen Sie Ihren Imagefilm in mehr Kanälen ein, als nur auf Ihrer Website oder im Intranet. Nutzen Sie die Reichweite der sozialen Netzwerke und überzeugen Sie auch potentielle Bewerber von sich.



Rommelag iLabs GmbH

Vision 2030 (Change Management)



Merck

Translational Cosmetics



LPW Reinigungssysteme GmbH

Technische Sauberkeit

2 DAS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) VIDEO

Als Konzern oder Großunternehmen fördern Sie mit Ihrem CSR-Management die gesellschaftliche Verantwortung, die Ihr Unternehmen leistet und geben Ihrer Umwelt etwas zurück. Lassen Sie Ihre Zielgruppe genau das wissen!



VEOLIA DEUTSCHLAND
CSR



Plica AG
CO2 Libra



365 Sherpas GmbH
Vonovia Nachhaltigkeitsinitiative



E.ON
E.ON Zukunftstrategie



Lidl Dienstleistung GmbH & Co.
Lidl-Lebensräume

Warum brauchen Sie ein CSR-Video?

Mit einem wirkungsvollen und emotionalen CSR-Video unterstreichen Sie Ihre Authentizität, heben Ihre Unternehmenswerte hervor und zeigen Ihrer Zielgruppe Ihre strategischen CSR-Maßnahmen und -Konzepte auf.

Mit diesem Video können Sie Ihr Leitbild aus den Führungsebenen an die Mitarbeiter transparent und verständlich weitertragen. Informieren Sie also ausführlich über Ihren Beitrag an die Gesellschaft, Umwelt, Mitarbeiter und für eine nachhaltige Wirtschaft.

Geben Sie mit Ihren CSR-Videos ein positives Gefühl und Motivation sowohl an Ihre Mitarbeiter als auch an Ihre Kunden und Geschäftspartner weiter.

Unser Tipp:

Thematisieren Sie zum Beispiel in einer CSR-Video-Reihe Ihre unterschiedlichen CSR-Maßnahmen, Ziele, Erfolge und zeigen Sie Ihren Mitarbeitern und der Gesellschaft, wie CSR in Ihrem Unternehmen Tag für Tag aktiv gelebt wird.

3 EMPLOYER BRANDING VIDEO

Das Employer Branding Video ist ein wirkungsvolles Mittel, mit dem Sie Ihre [Employer-Branding-Strategie](#) erfolgreich in die Tat umsetzen.

Warum brauchen Sie ein Employer-Branding-Video?

Positionieren Sie Ihr Unternehmen mithilfe von Videos ganz transparent und authentisch als attraktiven Arbeitgeber und vermitteln Sie Ihre Employer Value Proposition.

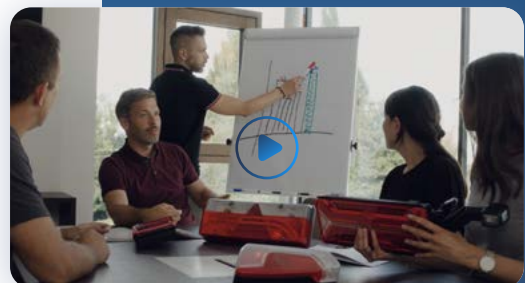
Zeigen Sie Ihren potentiellen Bewerbern in einer Employer-Branding-Videoreihe, warum sie für Sie arbeiten sollten und geben Sie Einblicke in den Arbeitsalltag der unterschiedlichen Abteilungen. Lassen Sie dazu Ihre Mitarbeiter selbst vor der Kamera über Ihre Arbeit, Erfolge und Ihren Werdegang sprechen. So können Sie gleichzeitig aufzeigen, welche Karrierechancen Ihr Unternehmen ermöglicht.



GULP GmbH
Jahresauftakt - Direkt Team



SCHENCK RoTec GmbH
Einblick in das Team
Softwareentwicklung



Aspöck Systems GmbH
Gemeinsam erleuchten
wir die Nacht

Mit Video können Sie außerdem Ihren [Recruiting-Prozess](#) leicht erklären, transparent darstellen und Ihre Bewerberquote nachhaltig erhöhen.

Stärken Sie Ihr Mitarbeiternetzwerk zum Beispiel über das Intranet oder Ihre Kommunikations-Tools, indem Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig über ihre Erfahrungen und Erfolge berichten lassen. Gerade in Zeiten, in denen das remote Arbeiten so viel beansprucht wird, wie nie zuvor geht dieser wichtige und motivierende Austausch damit nicht verloren.

Unser Tipp:

Überraschen Sie intern Ihre Mitarbeiter oder extern in den sozialen Netzwerken mit Neuigkeiten zu wichtigen Milestones in Ihrem Unternehmen mit kreativen Video-Botschaften.

4 DAS LINKEDIN VIDEO

Ob für Recruitment, Social Selling, für Brand Awareness oder zur Lead-Generierung – am internationalen Business Netzwerk LinkedIn kommt heute kein Konzern der Großunternehmen mehr vorbei.

Warum brauchen Sie ein LinkedIn-Video?

Beherrschen Sie die **schnelllebigen Feeds** mit wirkungsvollen Videos für Ihr Unternehmen und kommunizieren Sie zum Beispiel regelmäßige Unternehmens-News in kurzen Update-Videos.

Präsentieren Sie jedoch nicht nur Ihre neuen Produkte oder Services, sondern geben Sie in unterhaltsamen Videos auch Einblicke hinter die Kulissen, in Ihren Betrieb oder in Ihre Prozesse und beeindrucken Sie so Ihre Zielgruppe.

Neben den klassischen Teaser-Videos, mit denen Sie bereits Ihre Produkte, Services, Erfolgsgeschichten oder Veranstaltungen auf LinkedIn ankündigen, sollten Sie das Content-Video-Format in Ihren Redaktionsplan aufnehmen, bei dem das Video in sich der Mehrwert für Ihre Zuschauer ist.

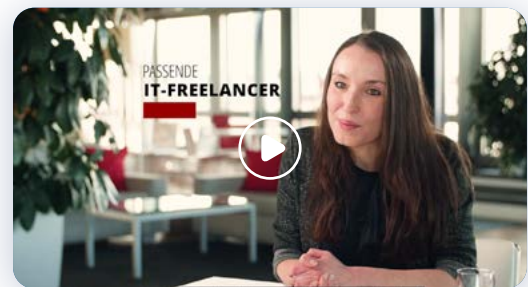
Mit diesen Content-Videos können Sie sich als Experte in Ihrem Wirkungsbereich positionieren und erklärungsbedürftige Inhalte regelmäßig veröffentlichen. Dabei sorgen Content-Videos für einen ordentlichen Reichweiten-Boost, durch den Sie regelmäßig neue Follower für Ihre LinkedIn-Unternehmensseite generieren.

Unser Tipp:

Nutzen Sie Ihre Reichweite auf LinkedIn, um relevante Themen über Ihr Unternehmen zu veröffentlichen, die Sie bereits in Ihrem Imagefilm, Ihren CSR-Videos oder Employer-Branding-Videos veröffentlicht haben. Sie können diese Inhalte in kurze Sequenzen schneiden lassen und gezielt ausspielen.



MPDV Mikrolab GmbH
Smart Factory Week



GULP GmbH
GULP Direkt Direktplattform Teaser UT



E.ON SE
Hydrogen Folge 1

5

LIVE VIDEO

Mit **Live Video** kommunizieren Sie in Echtzeit auf der ganzen Welt – vollkommen ortsunabhängig und können mit Ihren Teilnehmern in direkten Kontakt treten.

Warum brauchen Sie ein Live-Video?

Das Live Video Format ermöglicht Ihnen die Echtzeit-Kommunikation und direkten Austausch mit Ihrer Zielgruppe. Da die Teilnahme an Live Video vollkommen ortsunabhängig ist, erhöhen Sie Ihre Teilnehmer-Rate sehr viel leichter und entlasten zugleich die Umwelt durch ein geringeres Reiseaufkommen. Mithilfe von **maßgeschneiderten Plattformlösungen** können Sie für jedes Ihrer Event-Vorhaben von wichtigen Interaktions- und Call-to-Action-Features profitieren, mit

denen Sie für Ihr Unternehmen im Gegensatz zu Vor-Ort-Messen oder Events schneller und effektiver Reichweite, potentielle Leads oder Bewerber generieren können.

Setzen Sie gezielt auf Live Video Lösungen, um bei Ihren nächsten Produktlaunches, Pressekonferenzen, Online-Summits, Experten-Talks oder internen Firmenevents bessere Erfolgszahlen und Conversions für Ihr Unternehmen zu erzielen.



E.ON Group Innovation GmbH
E.ON Energy Talk 2 Essen



tegut
Pressekonferenz zum neuen
Vertriebskonzept

Unser Tipp:

Lassen Sie Ihr Live Video Material nicht im Keller verschwinden, sondern recyceln Sie Ihr Videomaterial für weitere Kanäle wie dem Intranet, Social Media und viele weitere. 21 ausführliche Experten-Tipps für die Vor- und Nachbereitung Ihrer Live Videos finden Sie in unserem **Digitale Events Guide**.



Clemens Groche

CEO

+49 6151 27646815

info@videoboost.de

Clemens Groche

Let's talk

Langfristig sollten Sie jedes dieser Videos in Ihre Strategien implementieren, regelmäßig für jedes dieser Themen aktuelle Video-Inhalte produzieren und in Ihrem Redaktionsplan Video als festen Bestandteil einplanen, um weiterhin **sichtbar zu bleiben und Ihre Zielgruppe zu überzeugen**.

Von der Strategie, über Content Planung und Produktion bis hin zur Performance & Analyse helfen wir Ihnen dabei **Ihre videobasierte Kommunikationsstrategie auf das nächste Level zu bringen**.

Übrigens: Mehr als die Hälfte aller DAX 40 Konzerne dürfen wir bei videoboost bereits zu unseren Kunden zählen und von unserer Leistung überzeugen.

Sind Sie bereit dazuzugehören? Wir freuen uns schon auf Sie.



„I love working with videoboost because they make a personal connection, they talk to me not just as a customer but also as a person. I love this and I wish more companies would do that. That, for me, is a huge positive for videoboost.“

-Amanda Gläser-Bligh

Manager Communications & Political Affairs bei EON

