

Wieso es sich lohnt, Videos als Kernelement der Marketingbemühungen zu sehen

Präsentiert von Jamie Hänni und
Mireille van Reenen

Arbeitsblätter

Zum Ausdrucken oder digital Bearbeiten mit
PDF Editor

(z.B. Acrobat oder Online Tool wie Dochub

<https://dochub.com/pdf-editor>)

Aufgabe

1. Überlegen Sie sich, was Ihre persönliche Motivation ist, um Videos zu produzieren.
2. Verfassen Sie einen ersten einfachen Text, der in einem Video funktionieren würde. Verwenden Sie als Hilfsmittel die “Vorlage Erstkontakt-Video” oder starten Sie direkt mit dem CopyCockpit Chatbot [“Verkaufsvideo-Text”](#).
3. Kontrollieren Sie Ihren Text anhand der “Checkliste Text Erstkontakt-Video”.

Erstkontakt-Video

Ziele:

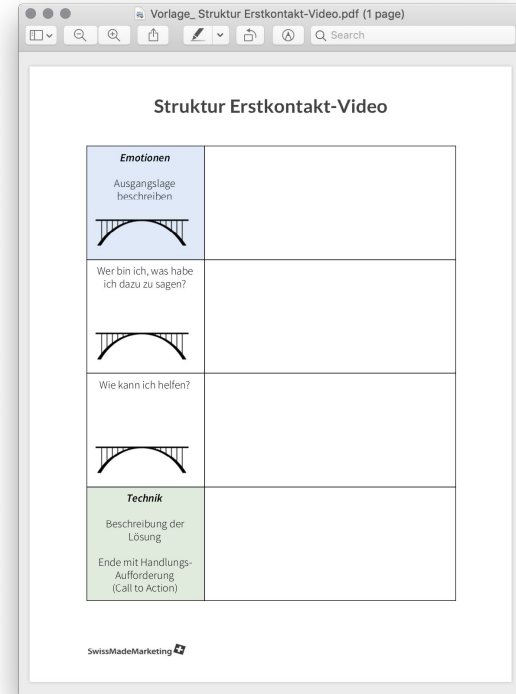
- neue Kontakte möglichst gut in deren Situation abholen
- Verständnis und Kompetenz zeigen
- Zu einer Aktion motivieren (Terminanmeldung, Freebie, Direktkauf, etc.)

Eckpunkte:

- Länge ca. 90 Sekunden (weniger ist mehr!)

Verwendung:

- auf Webseiten und Landing Pages
- als Werbeanzeige (auch in reiner Textform)
- in der Kaltakquise



Checkliste Text Erstkontakt-Video

- Die Kernbotschaft ist klar
- Jedes 10-jährige Kind könnte den Text verstehen
- Der Nutzen für das Publikum wird klar (“was habe ich davon?”)
- Der Text ist klar strukturiert
- Der Text ist erlebnisorientiert

support@swissmademarketing.com