

MOSAIQ

KOMMUNIKATIONSAGENTUR

REC

00:18:05

HD

Film und Video

**MIT VIDEOCONTENT ERFOLGREICH BOTSCHAFTEN KOMMUNIZIEREN;
INFORMATIV UND UNTERHALTSAM.**

In der Vermarktung fruchten traditionelle Werbeformate wie Text und Bild – trotz hoher Content-Marketing-Bemühungen – weniger zufriedenstellend als auch schon. Das liegt daran, dass Bewegtbild und Animation – vor allem im Social Media-Umfeld – äusserst beliebt ist. Diesen Trend haben Applikationen wie Facebook- und Insta-Stories enorm verstärkt und Video zum bevorzugten Format für B2B-Werbung gemacht.

Videoinhalte sind aufmerksamkeitsregender und eindringlicher als andere Inhaltsformate. Videos sagen mehr in weniger Zeit und präsentieren Inhalte vielfach komprimierter, verständlicher, emotioneller und dadurch benutzerfreundlicher.

Da immer mehr Videoinhalte konsumiert werden, benötigen die Vermarkter eine gut geplante Videomarketingstrategie, mit der sie den Wettbewerbern einen Schritt voraus sind. Auf den ersten Blick erscheint es sicher als grosse Herausforderung, mit einem solchen Vorhaben von Grund auf zu starten und im Wust der Videobot-

schaften herauszustechen. Liegt erst mal eine Strategie und ein einfacher Redaktionsplan mit zu vermittelnden Botschaften (Kampagnen) und Zielgruppen vor, ist die grösste Hürde geschafft, um in einen fließenden Prozess zu gelangen.

Auch Video-Content muss überzeugen

Wichtig für den Marketer ist in jedem Fall die Tatsache, dass der Zielgruppe ein eindeutiger Mehrwert geboten werden muss. Die erfolgversprechendste Herangehensweise hierfür fusst auf überzeugenden und für den Empfänger relevanten Inhalten. Das A und O des Regelwerks: Content ist und bleibt weiterhin «King». Was sich so einfach anhört, ist in der konkreten Umsetzung wahrlich weitaus komplizierter. Die Frage aller Fragen lautet: Durch was zeichnet sich überzeugender Content aus? Die zwei wichtigsten Kriterien lauten Unverwechselbarkeit und Kreativität. Einen Wettbewerb zur Lead-Generierung zu veranstalten oder Online-Banner für die nächste Awareness-Kampagne zu schalten, ist zwar ziemlich kostengünstig und auch leicht umsetzbar. Es



ist aber bei Weitem nicht die zielführendste Variante, um nachhaltigen Eindruck bei der Zielgruppe zu hinterlassen. Ein Ausweg aus diesem Dilemma zwischen Budgetfragen, Messbarkeit und Zielgruppenrelevanz ist personalisierter Video-Content. Das Grundprinzip ist schnell erklärt: Die Zielpersonen werden zu den Hauptpersonen des Bewegtbildes und buchstäblich zu den eigentlichen Stars der Kampagne. Dadurch ist Aufmerksamkeit garantiert.

Vorteile durch Personalisierung

Durch die direkte Verfügbarkeit der Videos auf digitalen Kanälen ist der potenzielle Kunde ausserdem besonders offen für ein personalisiertes Produkt. Zum einen werden personalisierte Videos bis zu fünfmal länger angesehen als nicht-personalisierte Videos (Quelle: Info Trends 2018), zum anderen schnellen die Teilraten in den sozialen Medien in die Höhe – der Marketeer schlägt zwei Fliegen mit einer Klappe, rückt durch das Video seine Kunden in den Mittelpunkt und sich selbst gleichzeitig elegant ins Gedächtnis ebendieser. So wird die eigene Marke oder das eigene Produkt mit den persönlichen Momenten des Empfängers und dadurch automatisch positiv assoziiert. Nutzen kann man dies auch direkt; zum Beispiel, um den Online-Umsatz zu steigern.

Nach einer Veranstaltung, bei der man selbst teilgenommen hat, mit einem passenden Produktangebot angesprochen zu werden, ist um einiges erfolgversprechender, als unpersönliche plakative Werbebotschaften

im Grossformat. Der springende Punkt ist, dass die Zielgruppe eher bereit ist, einem Angebot nachzugehen, wenn es persönliche Relevanz für sie bereithält. Die Kaufentscheidungen werden also zugunsten des Marketeers beeinflusst, der das persönliche Video ermöglicht hatte. Ganz besonders dann, wenn das Video direkt mit einem Web-Shop oder Spezialangebot auf einer Landingpage verknüpft wird. Hinzu kommt, dass der Erfolg von personalisiertem Video-Content messbar ist.

Egal, ob es sich dabei um Parameter wie die Zahl neuer Leads, die Verweildauer auf der Website, die Öffnungs- und Betrachtungsrate der persönlichen Videos oder die Teilungsrate der Videos handelt. Durch intelligente Einbettung ist es möglich, den «Earned Media Impact» zu messen und so nachzuverfolgen, wie oft ein Video über welchen Kanal geteilt wurde. Die Digitalisierung ermöglicht es, in «real-time», den Erfolg einer Kampagne zu verstehen.

Fazit

Wer seine Zielgruppen direkt und individualisiert ansprechen und dabei seine Marketingkampagnen auch noch messbar machen will, für den ist personalisierter Video-Content eine sinnvolle Alternative. Denn er sorgt für mehr Website-Traffic und nebenbei auch für ein höheres Engagement in den sozialen Medien sowie eine zielgerichtete Leadgenerierung. Ein weiterer Pluspunkt dabei ist, dass so auch flexiblere und agilere Kampagnen möglich werden.

IMAGEFILM

Wie mache ich auf mein Business aufmerksam? Hier kommt ein kurzer, aussagekräftiger und visuell ansprechender Imagefilm ins Spiel. Innert 1-3 Minuten wird dem Betrachter erklärt wer die Firma ist und was sie tut. Das Video erzählt vieles mehr in weniger Zeit als ein geschriebener Text und unterstützt die Aussage visuell. Ein Imagefilm kann auf der Website eingebunden als Firmenportrait und/oder auf diversen Social Media Plattformen für Eigenwerbung seinen Einsatz finden. Wir konzeptionieren, planen, drehen und schneiden Ihr Imagefilm.

AB CHF 3710

ERKLÄRVIDEO

Etwa für eine interne Schulung oder eine Kundenpräsentation müssen gelegentlich komplizierte Sachverhalte oder Workflows erklärt werden. Hier reichen Worte oft nicht aus. Gemeinsam brechen wir Ihre Aussage auf das wesentliche herunter und kreieren eine visuelle Darstellung, die optional mit einer Voice-Over-Stimme begleitet werden kann. So werden komplizierte Inhalte innert kurzer Zeit verständlich dargestellt und müssen nicht wiederholt von einer Fachperson erläutert werden.

AB CHF 4890

EVENTFILM

Oft möchten die schönen Erinnerungen eines Events nochmals gesehen oder an Kunden und Freunde weitergeleitet werden. Hierfür ist ein Highlight Film eines Events bestens geeignet. Dieser kann online mit einem schriftlichen Blogbeitrag verknüpft werden, kann Inhalt eines bedankenden Newsletters sein oder gar für den nächstjährigen Event als Werbung dienen. Wir begleiten ihren Event filmisch und schneiden ein kurzes Highlight-Video.

AB CHF 1490

WERBEVIDEO

Eröffnen Sie einen neuen Standort oder möchten für ein nahendes Ereignis werben? Hierfür kommt ein auf ihren visuellen Auftritt gestyltes Werbevideo zum Einsatz. Mit kurzen und prägnanten Informationen machen sie innert weniger Sekunden auf die bevorstehende Neuigkeit aufmerksam und generieren zusätzlich Klicks auf Ihren Social Media Kanälen. Diese Art von Werbevideo kann gleichermaßen verfilmt, als auch mit einer zweidimensionalen Animation umgesetzt werden.

AB CHF 3740

PRODUKTVIDEO

Sie möchten für eines Ihrer Produkte werben? Ein Produktvideo zeigt innert wenigen Sekunden ein Objekt oder eine Lösung visuell anschaulich und kann die Vorteile interessant hervorheben. In einem Video kann das Produkt bereits im Einsatz gezeigt werden.

AB CHF 2800

ANDERE PROJEKTE

Sie wünsche eine Videoumsetzung nach ganz eigenem Gusto? Erzählen Sie uns Ihre Vision bei einem Kaffee und wir finden gemeinsam nach einer Audiovisuellen Lösung.

AUF ANFRAGE



PREPRODUKTION

Wir planen, berechnen und konzipieren.

BRIEFING

Für eine erste Ideen-Besprechung sitzen wir gemeinsam zusammen um Inputs zu sammeln.

OFFERTE

Nach dem ersten Meeting erstellen wir eine Offerte.

KONZEPT

Sobald die Offerte freigegeben ist, starten wir mit der Kreation und erstellen ein Skript. Darin können Moodbilder und/oder Storyboards enthalten sein.



PRODUKTION

Jetzt wird gedreht.

PRODUKTION

Der Dreh wird geplant (Preproduction) und ausgeführt (Production). Dazu gehören Abklärungen und Reservierungen, die Vorbereitung des Drehortes, die Wahl der Beleuchtung, Regie und Liveaufnahme vor Ort inkl. Anzahl Kameras und Personal, Miete von Spezial-Equipment usw. Und dann heisst es: «Kama läuft – Action!»



POSTPRODUKTION

Wir schneiden das gefilmte Material zu einem fertigen Produkt.

ROHSCHNITT

Nach den Dreharbeiten beginnen wir mit dem Rohschnitt, welchen Sie online betrachten können. Hier werden Feedbacks notiert und deren Machbarkeit besprochen.

FEINSCHNITT

Der erste Korrekturlauf ist erledigt und wir schneiden den Film, inkl. Color Grading, Titelanimationen und Sounddesign fertig.

ENDABNAHME

Nun wird das Projekt final in den offerierten Dateiformaten überreicht.