

Überzeugt in 60 Sekunden!



Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Inhaltsverzeichnis..... | 2 |
| Einleitung..... | 7 |
| Warum ist ein Imagevideo in 60 Sekunden optimal?..... | 9 |
| Kapitel 1: Vorbereitung..... | 10 |
| Was soll Dein Imagevideo bewirken?..... | 10 |
| Welches Problem löst Du mit Deinem Produkt/Angebot bei Deinen Kunden?..... | 11 |
| Für wen ist Dein Produkt/Angebot geeignet?..... | 12 |
| Wie löst Du mit Deinem Produkt/Angebot das Problem?..... | 13 |
| Wie möchtest Du im Video auftreten? (Expertise, Vertrauen, Sympathie)..... | 14 |
| Welche Problem-, Lösungs- und Ergebnisebenen gibt es?..... | 15 |
| Welche Schmerzpunkte und Frustrationen erleben Deine Kunden, wenn sie nicht handeln?..... | 16 |
| Was will Dein potenzieller Kunde erreichen, was sind seine Trigger, die ihn kaufen lassen?..... | 17 |
| Klasse, so geht es weiter..... | 18 |
| Kapitel 2: Verkaufsstrategie für Dein Video..... | 19 |
| Kapitel 3: Empfehlung..... | 22 |
| Woche 1: Verkaufen mit System..... | 22 |
| Woche 2: Marketing-Grundlagen und Strategien..... | 22 |
| Woche 3: Positionierung – Sich von der Konkurrenz abheben..... | 22 |
| Woche 4: Skalierung – Wachstum strategisch planen..... | 23 |
| Woche 5: Präsentation und Wirkung auf der Bühne oder vor der Kamera..... | 24 |
| Woche 6: Storytelling – Emotionen und Botschaften verbinden..... | 24 |

Überzeugt in 60 Sekunden!



| | |
|--|----|
| Woche 7: Social Media für Unternehmen..... | 24 |
| Woche 8: ChatGPT und KI im Marketing..... | 25 |
| Woche 9: Strategieentwicklung für langfristigen Erfolg..... | 25 |
| Woche 10: Was wir von Disney über Kundenbegeisterung lernen können..... | 25 |
| Woche 11: Skalierung – Wachstum durch Team und Outsourcing..... | 26 |
| Woche 12: Verkaufsgespräche perfektionieren..... | 26 |

Überzeugt in 60 Sekunden!



Einleitung

Imagevideos sind ein mächtiges Instrument, um Deine Conversion-Rate zu steigern. Sie bringen Deine Botschaft klar und prägnant auf den Punkt und vermitteln Deinem Publikum innerhalb weniger Sekunden, warum Dein Produkt oder Deine Dienstleistung die Lösung für ihr Problem sind. In der heutigen digitalen Welt, in der die Aufmerksamkeitsspanne sinkt, bieten Videos eine unmittelbare und emotionale Verbindung zu potenziellen Kunden. Statt durch lange Texte zu scrollen, können Deine Kunden in kürzester Zeit erfahren, welchen Mehrwert Dein Angebot bietet – das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sie die gewünschte Handlung, wie den Kauf oder eine Kontaktaufnahme, abschließen.

Die Bedeutung von Imagevideos im Marketing kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Videos dominieren das digitale Marketing, insbesondere auf Social Media und auf Webseiten. Sie sind fesselnd und interaktiv, was sie besonders effektiv für die Lead-Generierung und den Aufbau von Kundenbeziehungen macht. Viele Kunden bevorzugen es, Informationen über Produkte oder Dienstleistungen in Form eines Videos zu konsumieren, da sie so auf eine visuelle und leicht verständliche Art angesprochen werden. Durch Videos schaffst Du eine direkte und greifbare Verbindung, die Vertrauen aufbaut und Deine Botschaft klar vermittelt.

Ein Video mit einer Länge von 60 bis 90 Sekunden ist optimal, da es kurz genug ist, um die Aufmerksamkeit des Zuschauers von Anfang bis Ende zu halten, und lang genug, um die wichtigsten Informationen zu übermitteln. In dieser Zeitspanne kannst Du die Schmerzpunkte Deines potenziellen Kunden ansprechen, die Lösung präsentieren und zum Handeln aufrufen, ohne dass der Zuschauer verliert das Interesse. Kurze Videos sind besonders für Social-Media-Plattformen und

Überzeugt in 60 Sekunden!



mobile Geräte geeignet, wo Nutzer oft nur wenig Zeit haben und Inhalte schnell konsumieren möchten.

Imagevideos helfen Dir, Kunden in kürzester Zeit zu gewinnen, indem sie eine emotionale Verbindung schaffen und Deine Botschaft auf den Punkt bringen. Ein solches Video funktioniert aber auch als Recruiting-Video, indem Du Dich und Dein Unternehmen als Top-Arbeitgeber präsentierst. Durch visuelle und auditive Reize werden Deine Inhalte lebendig, was eine stärkere Bindung an Dein Angebot erzeugt. Ein gut gestaltetes Imagevideo zeigt dem potenziellen Kunden sofort, warum Dein Produkt oder Deine Dienstleistung die Lösung für sein Problem sind, und motiviert ihn, sofort zu handeln. Videos ermöglichen zudem, komplizierte Inhalte einfach und verständlich darzustellen, was sie zu einem unschlagbaren Werkzeug für den Kundengewinn machen.

Überzeugt in 60 Sekunden!



Warum ist ein Imagevideo in 60 Sekunden optimal?

Ein 60-Sekunden-Imagevideo, wobei es auch bis zu 90 Sekunden lang sein kann, ist ideal, weil es die Aufmerksamkeit des Publikums optimal nutzt. In einer Zeit, in der Menschen durch soziale Medien und ständige Benachrichtigungen zunehmend abgelenkt sind, ist es entscheidend, Deine Botschaft schnell und prägnant zu vermitteln. Studien zeigen, dass Videos, die kürzer als eine Minute sind, die besten Engagement-Raten auf Plattformen wie Instagram, Facebook und YouTube erzielen. Ein kompaktes Video zwingt Dich, auf das Wesentliche zu fokussieren und Deine Kernbotschaft ohne Ballast zu präsentieren – das sorgt für Klarheit und Effektivität.

Überdies passt ein 60-Sekunden-Video perfekt zu den meisten Plattformanforderungen und Nutzungssituationen. Es ist kurz genug, um in Werbeanzeigen, Social-Media-Posts oder sogar Messenger-Kampagnen eingebettet zu werden, und lang genug, um die wichtigsten Informationen über Dein Produkt oder Deine Dienstleistung zu vermitteln. Potenzielle Kunden erhalten in kurzer Zeit alle wesentlichen Fakten und werden gezielt zu einer Handlung (Call-to-Action) geführt, was die Conversion-Rate deutlich steigern kann.

Überzeugt in 60 Sekunden!



Kapitel 1: Vorbereitung

Was soll Dein Imagevideo bewirken?

Die Zielsetzung eines Imagevideos sollte klar und präzise definiert sein. Es geht darum, die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden in kurzer Zeit zu gewinnen und ihnen die Vorteile Deines Produkts oder Angebots verständlich zu machen. Dein Video sollte nicht nur informieren, sondern auch überzeugen und zum Handeln motivieren. Dabei kann das Ziel darin bestehen, Leads zu generieren, direkt einen Verkauf abzuschließen, Vertrauen für eine langfristige Kundenbeziehung aufzubauen oder das Unternehmen als Top-Arbeitgeber zu präsentieren. Jedes Element des Videos – von der Botschaft bis zur Bildsprache – sollte darauf abgestimmt sein, dieses Ziel zu erreichen und Deine Zuschauer aktiv zum nächsten Schritt zu bewegen.

Wichtig: einfache Aussagen wie „es soll verkaufen, wie verrückt“ gelten nicht. Gehe etwas mehr in die Tiefe und überlege auch, wie Du mit Deinem Angebot in den Erzählungen und Empfehlungen Deiner Kunden auftauchen möchtest.

Überzeugt in 60 Sekunden!

Klasse, so geht es weiter

Hast Du alle vorherigen Fragen beantwortet, dann geht es zum Onboarding. Hierfür haben wir ein Formular für Dich eingerichtet, um alle relevanten Informationen an einem Ort zusammenzutragen. Nimm Dir bitte ausreichend Zeit, idealerweise rund 60 Minuten, um möglichst viele unserer Fragen ausführlich zu beantworten.

Solltest Du einige Fragen nicht beantworten können, dann lass diese aus. Gegebenenfalls melden wir uns bei Dir, wenn wir Rückfragen haben.

Über den folgenden Link kommst Du zum Onboarding-Formular:

<https://form.jotform.com/242821905957364>

Überzeugt in 60 Sekunden!



Kapitel 2: Verkaufsstrategie für Dein Video

Hier ist eine Liste von effektiven Methoden, wie Du Dein Imagevideo in verschiedenen Bereichen des Marketings und Verkaufs einsetzen kannst, um Kunden zu gewinnen und Vertrauen aufzubauen:

1. Landing-Pages

- Integriere das Video auf Deiner Landing-Page, um potenziellen Kunden einen schnellen Überblick über Dein Angebot zu geben und sie direkt zum Kauf zu motivieren.

2. E-Mail-Marketing

- Versende das Video als Teil Deiner E-Mail-Kampagnen. Ein kurzer, prägnanter Teaser des Videos kann die Klickraten erhöhen und mehr Leads generieren.
- Das Recruiting-Video kannst Du im Vorfeld Bewerbern zusenden, damit sie Dich und Dein Unternehmen kennenlernen.

3. Social Media Posts

- Teile das Video auf Plattformen wie Facebook, Instagram oder LinkedIn, um Reichweite zu erzielen und organisch Kunden anzusprechen. Kurze Clips oder Teaser eignen sich besonders gut für Social Media.

4. YouTube Ads

- Nutze das Imagevideo als Anzeige auf YouTube, um eine größere Zielgruppe zu erreichen und potenzielle Kunden, die nach ähnlichen Produkten oder Dienstleistungen suchen, direkt anzusprechen.

Überzeugt in 60 Sekunden!



5. Produktseiten

- Platziere das Video auf Deiner Produkt- oder Dienstleistungsseite, um potenziellen Käufern die Vorteile Deines Angebots zu präsentieren und ihnen zu zeigen, wie es ihr Problem löst.

6. Retargeting-Kampagnen

- Verwende das Video in Retargeting-Anzeigen, um Besucher, die Deine Website bereits besucht haben, zu erinnern und sie zu einem Kauf zu bewegen.

7. Webinare und Präsentationen

- Baue das Video in Webinare oder Live-Präsentationen ein, um Dein Produkt oder Deine Dienstleistung zu erklären und potenzielle Kunden zu überzeugen.

8. Vertrauensaufbau durch Testimonials

- Nutze das Video, um Kundenstimmen und Testimonials von zufriedenen Kunden einzubinden, was das Vertrauen potenzieller Neukunden stärkt.

9. Messen und Veranstaltungen

- Setze das Video auf Messen oder Veranstaltungen ein, um Besucher anzulocken und schnell die wichtigsten Aspekte Deines Angebots zu vermitteln.

10. Messenger-Marketing (WhatsApp, Facebook Messenger etc.)

- Sende das Video direkt über Messenger an Interessenten oder Kunden, um auf eine persönliche Weise zu kommunizieren und Vertrauen aufzubauen.

Überzeugt in 60 Sekunden!



11. Blog und Content-Marketing

- Binde das Video in Blogbeiträge ein, um den Content visuell zu unterstützen und die Verweildauer der Leser zu erhöhen.

12. SEO und Video-Optimierung

- Lade das Video auf YouTube oder andere Video-Plattformen hoch und optimiere es für Suchmaschinen, um organischen Traffic zu steigern und Sichtbarkeit zu erhöhen.

13. In E-Commerce-Produktbewertungen einbetten

- Verlinke oder binde das Video in E-Commerce-Seiten oder Bewertungsportalen ein, um zusätzliche visuelle Informationen zu Deinem Produkt bereitzustellen.

14. Cold Calling und Vertriebsanfragen

- Verwende das Video als visuelles Begleitmaterial für Cold Calls oder nach dem Erstkontakt, um das Gespräch zu unterstützen und potenziellen Kunden die Lösung auf anschauliche Weise zu präsentieren.

15. Influencer-Marketing

- Arbeite mit Influencern zusammen, die das Video auf ihren Plattformen teilen, um Deine Marke vor deren Publikum zu positionieren und Vertrauen durch Empfehlung zu gewinnen.

Mit diesen Methoden kannst Du sicherstellen, dass Dein Imagevideo vielseitig eingesetzt wird, um das Vertrauen potenzieller Kunden zu gewinnen und gleichzeitig den Verkauf effektiv zu steigern.

Überzeugt in 60 Sekunden!



Kapitel 3: Empfehlung

Neben der Filmproduktion bieten wir auch ein begleitendes Mentoring-Programm an. Die beiden Macher, Adrian Tamimi und Marc Perl-Michel, sind absolute Profis im Hinblick auf Werbung, Marketing und Vertrieb.

Entdecke die nachfolgende Kursstruktur für das zwölfwöchige Mentoring-Programm mit wöchentlichen Gruppen-Calls, die in sich abgeschlossene Einheiten bietet, sodass Teilnehmer jederzeit einsteigen können:

Woche 1: Verkaufen mit System

- **Schwerpunkte:** Verkaufspsychologie, strukturierter Verkaufsprozess, Einwandbehandlung
- **Inhalte:** Einführung in bewährte Verkaufstechniken und die Psychologie des Kaufverhaltens. Der Fokus liegt auf der Strukturierung von Verkaufsgesprächen, um erfolgreich zum Abschluss zu kommen. Tools und Tipps für den direkten Einsatz.

Woche 2: Marketing-Grundlagen und Strategien

- **Schwerpunkte:** Marketing-Mix, Kundenanalyse, Zielgruppenansprache
- **Inhalte:** Verständnis der Grundlagen des Marketings und Erarbeitung einer individuellen Marketingstrategie. Teilnehmer lernen, wie sie ihre Zielgruppe effektiv ansprechen und sich am Markt positionieren.

Überzeugt in 60 Sekunden!



Woche 3: Positionierung – Sich von der Konkurrenz abheben

- **Schwerpunkte:** Einzigartiger Verkaufsvorteil (USP), Marktpositionierung, Markenaufbau
- **Inhalte:** Methoden zur Positionierung auf dem Markt, um sich klar von Mitbewerbern abzuheben. Die Teilnehmer arbeiten an ihrer individuellen Positionierungsstrategie und erfahren, wie sie ihr Alleinstellungsmerkmal kommunizieren können.

Woche 4: Skalierung – Wachstum strategisch planen

- **Schwerpunkte:** Geschäftsmodelle skalieren, Automatisierung, Outsourcing
- **Inhalte:** Fokus auf nachhaltiges Wachstum und die Skalierung des eigenen Geschäftsmodells. Teilnehmer lernen, wie sie Prozesse effizienter gestalten und Kapazitäten durch Automatisierung und Outsourcing erweitern können.

Woche 5: Präsentation und Wirkung auf der Bühne oder vor der Kamera

- **Schwerpunkte:** Rhetorik, Körpersprache, Souveränität vor der Kamera
- **Inhalte:** Techniken für professionelle Präsentationen vor Publikum oder der Kamera. Es wird trainiert, wie man souverän auftritt und seine Botschaft klar und überzeugend vermittelt.

Überzeugt in 60 Sekunden!



Woche 6: Storytelling – Emotionen und Botschaften verbinden

- **Schwerpunkte:** Geschichten als Verkaufswerkzeug, Emotionen wecken, Dramaturgie
- **Inhalte:** Wie man Geschichten effektiv einsetzt, um seine Marke und Produkte emotional zu vermarkten. Die Teilnehmer lernen, welche Elemente eine gute Geschichte ausmachen und wie sie Storytelling gezielt für den Verkauf nutzen.

Woche 7: Social Media für Unternehmen

- **Schwerpunkte:** Social-Media-Plattformen, Content-Strategie, Engagement
- **Inhalte:** Effektive Nutzung von Social Media für den Unternehmensaufbau. Die Teilnehmer entwickeln ihre eigene Content-Strategie und lernen, wie sie ihre Reichweite steigern und Engagement fördern können.

Woche 8: ChatGPT und KI im Marketing

- **Schwerpunkte:** KI-gestützte Marketingtools, Text- und Ideenentwicklung, Automatisierung
- **Inhalte:** Wie KI, insbesondere ChatGPT, im Marketing eingesetzt werden kann. Teilnehmer lernen, wie sie KI-Tools zur Texterstellung und für Marketingstrategien effizient einsetzen.

Woche 9: Strategieentwicklung für langfristigen Erfolg

- **Schwerpunkte:** Unternehmensziele, strategische Planung, Umsetzung
- **Inhalte:** Strategien entwickeln, um Unternehmensziele zu erreichen. Der Fokus liegt auf der Erstellung eines langfristigen Fahrplans, der flexibel und anpassungsfähig bleibt.

Überzeugt in 60 Sekunden!



Woche 10: Was wir von Disney über Kundenbegeisterung lernen können

- **Schwerpunkte:** Kundenbindung, exzellenter Service, Kundenbegeisterung
- **Inhalte:** Erfolgsgeheimnisse von Disney und deren Anwendung auf das eigene Business. Kundenbegeisterung und -bindung stehen im Mittelpunkt dieser Einheit.

Woche 11: Skalierung – Wachstum durch Team und Outsourcing

- **Schwerpunkte:** Teamaufbau, Führung, Outsourcing-Strategien
- **Inhalte:** Aufbau eines leistungsstarken Teams und effektives Outsourcing, um das Geschäft zu vergrößern. Teilnehmer erfahren, wie sie Aufgaben delegieren und ihre Führungsfähigkeiten stärken können.

Woche 12: Verkaufsgespräche perfektionieren

- **Schwerpunkte:** Gesprächsführung, Abschlussstrategien, Follow-ups
- **Inhalte:** Fortgeschrittene Techniken zur Gesprächsführung und Abschlussoptimierung. Diese Einheit schließt den Kreis zum Thema Verkaufen und gibt den Teilnehmern praktische Werkzeuge an die Hand, um Verkaufsprozesse zu verbessern.

Jede Einheit ist thematisch abgeschlossen, bietet praktische Anwendungsbeispiele und ermöglicht den Teilnehmern, sofortige Fortschritte in ihrem Business zu sehen, unabhängig von ihrem Startpunkt im Kurs.