

# Neukunden gewinnen mit Erklärvideos

Leitfaden zum Einsatz und zur Produktion von Erklärvideos  
und wie man die richtige Story findet



Scribble **Video**

...damit man Sie versteht!

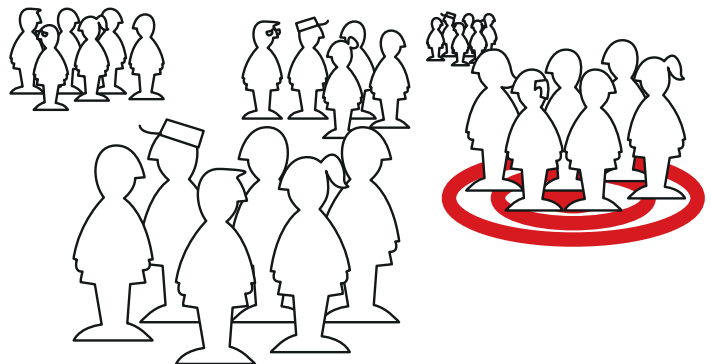
# Neukunden gewinnen mit Erklärvideos

Leitfaden zum Einsatz und der Produktion von  
Erklärvideos und wie man die richtig Story findet

<b>7 Gründe warum Sie Videos für Neukundenakquise nutzen sollten</b> .....	3
<b>In 6 einfachen Schritten zum individuellen Scribble Video</b> .....	4
<b>Wo lassen sich Videos in der Customer Journey einsetzen, um aus Interessenten Kunden zu machen?</b> .....	5
<b>7 Gründe warum Storytelling Ihre Videos erfolgreich machen</b> .....	6
<b>So finden Sie Ihre eigene Story:</b>	
<b>1 Ihr Ziel</b> .....	7
<b>2 Ihre Zielgruppe</b> .....	8
<b>3 Ihre Geschichte</b> .....	10
<b>4 Ihr Held</b> .....	11
<b>5 Optimierung</b> .....	13
Kontakt, Buchtipp, Notizen .....	15

# 7 Gründe warum Sie Videos für Neukundenakquise nutzen sollten

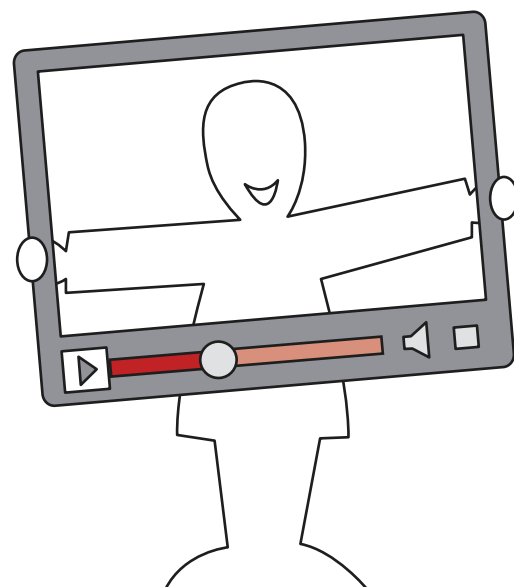
- 1 Sie selbst sind nicht immer und überall erreichbar, Ihr Video aber kann das, 24/7, weltweit.
- 2 Ihr Angebot ist zu komplex, um es z.B. in einem Telefongespräch kurz, verständlich und unterhaltsam zu präsentieren.
- 3 Ihre eigene Website wird durch ein Video aufgewertet – sowohl für den Besucher als auch für die Suchmaschinen.
- 4 Sie können die kurze Zeitspanne, die ein Besucher auf Ihrer Website verbringt, nutzen und ihn in dieser Zeit mit einem Video ansprechen und gewinnen.
- 5 Durch Storytelling per Video bleibt Ihre Botschaft im Gedächtnis der Besucher und diese können sich an Ihr Angebot bzw. Ihre Lösung erinnern.
- 6 Sie vermitteln nicht nur Fakten, sondern transportieren auch Emotionen und Spaß. Es ist nachgewiesen, dass Emotionen zu mehr Handlung auf der Kundenseite führen.
- 7 Ihre Zielgruppe wird Ihnen dankbar sein, dass Sie es ihr so leicht gemacht haben, zu verstehen, worum es bei Ihrer Dienstleistung, Ihrem Produkt oder Ihrem Prozess eigentlich geht.



Erklärvideos sind Texten weit überlegen. Sie sprechen mehr Sinne an und können dabei noch Emotionen vermitteln. Ein Erklärvideo unterscheidet sich wesentlich von einem Werbespot. Im Erklärvideo erklären Sie in weniger als 3 Minuten Ihre Dienstleistung, Ihr Produkt oder Ihren Prozess. Nutzen Sie den aktuellen Trend zur Bewegtbildkommunikation. Ihre Mitarbeiter und Kunden werden es Ihnen danken.

### In 6 einfachen Schritten zum individuellen Scribble Video

- 1 Briefing durch den Kunden
  - a) Briefing-Fragebogen mit 10 Fragen ausfüllen
  - b) Unterlagen, Präsentationen, Webseiten etc., damit wir uns in Ihr Thema einarbeiten können
  - c) Rebriefing per Telefon, um offene Fragen zu klären
- 2 Erstellung eines Storyboards
  - a) Entwicklung einer individuellen Story
  - b) Grafiken für jede Szene
  - c) Sprechertext
- 3 Kontrolle und Korrektur durch den Kunden
- 4 Freigabe durch den Kunden
- 5 Produktion des Scribble Videos
- 6 Lieferung des fertigen Videos in gewünschten Formaten



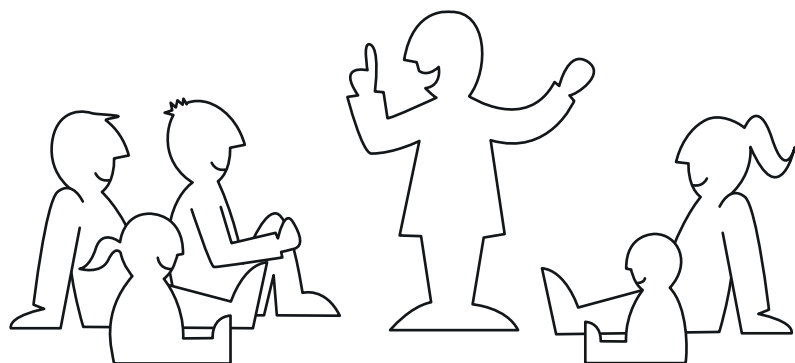
## Wo lassen sich Videos in der Customer Journey einsetzen um aus Interessenten Kunden zu machen?



Diese Customer Journey ist beispielhaft und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit der möglichen Touchpoints.

## 7 Gründe warum Sie in Ihren Videos Storytelling verwenden sollten

- 1 Geschichten erzählen ist die älteste Methode, Wissen an die nachfolgenden Generationen weiterzugeben.
- 2 Eine Geschichte spricht die natürliche Neugierde an.
- 3 Visual Storytelling spricht Auge, Ohr und Herz an – die Fakten bleiben so besser in der Erinnerung.
- 4 Bilder erzeugen Emotionen und Emotionen machen einen Menschen empfänglich für eine Botschaft und bewegen ihn zum Handeln.
- 5 Eine Geschichte, die live vor den Augen des Zuschauers gezeichnet wird, hält den Spannungsbogen vom Anfang bis zum Ende.
- 6 Storytelling führt beim Zuschauer zu einer stärkeren Identifizierung, da er selbst zum Helden in der Story wird.
- 7 Es wird eine individuelle Geschichte erzählt, die Ihren Kunden abholt.



Die folgenden Fragen helfen Ihnen dabei, Ihre eigene Story zu finden.

Auch in Ihrem Unternehmen steckt viel Potenzial für eine gute Geschichte. Schritt für Schritt führt der Leitfaden Sie zu einer individuellen Story.

Und wenn Sie nicht mehr weiter wissen, fragen Sie uns – wir sind Spezialisten für Storytelling mit Videos.

Kontaktieren Sie uns jetzt [hier](#):

**info@Scribble-Video.de**

Oder rufen Sie uns an: **040 652 52 30**

## 1 Ihr Ziel

- Was wollen Sie mit Ihrer Geschichte erreichen?

---

---

---

- Welche Zielgruppe möchten Sie mit Ihrer Geschichte ansprechen?

---

---

---

- Wählen Sie den richtigen Blickwinkel!

Damit Ihre Geschichte Ihre Zielgruppe abholen kann, sollten Sie den optimalen Blickwinkel für Ihre Geschichte wählen.

---

---

---



### Welcher Blickwinkel ist der richtige?

Versetzen Sie sich in die Rolle Ihrer Zielgruppe. Betrachten Sie die Problemstellung aus der Sicht Ihrer Kunden, Mitarbeiter oder Interessenten.

Zeigen Sie den Nutzen, den Ihre Zielgruppe mit Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung für sich erzielen kann.

Wenn es z.B. um die Schulung Ihrer Mitarbeiter geht, dann sollten Sie die Sicht Ihrer Mitarbeiter wählen und auch hier den Nutzen des neu Erlernten aufzeigen.

## 2 Ihre Zielgruppe

- Die Probleme meiner Zielgruppe sind:

---

---

---

- Spricht Ihre Geschichte die Probleme Ihrer Zielgruppe an?

---

Indem Sie die Probleme Ihrer Zielgruppe ansprechen, machen Sie Ihrer Zielgruppe die eigenen Herausforderungen bewusst und holen Sie so ab.

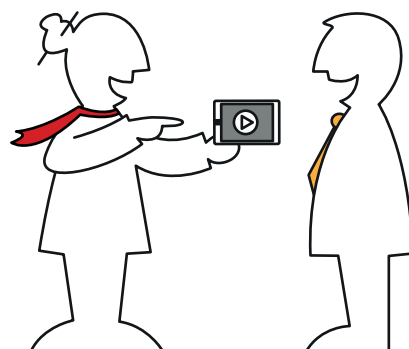
- Haben Sie eine Lösung für die Probleme Ihrer Zielgruppe?

---

Bieten Sie anschließend Ihre genau darauf abgestimmte Lösung an.



Testen Sie Ihre Geschichte, indem Sie sich **Feedback direkt aus Ihrer Zielgruppe holen**. Fragen Sie Ihre aktuellen Kunden, wie die Geschichte bei ihnen akommt ist und was möglicherweise noch optimiert werden sollte.  
PS: Fragen ist genauso hilfreich zum Aufdecken des richtigen Blickwinkels und der Probleme Ihrer Zielgruppe.





- Listen Sie Ihre Lösungen in Form einer Dienstleistung oder eines Produktes genau auf und beschreiben Sie den Nutzen für Ihre Zuschauer:

1. Problem: \_\_\_\_\_

Produkt / Dienstleistung: \_\_\_\_\_

Nutzen: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Problem: \_\_\_\_\_

Produkt / Dienstleistung: \_\_\_\_\_

Nutzen: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Problem: \_\_\_\_\_

Produkt / Dienstleistung: \_\_\_\_\_

Nutzen: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



**Wir machen aus Ihrer Story ein spannendes Erklärvideo!**

Kontaktieren Sie uns jetzt hier:

**info@Scribble-Video.de**

Oder rufen Sie uns an: **040 652 52 30**

### 3 Ihre Geschichte

□ Hier ist Platz für Ihre Geschichte (Stichpunkte, Ideen):

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**Wir helfen Ihnen gerne beim Suchen einer spannenden Geschichte!**

Kontaktieren Sie uns jetzt [hier](#):

**info@Scribble-Video.de**

Oder rufen Sie uns an: **040 652 52 30**

Mit gezielten **Fragen** und aufmerksamem **Zuhören** können Sie der eigenen Inspiration auf die Sprünge helfen.

Ganz nach dem Motto „*Das Leben schreibt die besten Geschichten*“ suchen Sie nach Geschichten, die Ihr Thema beschreiben.

**Stellen Sie sich beispielsweise die folgende Frage:**

Gibt es Kunden, die mithilfe unserer Produkte Ungewöhnliches erreicht haben?

Gibt es außergewöhnliche Menschen in unserem Unternehmen – Menschen, die beruflich oder auch privat Herausragendes geleistet haben?

## 4 Ihr Held

□ Wer ist der Held in Ihrer Geschichte?

---

---

□ Kennen Sie die Persönlichkeit, den Charakter Ihres Helden?

■ Wie sieht das Profil Ihres Helden aus?

1. 

---

2. 

---

3. 

---

4. 

---

5. 

---

■ Welche Einstellung vertritt Ihr Held?

---

---

---

---



**Am besten ist Ihre Zielgruppe der Held.**  
Sprechen Sie Ihre Zielgruppe als einen Helden direkt emotional an und geben Sie ihr so eine Möglichkeit zur Identifikation.

Wer ist ein Held? Ein Held ist eine Person, die Außergewöhnliches leistet.

► **Wer, wenn nicht Ihre Zielgruppe, sollte das Gefühl haben, dass sie ein Held ist.**

- Welche Aufgabe löst Ihr Held (oder welcher Herausforderung muss sich Ihr Held stellen)?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## 5 Optimierung

### □ Haben Sie Ihre Geschichte schon verdichtet?

Es ist bekannt, dass Menschen heute eine immer kürzere Aufmerksamkeitsspanne haben. Komprimieren Sie deshalb Ihre Geschichte auf die wirklich wesentlichen Punkte.



#### **Fragen Sie sich:**

- ▶ Was ist wirklich entscheidend an meinem Produkt?
- ▶ Was hilft am besten meine Dienstleistung zu verstehen?
- ▶ Wie erkläre ich den Nutzen am besten?

Alle Sätze in Ihrer Geschichte, die diese Fragen nicht beantworten – und somit nicht zielführend sind – können gestrichen werden.

**Konzentrieren Sie sich ausschließlich auf Ihre Kernaussage.**

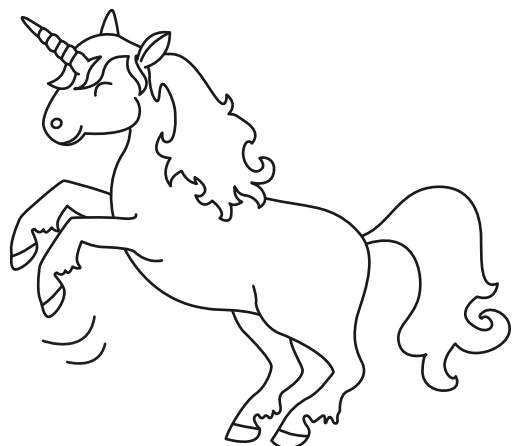
### □ Ist Ihre Geschichte emotional?

Verpacken Sie das Ganze in eine emotionale Story.

Gelingen ist das, wenn sich Ihre Zielgruppe mit der Geschichte identifizieren kann. Sorgen Sie also durch einen auf die Zielgruppe zugeschnittenen Helden für eine hohe emotionale Identifikation.



Videos sind das optimale Medium, wenn es um Storytelling geht, denn ein Video spricht die meisten Sinne an und transportiert Emotionen durch Bilder und Musik.



### □ Ist Ihre Geschichte wahrhaftig/glaubhaft bzw. authentisch?

---

Könnte die Geschichte so passiert sein? Ist es ein reelles aktuelles Problem, das sie ansprechen?  
Ist Ihre Lösung glaubhaft?

Bauen Sie nicht nur die Lösung ein, sondern zeigen Sie diese auch in Aktion, um sie glaubwürdig und überzeugend zu machen.

Vermeiden Sie Werbesprache und werbliches Darstellen Ihrer Leistungen bzw. Produkte.

### □ Gibt es am Ende Ihrer Story eine Handlungsaufforderung?

---

#### ■ Wieso ist das so wichtig?

Es hat sich gezeigt, dass eine direkte Handlungsaufforderung wie z. B. „Tragen Sie sich jetzt in unseren Newsletter ein“ oder „Rufen Sie uns jetzt an“ eine Art Wegweiser für den Zuschauer ist.

Dieser wartet darauf zu erfahren, was er nun tun soll und Sie helfen Ihrem Zuschauer mit einer genauen Handlungsanweisung, den weiteren Prozess zu beschreiten.



Eine Story wird am besten als ein Video präsentiert. **Wir machen gerne aus Ihrer Story ein spannendes Erklärvideo!**

Kontaktieren Sie uns jetzt [hier](#):

**info@Scribble-Video.de**

Oder rufen Sie uns an: **040 652 52 30**



## Noch Fragen?

**Sie wollen mehr über Storytelling erfahren?**

Besuchen Sie jetzt unsere Seite [www.scribble-video.de/heldenreise](http://www.scribble-video.de/heldenreise) und lernen Sie mehr über die Heldenreise und wieso sie ein fester Bestandteil von erfolgreichem Storytelling ist.



## Buchtipp:

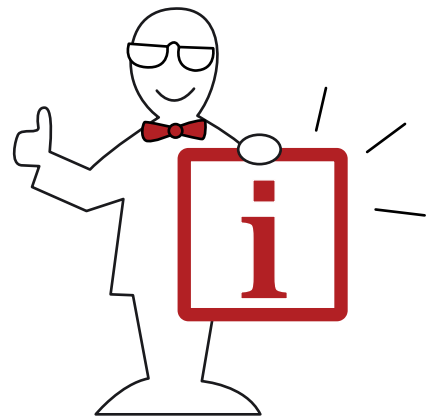
Für diejenigen, die gerne tiefer in das Thema vordringen möchten, **unsere Buchempfehlungen:**

- Petra Sammer  
**Storytelling: Die Zukunft von PR und Marketing**  
ISBN: 978-3-95561-818-6
- Veit Etzold  
**Der Weisse Hai im Weltraum: Storytelling für Manager**  
ISBN: 978-3-527-50870-9
- Ben Marvazi  
**Explain yourself! How To Do Explainer Videos The Right Way**  
ISBN: 978-0-692-83688-0

**Notizen**

Lined area for notes with horizontal lines and a hand holding a pencil illustration at the bottom right.





# Scribble **Video**

...damit man Sie versteht!



**Scribble Video**

Brunnenkoppel 28 · 22041 Hamburg

Telefon 040-652 52 30

eMail: [info@Scribble-Video.de](mailto:info@Scribble-Video.de)

[www.Scribble-Video.de](http://www.Scribble-Video.de)