

Woran beim Produzieren von Unternehmensfilmen gedacht werden muss



Woran beim Produzieren von Unternehmensfilmen gedacht werden muss

Videos sind sehr wirksame Marketingelemente – allerdings nur sofern sie richtig produziert sind. Wenn Sie im Rahmen Ihrer Marketingstrategie auch Videomaterial nutzen möchten, sollten Sie daher wissen, was einen guten Videofilm ausmacht und welche Kriterien er erfüllen sollte.

Grundsätzlich bezeichnet man professionell produzierte Videos, die Einblicke in ein Unternehmen, seine Abläufe und Produktion gibt, als Unternehmensfilme. Das kann im Rahmen eines Imagefilms, einer Case-Dokumentation oder einer Mitarbeitervorstellung stattfinden.

Worauf muss somit geachtet werden?

Zielgruppe

Überlegen Sie im Vorfeld welche Personenkreise Sie mit dem Videofilm ansprechen und welche Ziele Sie erreichen möchten. Definieren Sie die Zielgruppe und stimmen Sie alle folgenden Maßnahmen darauf ab. Das ist wichtig, weil sich Stil und Story des Videofilms danach ausrichten.



Länge

Unternehmensfilme sollten nicht zu lang sein, um die Aufmerksamkeit des Zuschauers nicht zu überstrapazieren. Je nach Verwendungszweck und Verbreitungskanal variiert die Laufzeit spürbar. Auf Instagram bist du beispielsweise auf 1 Minuten beschränkt, auf YouTube funktionieren dagegen, sofern der Inhalt gut ist, auch Videos mit einer Dauer von 3 Minuten oder mehr.



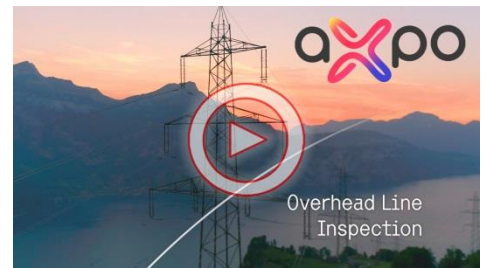
Storytelling

Ein wirksamer Unternehmensfilm hat eine sinnvolle Dramaturgie, die bestenfalls den Regeln des Storytellings folgt. Geschichten sind für das menschliche Gehirn sehr einprägsam. Sie müssen aber gleichzeitig authentisch, zielgruppengerecht und spannend sein.



Wahrheit und Authentizität

Die gezeigten Inhalte müssen natürlich, wahr und authentisch sein. Das Video soll Ihr Unternehmen zwar von seiner Schokoladenseite zeigen, darf dem Zuschauer dennoch keine Unwahrheiten auftischen. Das kann schnell in schlechte PR oder sogar einen Shitstorm in den Social Media umschlagen. Authentische Aussagen und Insights von Mitarbeitern sowie Experten sind hier meist perfekt geeignet, um Fakten zu kommunizieren.



Qualität

Wichtig ist auch eine professionelle technische Umsetzung des Videofilms. Schließlich soll das jeweilige Unternehmen seriös präsentiert werden. Aber nicht nur das Bildmaterial allein macht die Qualität aus, sondern auch die passende Auflösung. Videos werden über unterschiedliche Endgeräte angeschaut, beispielsweise über Fernseher, Smartphones, Laptops oder via Beamer auf einer Leinwand. Deshalb sollte die Auflösung mindestens Full-HD (1.920x1.080 Pixel mit 50 Bilder pro Sekunde) sein, damit das Bild auch auf hochauflösenden Endgeräten qualitativ hochwertig erscheint. Ist Sprechertext geplant, sollte dieser von einem professionellen Sprecher aufgenommen werden.



Von der Planung über die Ausführung bis zur geeigneten Präsentation - alles aus einer Hand!

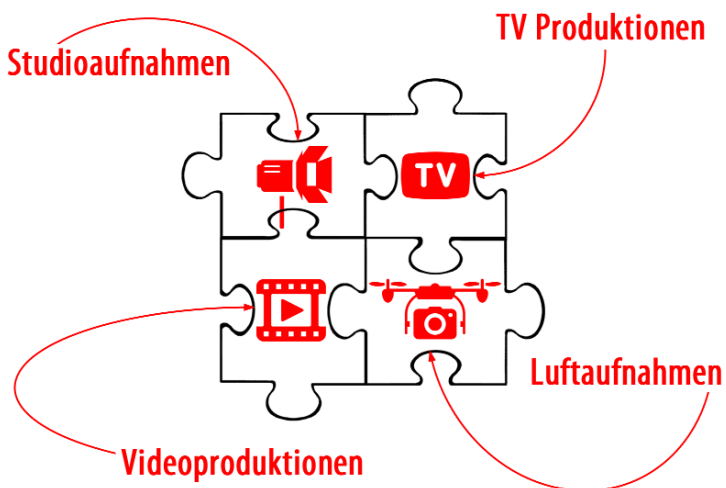
Die Steger-Video unterstützt Sie mit dem breiten Angebot an Dienstleistungen im Bereich TV, Film und Videoproduktionen. **Wir beraten Sie gerne für eine Idee oder Umsetzung im www.Online-Video-Marketing.ch.**

Kontakt:

Peter Steger

Tel. 078 899 08 70

www.steger-video.ch



Kompetenzen die sich ergänzen



TV- und Videoproduktionen