

HANSER



Inhaltsverzeichnis

zu

„Marketing mit Online-Videos“

von Andreas Schulz

ISBN (Buch): 978-3-446-43617-6

ISBN (E-Book): 978-3-446-43795-1

Weitere Informationen und Bestellungen unter
<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-43617-6>

sowie im Buchhandel

© Carl Hanser Verlag München

Inhalt

Einführung	IX
1 Video-Marketing für alle	1
1.1 Videos haben ein neues Zuhause	1
1.2 Das Medium demokratisiert sich	4
1.3 Chancen für Unternehmen	5
1.4 Ideen sind wichtiger als Geld	7
1.5 Neue Wege im Video-Marketing	8
1.6 Welches Video für mein Business?	9
1.7 Videos in Zeiten von Social Media	11
1.8 Wie sind gute Marketing-Videos gestrickt?	12
1.9 Was können Business-Videos?	15
1.9.1 Sagt ein Bild tatsächlich mehr als tausend Worte?	15
1.9.2 Sind Videos tatsächlich emotional?	16
1.9.3 Fördern Videos tatsächlich den Verkauf?	16
1.9.4 Mythen und Wahrheiten	17
2 Online-Videos gezielt einsetzen	19
2.1 Das optimale Business-Video	19
2.2 Bewegte Bilder im Multimedia-Mix	21
2.3 Themen verkaufen Produkte	24
2.4 Der Imagefilm	26
2.5 Das Produktvideo	32
2.5.1 Werbespots	33
2.5.2 Produktpräsentationen	37
2.6 Servicefilme	44
2.7 Recruiting-Videos	48
2.8 Empfehlungsvideos	54
2.9 Erklär-Videos	58
2.9.1 Expertenvideos	58
2.9.2 Gezeichnete Videos	60

2.9.3	Screencast/Videocast	61
2.9.4	Schulungsvideos	64
2.10	Interaktive Videos	65
2.11	Andere Videoformate	67
2.11.1	Inszenierte Marketing-Videos	67
2.11.2	Nahtlose Videos	68
2.11.3	Event-Dokus	69
2.11.4	Vorträge/Interviews	70
2.12	Einstiege und Längen	72
2.13	Videos als Produkte?	74
3	Produktion von Online-Videos	75
3.1	In Auftrag geben oder selber machen?	75
3.2	Dienstleister auswählen	79
3.2.1	Werbe-, PR- und Internet-Agenturen	80
3.2.2	Videoproduktionsfirmen	81
3.2.3	Freiberufler	82
3.2.4	Videogeneratoren	84
3.3	Die Planung	84
3.3.1	Konzept/Exposé	85
3.3.2	Das Storyboard	86
3.3.3	Der Drehablaufplan	89
3.4	Das Video-Team	91
3.5	Drehorte	94
3.5.1	Rechtliches	94
3.5.2	Drehorte finden	95
3.5.3	Drehorte vorbereiten	96
3.6	Aufnahmen im Studio	97
3.6.1	Professionelles Studio	97
3.6.2	Eigenes Studio einrichten	98
3.7	Darsteller	99
3.7.1	Professionelle Darsteller	99
3.7.2	Laiendarsteller	100
3.8	Die Dreharbeiten	102
3.9	High Definition (HD)	103
3.10	Die Kamera	107
3.10.1	TV-Kameras	107
3.10.2	Semiprofessionelle Kameras	108
3.10.3	DSLR-Kameras	109
3.10.4	Consumer-Kameras	112
3.10.5	Action-Cams	113
3.10.6	Smartphones	114
3.10.7	Webcams	116

3.11	Zusätzliches Equipment	117
3.11.1	Stativ	117
3.11.2	Ton-Equipment	118
3.11.3	Licht	121
3.11.4	Werkzeuge für besondere Bilder	123
3.12	Die Kameraaufnahme	125
3.12.1	Autofokus	126
3.12.2	Belichtung	128
3.12.3	Weißabgleich	132
3.12.4	Schärfentiefe	134
3.13	Bildgestaltung	136
3.13.1	Räumlichkeit	136
3.13.2	Der Goldene Schnitt	137
3.13.3	Gerade Linien	138
3.13.4	Kameraperspektive	139
3.13.5	Bildgrößen	141
3.13.6	Schuss und Gegenschuss	143
3.13.7	Brennweite und Perspektive	144
3.13.8	Continuity	145
3.14	Die Postproduktion	146
3.14.1	Videoschnittprogramme	146
3.14.2	Gratis-Schnittprogramme	147
3.14.3	Mit Videoschnitt-Software arbeiten	148
3.14.4	Tipps für den Videoschnitt	152
3.14.5	Videoformate, Container und Codecs	163
3.14.6	Externes Filmmaterial	165
3.14.7	Animationen/Grafiken/Fotos	167
3.14.8	Schriften im Video	168
3.14.9	Der Filmtext	168
3.14.10	Die Filmmusik	170
3.15	Die Abnahme	171
3.16	Tipps für Auftraggeber	173
4	Verbreitung von Videos	175
4.1	Müssen Business-Videos viral sein?	175
4.2	Video-Ads oder Selbstläufer?	178
4.3	Website oder Videoportale?	180
4.4	Videos für Suchmaschinen optimieren	183
4.4.1	Website-Videos gezielter verbreiten	187
4.5	YouTube	188
4.5.1	Einen YouTube-Kanal einrichten	192
4.5.2	YouTube-Videos hochladen und optimieren	198
4.5.3	YouTube-Videos extern einbetten	219

4.5.4	Abonnenten und Kommentare	223
4.5.5	Analysetools richtig nutzen	225
4.6	Andere Videoportale	234
4.6.1	Vimeo	234
4.6.2	Businessworld	236
4.6.3	Nischen für spezielle Zielgruppen	237
4.7	Social Media	238
4.7.1	Facebook	239
4.7.2	Google+	242
4.7.3	Xing, Twitter und Pinterest	245
4.8	Blogs und Presseportale	247
4.8.1	Corporate Blogs	248
4.8.2	Pressemitteilungen	249
4.9	Mobiles Video-Marketing	250
4.9.1	YouTube-App	253
4.9.2	YouTube-Webseite	255
4.9.3	Eingebettete Videos	256
4.9.4	Video-Apps	257
4.10	QR-Codes	259
4.11	Die Zukunft von Marketing-Videos	261
Index		265