

Erfolgsgeschichten

#schaffenwir



© privat

MUT MACHEN

(Inter)aktiver Lockdown

Johannes Syslo, syslo marketing und design eU

Der Lockdown im Frühjahr war für Filmer Johannes Syslo erst ein Schock – dann kam die zündende Idee. Wie die Jahre, zuvor wurde auch zu Beginn dieses Jahres das Thema Video Marketing in allen Unternehmen groß geschrieben: Videos von Events, von und für Messen, Recruitingvideos, Imagefilme etc. Die Aufgabe war nur, am Kuchen dran zu bleiben und die Aufträge bestmöglich zu erledigen. Als der Lockdown kam, blieben auch die Aufträge aus: keine Messen, keine Veranstaltungen, Kurzarbeit. Im ersten Moment war das ein Schock, im zweiten Moment kam der Gedanke: Wenn alle zu Hause sind, haben sie doch Zeit zum Fernsehen und dafür, Online-Videos zu schauen.

"Als Video-Produzent sehe ich der Zukunft sehr positiv entgegen, weil ich die Herausforderung annehme, immer am Puls der Zeit zu sein und mich auch stetig fortzubilden!"

Und so habe ich mich zuerst mit neuen, auffälligen Formaten auseinandergesetzt: Wie erreiche ich mit Videos noch mehr Engagement, Aufmerksamkeit und Umsatzsteigerungen? Die Antwort waren interaktive Videos. Mit interaktiven Videos bestimmt der Zuseher selber, was ihn

interessiert. Er lässt sich von dem Video nicht nur „berieseln“, sondern ist immer gefragt, in das Video zu klicken und so seine individuelle Geschichte zu erleben. Damit sieht der Zuseher nur das, was ihn wirklich interessiert. Ein Beispiel sagt mehr als tausend Worte:

www.marketingguru.at/interaktives-video "Benutzerdefinierte Werbebotschaft" heißt das Zauberwort. Videos werden in der unternehmerischen Kommunikation immer wichtiger. Innovationen sind der Schlüssel, um aufzufallen und sich von anderen abzuheben.

www.blitzfilm.at

Online seit 20.10.2020 (Aktualisiert: 29.10.2020)