



Mit Videotrends am Puls der Zeit

Videos und Reels: Bewegtbilder erfolgreich auf Social Media nutzen

Videos sind ein sehr populäres und zukunftsfähiges Format in den sozialen Medien, denn sie machen einen großen Teil des Online-Traffics aus – Tendenz steigend. Die Gründe sind klar benennbar: Wir bewegen uns in einer schnelllebigen Gesellschaft, in der sich Menschen lieber die Zeit für das Ansehen eines Videos als für das Lesen eines langen Textes nehmen. Dabei verschaffen die Bewegtbilder auch Ihnen als Unternehmen Vorteile: Sie generieren Aufmerksamkeit, wirken authentisch und sorgen für das Extra an Persönlichkeit. Daraus resultieren eine höhere Reichweite und mehr Engagement.

Was ein gutes Video braucht

Wie bei der Produktion jeglichen Contents kommt es auch bei Videos auf Inhalt und Verpackung gleichermaßen an. Wichtig ist zunächst der Mehrwert für die Nutzer:innen, damit diese das Gezeigte als ansprechend einstufen. Passen Sie Videos also an Ihre Zielgruppe an und berücksichtigen Sie deren Interessen. Denkbar

Videos machen einen großen Teil des Online-Traffics aus – Tendenz steigend.

sind Formate wie Imagefilme, Erklärungsvideos, Recruitingvideos, Interviews, Q&As, Behind-the-Scenes oder auch Livestreams von besonderen Events. Dabei können Sie je nach Anlass auf normale Videobeiträge zurückgreifen oder auch Kurzvideos in Form eines Reels posten, was sich immer größerer Beliebtheit erfreut.



Foto: AdobeStock/Alexmunt

Praxistipp

Immer wieder tauchen in den sozialen Medien neue Video-Trends auf. Machen Sie doch einfach mal mit! Damit beweisen Sie die Modernität Ihres Unternehmens. Vorher gilt es natürlich immer abzuwägen, ob der Trend auch zur Einrichtung passt. Schließlich sollte jedes Video am Ende authentisch wirken.

In jedem Fall ist gute Qualität wichtig, damit ein Video professionell wirkt. Soll heißen: gutes Licht, klarer Ton, stabile Kameraführung. Meist reichen dafür aber moderne Handykameras. Achten Sie außerdem darauf, dass verschiedene Plattformen wie Instagram oder TikTok auch unterschiedliche Anforderungen an Videoformate und -größen haben.

Neben diesen Basics gibt es noch ein paar zusätzliche Maßnahmen, wie Sie Ihre Videos weiter optimieren können. Untertitel sorgen dafür, dass Ihre Videos auch ohne Ton verständlich sind. Denn viele Menschen nutzen die

sozialen Medien an öffentlichen Orten. Dank Untertiteln können Sie diese Personengruppe auch dann erreichen, wenn der Ton deaktiviert ist. Je nach Videoinhalt kann außerdem ein Call-to-Action am Ende Sinn machen. Das kann beispielsweise bei einem Recruitingvideo der Link zu Ihrer Karriereseite mitsamt Aufruf zur Bewerbung sein. So erhöhen Sie das Engagement der Zusehenden.

Fazit

Videos haben sich auf Social Media zu einem wahren Publikumsmagneten gemauert. Dabei bieten sie auch für die professionelle Nutzung viele Vorteile und sichern Pflegebetrieben in den sozialen Medien Aufmerksamkeit und Engagement. In den Bewegtbildern können Sie sich kreativ ausleben, solange dabei auch eine qualitativ hochwertige Produktion gewährleistet bleibt.



Foto: fokus digital GmbH

Giovanni Bruno
Geschäftsführender
Gesellschafter fokus
digital GmbH
www.fokus-d.de