

BEISPIEL DAFÜR, WIE MAN DURCH VIDEOVERÖFFENTLICHUNG INTERESSE FÜR EDUCATION WECKEN KANN

- 1** Von den ersten Sekunden des Videos an ist klar, was und für wen es bestimmt ist.



- 2** Die Schriftart und die unterbrochene Linie sagen etwas über den Hauptgedanken aus - Lücken, Schwierigkeiten beim Einprägen von Lernstoff



- 3** Das Video zeigt auch, was das Ergebnis ist, was wir erreichen werden, wenn wir das Angebot nutzen



- 4** Am Ende des Videos wird deutlich, dass die App kostenlos und mit verschiedenen Geräten kompatibel ist.

1

Wir haben eine klare und spezifische Botschaft, die eine große Anzahl von Menschen erreicht, die unabhängig von ihrem Alter angesprochen werden können.

2

Alle Bilder und gepunktete Wörter werden verwendet, um das Problem des Einprägens der Informationen visuell zu veranschaulichen.

3

Es wird klar gesagt, wer die Anwendung erstellt hat, warum sie nützlich ist und was wir erreichen, wenn wir sie verwenden. Die Nachrichten bestehen aus kurzen Sätzen, keine langen Phrasen.

4

Kein Durcheinander von Farben, keine unnötigen Informationen, keine überflüssigen Symbole. Am Ende befindet sich ein Download-Link. Der User hört und sieht sich das Video an und kann auch die Untertitel lesen. So erreichen die Informationen ein breites Spektrum von Nutzer*innen.

5

Nach dem Ende des Videos folgen ähnliche Materialien für dieselbe Anwendung, in denen die User mehr erfahren können. Diese Aneinanderreihung von Videos ist nicht nur eine Werbung für das Produkt, sondern auch eine Werbung für die Universität.

Weitere Beispiele für diese Art von Videoinhalten für diese Anwendung

https://www.youtube.com/watch?v=Hv_ZQxi4oFY