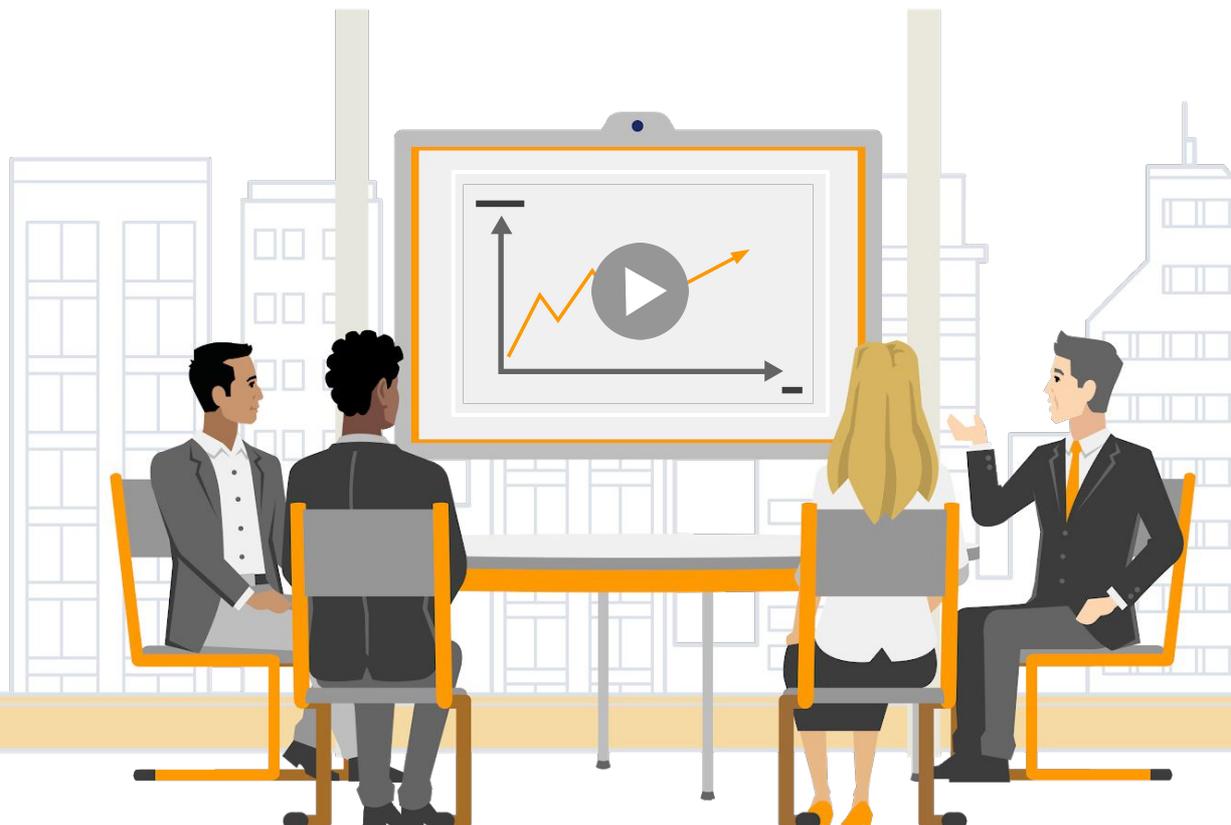


Einfach erklärt:

Wie Erklärvideos Ihren Umsatz steigern

In einer zunehmend komplexen Arbeitsumgebung ist einfache Kommunikation der Schlüssel zum Erfolg. Stellen Sie sich den kommunikativen Herausforderungen unserer Zeit und überzeugen Sie Mitarbeiter, Kunden, Bewerber und Investoren mit der Kraft der Einfachheit.



Inhalt

Sie kennen das...	Seite 3
Vereinfachung ist kein Luxus mehr, sondern eine Notwendigkeit	Seiten 4-5
Verständlichkeit verkauft	Seite 6
Kommunikation ist king – auch intern!	Seite 7
Externe Kommunikation – nicht nur Kunden wollen informiert werden Kommunikation an die Öffentlichkeit – Risiken in Chancen verwandeln!	Seite 8
Fast jedes Thema profitiert von einer einfachen Erklärung!	Seite 9
Training und E-Learning mit Erfolg	Seite 10
Die Kraft der visuellen Kommunikation – Erklärvideos Einfach einfach? Emotionen dringen durch Bilder sagen mehr als Worte Geschichten bleiben im Gedächtnis Der Ton macht die Musik	Seiten 11-13
Wissensvermittlung mit simpleshow funktioniert!	Seite 13



Sie kennen das...

Die Themen, die Sie bearbeiten, sind komplex und oft schwer verständlich. Wettbewerbs- und Innovationsdruck sind hoch, zahlreiche Gesetze und Regelungen bestimmen Ihr Arbeitsumfeld und die Ausrichtung Ihres Unternehmens auf Internationalisierung und Digitalisierung sind eine kommunikative Herausforderung. Die Konsequenz: Häufig langatmige Schulungen und andere Kommunikationsmittel, die viel Zeit kosten und selten Spaß machen. Aber so ist das eben. Oder?

Es geht auch einfacher! Unsere wissenschaftlich bestätigte Methodik kann Ihnen helfen, die Kommunikation in Ihrem Unternehmen, mit Ihren Kunden und wichtigen Stakeholdern zu vereinfachen. Als Marktführer sind wir seit über zwölf Jahren die Experten für die einfache, schnelle und unterhaltsame Vermittlung von komplexen Themen. Prozessoptimierung, Change Management, Vertrieb, Marketing, Außenkommunikation, Training oder HR – wir machen es einfach.

Auf den folgenden Seiten widmen wir uns der Frage, wie Unternehmen auf die kommunikativen Herausforderungen unserer zunehmend komplexen Welt optimal reagieren. Nach einem kurzen Blick aus der Vogelperspektive auf den Status Quo gehen wir auf Lösungen ein, die wir in mehr als zwölf Jahren mit unseren Kunden gefunden und weiterentwickelt haben. Sie erfahren, warum und wie die Kraft der Einfachheit Ihre Unternehmenskommunikation revolutioniert und wie Sie sie am besten anwenden, um Ihre Unternehmensziele zu erreichen. Schließlich gehen wir noch einem Geheimnis auf den Grund: Warum hat sich die simpleshow Methode bis heute hunderttausendfach bewährt?

In einer zunehmend komplexen Arbeitsumgebung liegt der Schlüssel zum Erfolg in der einfachen Unternehmenskommunikation. Lesen Sie hier, wie Sie diese auch für Ihre Ziele nutzen.



Wie das aussehen kann, zeigen wir Ihnen hier. Ein Klick auf den Play-Button und schon wecken wir Ihre Inspiration.

Vereinfachung ist kein Luxus mehr, sondern eine Notwendigkeit

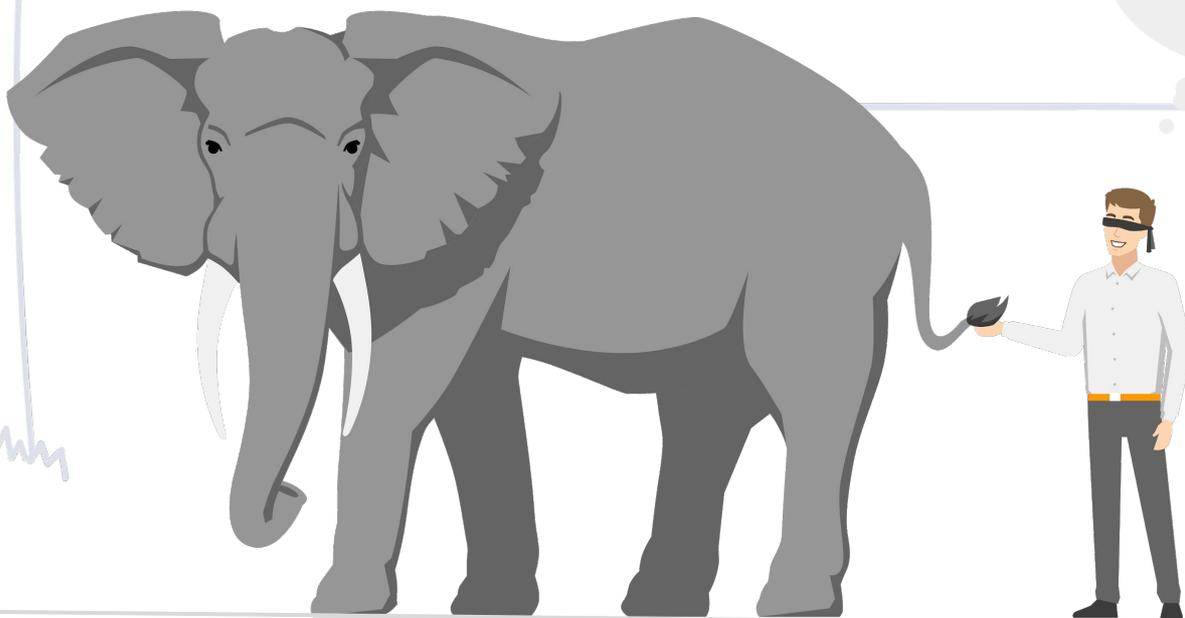
Die Aufgabe ist klar: Mit verbundenen Augen soll der junge Mann ertasten, was er vor sich hat. Behutsam streckt er die Finger aus. Er fühlt eine raue Oberfläche, von der zu seinem Erstaunen eine gewisse Wärme ausgeht. Ertastet er ein Lebewesen? Er erkennt eine längliche Form des Wesens, dann ist seine Zeit schon um. Seine Vermutung: Eine Schlange vielleicht?

Seine Kolleginnen kommen zu gänzlich anderen Ergebnissen: Die eine vermutet eine haarige Säule, die andere tippt auf eine Art Teppich. Wie kann das sein? Als den dreien die Augenbinden abgenommen werden, stellen sie erstaunt fest, dass sie alle dasselbe Wesen beschrieben haben: Einen Elefanten. Während der junge Mann sich mit dem Rüssel aufhielt, waren die beiden Kolleginnen jeweils mit einem Bein und einem Ohr beschäftigt gewesen. Erst der Blick aufs Ganze lässt die einzelnen Ergebnisse sinnvoll erscheinen.

Diese Anekdote wird gern herangezogen, um die Herausforderungen zu illustrieren, welche die Bearbeitung komplexer Themen mit sich bringt. Es ist kein Wunder, dass viele diese Geschichte aus ihrem Arbeitsumfeld kennen. Schließlich werden die Systeme, in denen wir uns bewegen, mit zunehmender Geschwindigkeit immer komplexer.

“Die Welt tendiert zur Komplexität. Durch neue Technologien wird das sichtbar. Diese Entwicklung hat in vielen Bereichen deutlich an Geschwindigkeit zugenommen.” Harry Gatterer, Geschäftsführer des Zukunftsinstituts

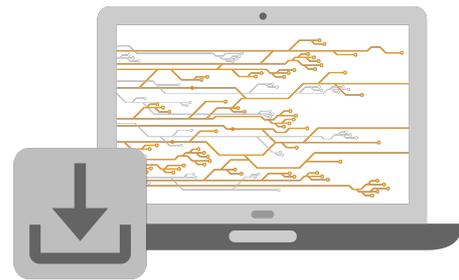
Das hat weitreichende Folgen für die Arbeitswelt und für Unternehmen, die sich darin behaupten wollen. Der Hyperwettbewerb, die Digitalisierung und ein VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity)-Markt führen zu Prozess-Beschleunigungen und veränderten Kommunikations-Bedürfnissen. Besonders letzteres zeigt sich deutlich in einem Trend, der mit der Verbreitung schnellerer Internetleitungen begann und schon seit Jahren anhält: Der Trend zur bevorzugten Rezeption per Video.



Dieser Trend macht auch vor der Unternehmenswelt nicht halt. So haben sich etwa Erklärvideos in den vergangenen Jahren zu einem bevorzugten Content-Medium für Business-to-Business-Vermarkter entwickelt⁵. Daneben werden Videos umfangreich für die interne Kommunikation in Unternehmen genutzt. Von der Mitarbeiterschulung über die Präsentation von Ideen, bis zur Kommunikation von Themen wie Compliance, strategischen Themen, Prozessen in Vertrieb und Produktion oder der IT wird praktisch jedes Thema videogestützt kommuniziert.

Das ist naheliegend, sind doch Unternehmen, die in komplexen und hochkomplexen Feldern operieren, auf eine erfolgreiche Kommunikation angewiesen. Von der Forschung und Entwicklung über die Produktion bis zum Vertrieb – überall kommt es auf eine möglichst verständliche und barrierefreie Kommunikation an. Damit diese die Effizienz eines Unternehmens steigern kann, muss sie vor allem einfach und klar sein. Nur wenn beim Empfänger auch ankommt, was der Absender vermitteln möchte, erfüllt die Kommunikation ihren Zweck. Das ist logisch, hinsichtlich der vielen verschiedenen Wissensstände und Sprachgewohnheiten innerhalb eines Unternehmens aber keinesfalls selbstverständlich. Hier kommen die Medien der Alltagskommunikation – E-Mail, Chat oder Telefonanruf – an ihre Grenzen.

Erklärvideos dagegen bilden durch ihre audiovisuelle Gestaltung und die Konzentration der Inhalte auf das wirklich Wesentliche ein hervorragendes Medium, die interne und externe Kommunikation von Unternehmen dort zu unterstützen, wo es darauf ankommt. Komplizierte, unbequeme und schwer zu vermittelnde Inhalte bereitet ein gutes Erklärvideo sympathisch und leicht verständlich auf und passt sie an die Zielgruppe an. So kommt die gewünschte Botschaft garantiert an, wird angenommen und verstanden.



Video Streaming und Downloads werden 2022 schätzungsweise **82%** des weltweiten Internet-Traffics ausmachen.¹



Der durchschnittliche Internetnutzer verbringt **2.6x** so viel Zeit auf einer Website mit Video als auf einer ohne.²



64% der Konsumenten kaufen ein Produkt wahrscheinlicher nachdem sie ein Video darüber gesehen haben..³



88% der Video Marketers gaben an, dass Videos ihnen einen positiven ROI verschaffen.⁴

¹<https://www.oberlo.com/blog/video-marketing-statistics#:~:text=According%20to%20Optinmonster%2C%20video%20marketers,a%20video%20on%20social%20media>

²<https://wistia.com/learn/marketing/video-time-on-page>

³<https://www.forbes.com/sites/steveolenski/2015/09/10/using-video-in-marketing-why-wouldnt-you/#72ba837697ce>

⁴<https://www.hubspot.com/marketing-statistics>

⁵Krämer & Böhrs, 2016.

Verständlichkeit verkauft!

In unserer schnelllebigen Zeit ist Aufmerksamkeit ein rares Gut. Täglich werben unzählige Dienste auf zahlreichen Kanälen und Geräten darum. Zwischen Notifications, Chats, E-Mails und Terminen werden die einen sparsam mit ihrer Aufmerksamkeit und sortieren radikal aus, die anderen reagieren darauf, indem sie lernen, ihre Aufmerksamkeit zu streuen und nirgends allzu tief einzusteigen.

Beide Gruppen vereint: Freie Aufmerksamkeitskapazitäten sind rar. Das führt zu einer speziellen Herausforderung für Unternehmen, die sich in komplexen Feldern bewegen und komplexe Produkte vertreiben: Sollen diese Produkte gekauft werden, müssen sie von Einkäufern und Endkunden häufig erst verstanden werden. Und auch das Vertriebsteam, das diese Aufklärungsarbeit erfolgreich leisten soll, arbeitet am besten, wenn es seine Produkte, deren Anwendung und die Hintergründe gut und in kurzer Zeit versteht.

Hier helfen Kommunikationsmittel, die ein barrierefreies Verständnis ermöglichen. Je einfacher und smarter deren Inhalte – etwa für die Vertriebsmitarbeiter – aufbereitet sind, desto leichter fällt es diesen, sie entsprechend verständlich beim Kunden wiederzugeben. Eine audiovisuelle Darstellung, wie etwa in Erklärvideos und E-Learnings, eignet sich dafür besonders gut. Damit lassen sich die Anwendung, der Aufbau und die Wirkungsweise von Softwareprodukten, Geräten oder Technologien genauso anschaulich erklären, wie Dienstleistungen, Geschäftsmodelle oder digitale XaaS-Modelle (Anything as a Service). Die Einbindung des Unternehmensangebots in die Prozesse der Kunden lässt sich mit einem kurzen Video ebenfalls gut zeigen. Und auch den Mehrwert und die Vorteile angebotener Produkte fassen Erklärfilme optimal zusammen.

Die Zielgruppe kann so die Produkte und deren Vorzüge besser verstehen und nachvollziehen, wo, wie und warum sie ihr nützen. Auf dieser informierten Basis entscheidet sie sich mit hoher Wahrscheinlichkeit dafür!



Kommunikation ist king – auch intern!

Jedes größere Unternehmen steht vor der Herausforderung, seine Mitarbeiter effektiv aufzuklären und zu informieren. Häufig verschärft die Gesetzgebung diese Notwendigkeit weiter, wie im Falle der Compliance oder des Datenschutzes. Mitarbeiter müssen gut informiert sein, um nicht durch versehentliches Fehlverhalten den Ruf und die Kassen ihres Arbeitgebers zu belasten.

Doch ob die dafür bereitgestellten Informationen von den Mitarbeitern auch wirklich verinnerlicht werden, hängt letztlich von deren Aufbereitung ab. Erschwerend kommt hinzu, dass die gesetzlichen Regelungen mitunter komplex und verworren sind und sich häufig ändern. Vieles spricht deshalb dafür, die Aufklärung der Mitarbeiter so ansprechend und zugänglich wie möglich zu gestalten.

Gleiches gilt auch für die in größeren Unternehmen häufig äußerst spezialisierten und komplexen Prozesse. Auch sie werden am besten erfasst und am stabilsten im Gehirn verankert, wenn sie auf ansprechende und leicht verständliche Weise aufbereitet werden. So können nicht nur neue Mitarbeiter einer Abteilung schnell auf den notwendigen Wissensstand gebracht werden, sondern auch eine Auffrischung des bestehenden Wissens – etwa bei Änderungen – ist einfach möglich.

Die Tools und Methoden dafür sind kein Geheimnis: Empathisches Storytelling, audiovisuelle Medien, die einen Schwerpunkt auf die Bildebene setzen und die Möglichkeit für Mitarbeiter, sich selbst aktiv am Lernprozess zu beteiligen – damit wecken auch die unbeliebtesten Inhalte Begeisterung bei der Zielgruppe!

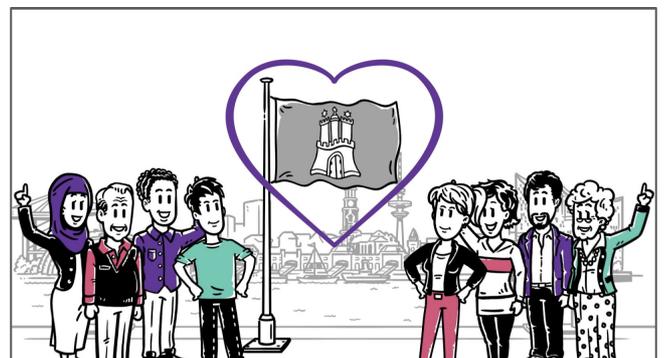
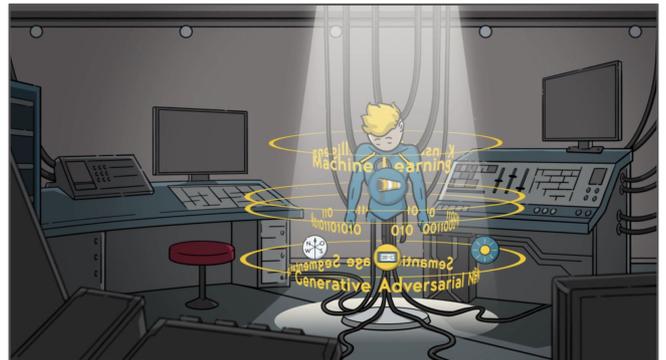


Ein weiterer wichtiger Faktor betrifft den Umfang und die Verdichtung der Lerneinheiten. Dazu ein Beispiel, das jeder aus eigener Erfahrung kennt. Das nächste Mal, wenn Sie ein informatives Video sehen, achten Sie darauf, wie lange Sie bei der Sache bleiben. Falls Sie nicht gerade konzentrierter sind als der Durchschnittszuschauer, dürften Sie bereits nach etwa zweieinhalb Minuten beobachten können, wie Ihre Aufmerksamkeit für die Inhalte langsam zu schwinden beginnt.

Nach drei Minuten ist sie bei den meisten Zuschauern so weit abgefallen, dass entscheidende Inhalte auf der Strecke bleiben. Nach einer Dauer von über vier Minuten bleiben den meisten nur noch die wichtigsten Eckdaten im Gedächtnis. Ein beachtlicher Schwund!

Um dem entgegenzuwirken, ist es sinnvoll, bei der Organisation und Konzeption der zu vermittelnden Inhalte Wert auf Erfahrung und Professionalität zu legen. Die Wahl, welche Inhalte genannt und welche Zusammenhänge miteinander verknüpft werden sollen, will wohlüberlegt sein, um das wirklich Wesentliche bei der Zielgruppe ankommen zu lassen.

Am effizientesten vereinfachen Erklärvideos und interaktive Webtrainings Komplexität und bringen so die Zielgruppe schnell auf das nötige Wissenslevel um qualifizierte Entscheidungen treffen zu können.



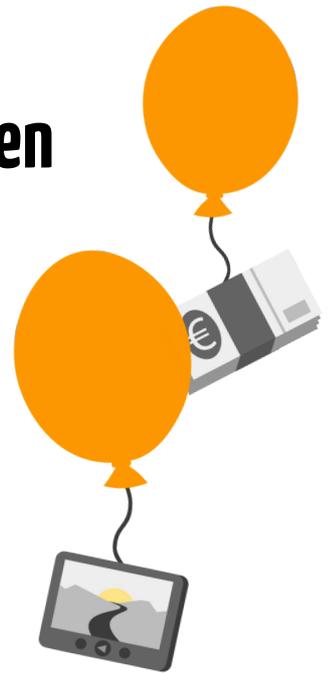
Externe Kommunikation

– nicht nur Kunden wollen informiert werden

Neben der effizienten Kommunikation an Kunden, leisten Erklärvideos auch einen starken Beitrag, wenn es darum geht, Geldgeber, Interessenten oder die breite Öffentlichkeit zu adressieren. Und diese Möglichkeiten sind nicht zu unterschätzen.

Gerade für aufstrebende Unternehmen gilt: ohne fremdes Geld wird das Wachstum unwahrscheinlich. Investoren lassen sich am besten von fundierten Fakten überzeugen, die in ansprechender und verständlicher Form aufbereitet sind. Ein Erklärvideo ist ein wunderbares Eröffnungsmedium, um die Vorzüge und USPs eines Produkts auf den Punkt zu bringen, bevor eine Präsentation den umworbene Investoren die Details vermittelt. So können Erklärvideos, wenn sie richtig entwickelt und eingesetzt werden, durchaus Türen und Geldbörsen öffnen.

Apropos Wachstum: Recruiter und HR-Experten wissen: der Arbeitsmarkt tendiert zum Arbeitnehmermarkt, fähige Talente sind umworbener als je zuvor. Für gute Chancen im "War for Talent" gilt es potentiellen Bewerbern die Unternehmensvision, ihre persönlichen Weiterbildungsmöglichkeiten in ihrem Unternehmen und die Arbeitsatmosphäre zu vermitteln. Locker und humorvoll aufbereitet werden Erklärvideos zum nützlichen Werkzeug für Recruiting und Employer Branding.



Kommunikation an die Öffentlichkeit – Risiken in Chancen verwandeln!

In vielen Unternehmen besteht ein gewisser Aufklärungsbedarf gegenüber Öffentlichkeit, Politik, Händlern und Endkunden. Wird ein Unternehmen diesem nicht gerecht, erzeugt das ernstzunehmende Risiken.

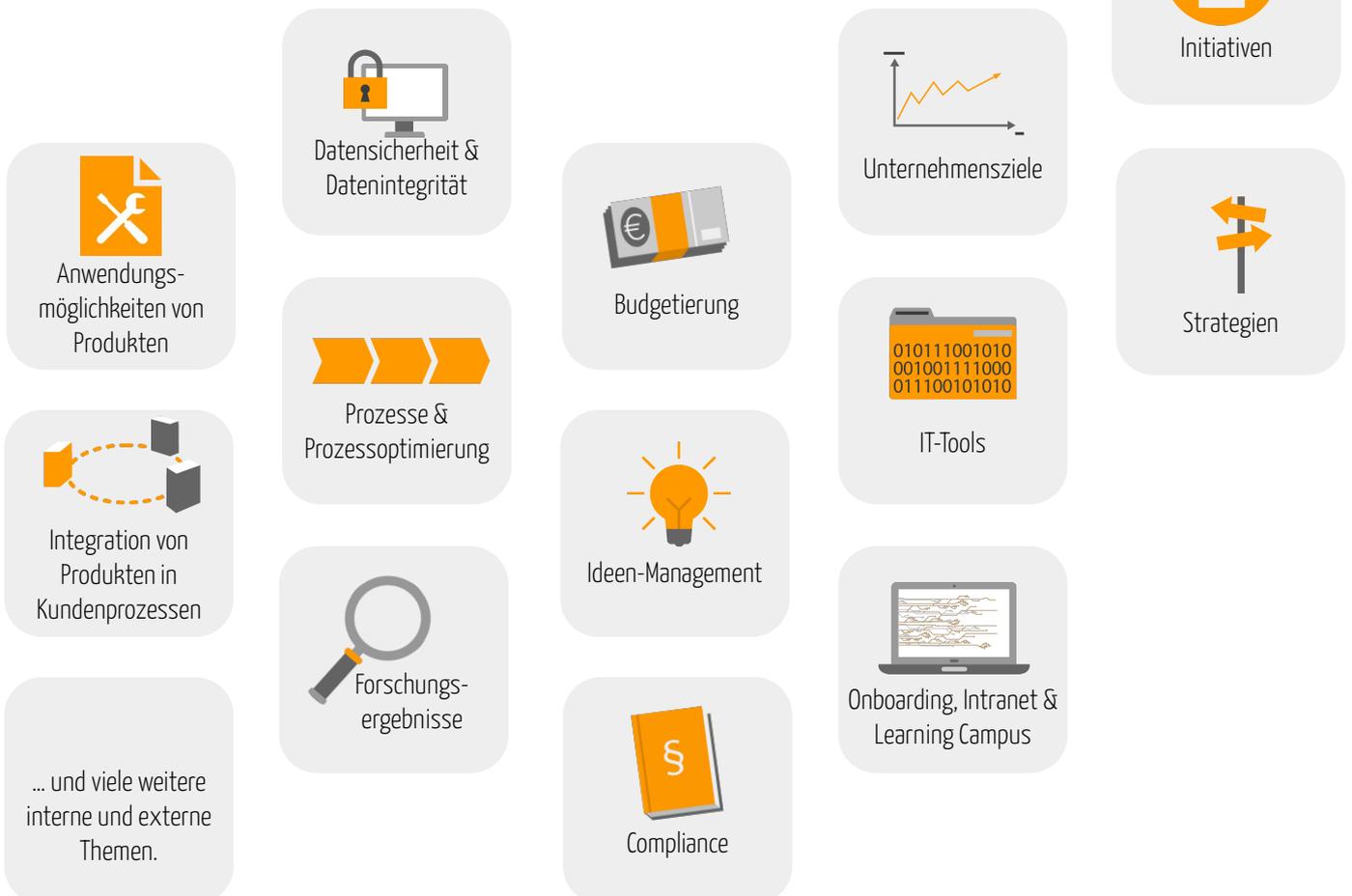
Beispiel Öffentlichkeit: Unwissen fördert Vorbehalte – etwa gegenüber neuen Technologien, in Fragen des Datenschutzes und der Persönlichkeitsrechte, oder der Auswirkung auf den Arbeitsmarkt. Um diesen entgegenzuwirken, braucht es gut durchdachte Aufklärungsarbeit! Es empfiehlt sich die Wahl eines Mediums, das den richtigen Ton trifft, um die breite Öffentlichkeit oder spezifische Zielgruppen zu erreichen. Eine klare und leicht verständliche Darstellung sorgt für Nachvollziehbarkeit und vermittelt dadurch Glaubwürdigkeit. Charme und Nahbarkeit in der Form sorgen dafür, dass das entsprechende Thema positiv bewertet und allgemein angenommen wird. Öffentlich wirksame Themen lassen sich so von potentiellen Risiken in rufstärkende Chancen verwandeln.

Für diese wertvolle Aufklärungsarbeit eignen sich besonders professionell konzipierte Erklärvideos. Mit freundlichem Ton, charmantem Storytelling und sympathischen Illustrationen vermitteln sie dem Zuschauer einen positiven Eindruck von den Inhalten des Videos. Das lässt auch das auftraggebende Unternehmen in einem guten Licht erscheinen.



Fast jedes Thema profitiert von einer einfachen Erklärung!

Um in den von Globalisierung und Digitalisierung beschleunigten Märkten erfolgreich operieren zu können, sind komplexitätsreduzierende Kommunikationsmittel unerlässlich. Dabei besteht vielfach die Herausforderung viele verschiedene Zielgruppen mit unterschiedlichem Wissensstand zu adressieren. Professionell konzipierte Erklärvideos bieten die Möglichkeit, komplexe Inhalte gezielt, prägnant und effizient in einer leicht zugänglichen Form auf den Punkt zu bringen. Thematisch gibt es dabei keine Einschränkungen. Fast alles lässt sich anschaulich und verständlich erklären, wenn die richtigen Methoden angewendet werden.



Training und E-Learning mit Erfolg

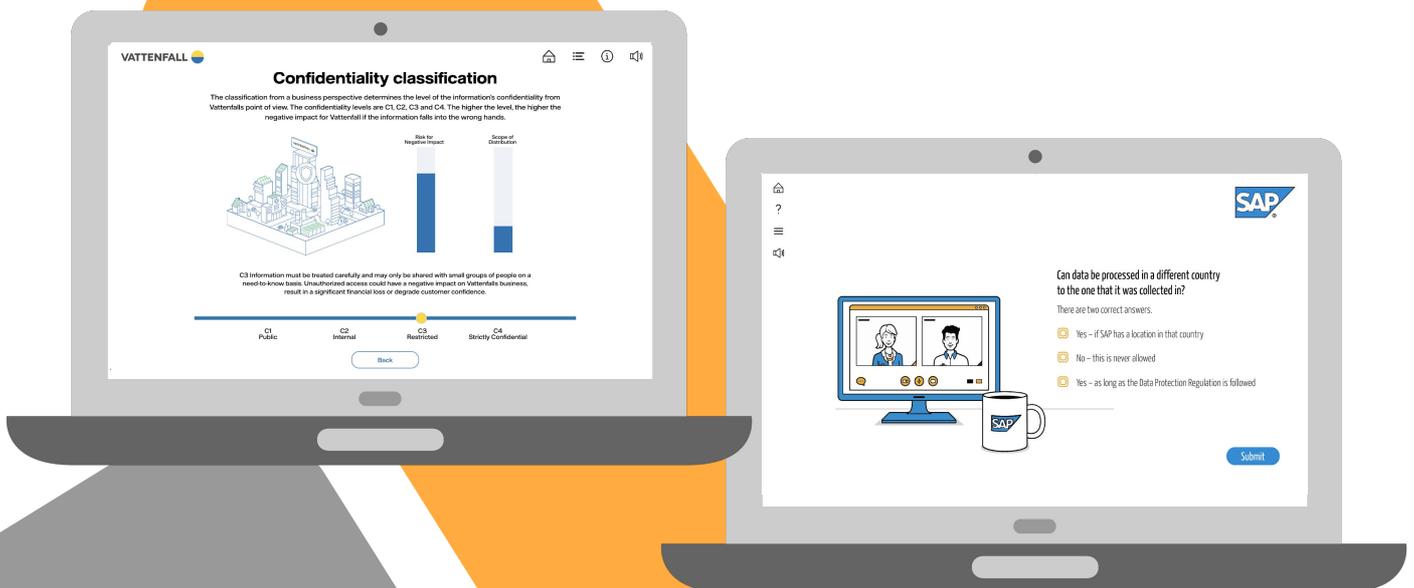
Für die meisten Mitarbeiter sind regelmäßige Trainings heute ein grundlegender Bestandteil ihrer Arbeit – und das gilt nicht nur für die verpflichtenden Schulungen. Ihr Arbeitsalltag ist geprägt von komplexen Prozessen, stetigen Neuerungen und wichtigen Regularien, die Weiterbildung zum Dauerthema machen. Mit jeder neuen Produktveröffentlichung steht ein neues Training für die Mitarbeiter an, das von der L&D-Abteilung vorbereitet werden muss. Dabei zeigt sich oft: Lange Textwüsten und LMS-Einträge eignen sich gut für die Sammlung von Fakten. Um Wissen weiterzugeben, sind sie dagegen nur bedingt nützlich.

In fast jedem Unternehmen sind noch immer Präsenztrainings und Präsentationen an der Tagesordnung. Etwa um Awareness zu schaffen für Themen wie die IT-Sicherheit oder die Gefahren von Phishing und Social Engineering. Die Trainings sollen das Wissen vor allem weitergeben, sind aber zeitaufwändig und binden Ressourcen. Zudem hängt ihr Erfolg stark von Einzelpersonen ab. In diesem Spannungsfeld besteht der Bedarf nach einer Lösung, die Unternehmenswissen einerseits fixiert und barrierefrei abrufbar macht, andererseits aber kommunikativ, zugänglich und ressourcenschonend ist.

Erklärvideos füllen diese Lücke als ergänzendes Lernmedium zu interaktiven Online-Kursen, Präsenztrainings und textbasierten Learning Management Systemen optimal aus. Weil sie mehrere Sinneskanäle der Lernenden zugleich ansprechen, verankern Erklärfilme die Lerninhalte nachweislich besonders gut im Gehirn der Lernenden. Und sie machen Spaß! Das steigert nicht nur die Motivation beim Lernen, sondern auch bei der Umsetzung des Gelernten.

Sollen besonders umfangreiche Inhalte vermittelt werden, ist es sinnvoll, auf die Anwendung einer interaktiven Learning Journey zu setzen. Relevante aber teils eher trockene Themen wie Datenschutz und Compliance oder die Rolle von geistigem Eigentum im Unternehmen werden so spielerisch und effektiv vermittelt. Ein besonderer Vorteil: Der Wissensstand und Lernerfolg der Maßnahmen kann vom Arbeitgeber ausgelesen werden. So kann überprüft werden, ob die Mitarbeiter die wesentlichen Inhalte verinnerlicht haben.

Diese profitieren dabei vor allem davon, dass interaktive Formate die Lernenden in besonderer Form aktivieren. Von der Beantwortung von Quizfragen bis zur Erkundung unterhaltsamer Gamification-Elemente bringen sich die Lernenden selbst in den Lernprozess ein. Das macht den wesentlichen Unterschied zu anderen Lernformaten. Denn wer aktiv lernt, nimmt das Gelernte besser auf und verknüpft die Inhalte effizienter mit bereits bekanntem Wissen.



Die Kraft der visuellen Kommunikation - Erklärvideos

Einfach einfach?

Kaum jemand findet heute noch Zeit, sich 30 Minuten lang konzentriert einem neuen, komplexen Thema zu widmen. Drei Minuten Konzentration sind dagegen auch heute noch jedem möglich. Vor allem, wenn sie gut genutzt werden!

Aus dieser einfachen Überlegung wurde vor über zehn Jahren simpleshow geboren. Und unser Ansatz ist heute relevanter als je zuvor. E-Learnings und Erklärvideos von simpleshow setzen auf zielgruppenfokussierte Konzeption, emotionale Ansprache in Bild, Ton und Storytelling und die Kraft der Einfachheit auf allen Ebenen der Gestaltung. Zehntausende erfolgreich angewendete Erklärvideos und begeisterte Kunden weltweit bestätigen den Erfolg dieser seit 2008 bewährten Methode. Erfahren Sie mehr über das Geheimnis dahinter.



Emotionen dringen durch

Neben Einfachheit und Klarheit zeichnen sich gute Erklärvideos auch durch ihre emotionalen Aspekte aus: Sie holen die Zielgruppe in ihren Alltagssituationen und auf dem spezifischen Stand des Vorwissens ab, schaffen Identifikation und Nähe. Wo Unklarheit herrscht, erklären sie den Kontext und beleuchten das "Warum". Wo große Mengen Fakten übermittelt werden sollen, tun sie das auf ansprechende und unterhaltsame Art. Und wo Themen emotional aufgeladen sind – Stichwort Umstrukturierungen und Change-Prozesse – treffen sie den richtigen Ton, um Ängste und Sorgen Ihrer Mitarbeiter glaubwürdig zu adressieren.

Darüber hinaus hat die emotionale Ansprache von Erklärvideos weitere wichtige Vorteile. So haben Gefühle etwa einen entscheidenden Einfluss auf die Aufmerksamkeit und Erinnerungsfähigkeit sowie das Potential Ihre Zuschauer zum Handeln oder Verhaltensänderungen zu motivieren.

Möglich wird die emotionale Wirkung eines Erklärvideos neben Sprecheraufnahme und Musik durch die Macht der Bilder und die – inzwischen auch für Unternehmen wiederentdeckte – Sogkraft des Storytellings.

Bilder sagen mehr als Worte

Bilder vermitteln uns die Welt, lange noch bevor wir uns sprachlich orientieren. Sie können Gefühle auslösen, vor allem aber transportieren sie Informationen. Und das in einer Dichte und Geschwindigkeit, die ihresgleichen sucht. 60 000 mal schneller begreifen wir den Inhalt "Apfel", wenn wir eine Abbildung davon sehen, als wenn wir das Wort lesen oder hören. Außerdem deutet einiges darauf hin, dass uns Gesehenes auch um ein Vielfaches besser in Erinnerung bleibt, als nur gelesene oder gehörte Inhalte. Diese "Überlegenheit" der visuellen Kommunikation gegenüber der sprachlichen, beschreibt der "Picture Superiority Effect".

Weil Bilder, im Gegensatz zu geschriebenem Text, nicht erst vom Gehirn übersetzt werden müssen, sparen sie dort auch Energie. Deshalb sind Bilder für uns so attraktiv. Die meisten Menschen wählen lieber die bildliche Variante, als einen Text mit demselben Inhalt, wenn sie die Wahl haben.



Geschichten bleiben im Gedächtnis

Ähnlich wie Bilder vermitteln Geschichten komplexe Zusammenhänge auf eine Art, die uns nicht nur leicht fällt, sondern uns förmlich anzieht. Als soziales Wesen macht den Menschen wenig so neugierig wie Geschichten über andere Menschen – sei es in Form von Tratsch, Kino, Romanen oder Comics. Ja, mehr noch: Eine per Storytelling aufbereitete Erzählung motiviert zur Zusammenarbeit, stärkt das Verständnis für die zentralen Fakten einer Botschaft und verankert Informationen besonders gut im Gedächtnis. Kein Wunder, müssen wir doch davon ausgehen, dass die Menschheit seit jeher ihr Wissen in Form von Geschichten weitergegeben hat. Mit der Folge, dass unser Gehirn bis heute direkt reagiert, wenn es mit einer Geschichte konfrontiert ist.



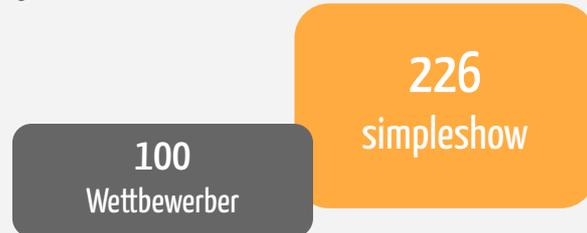


Der Ton macht die Musik

Neben den emotionalen, visuellen und strukturellen Aspekten eines Erklärvideos, trägt auch die Tönebene dazu bei, dass dieses Medium Informationen so einfach vermittelt, wie kein zweites. Die Hintergrundmusik schafft eine positive Stimmung und das Sounddesign lockert das Video auf und schafft zuweilen eine unterstützende Sinnebene. Vor allem aber der Sprecher hat einen großen Einfluss auf die Wirkung eines Erklärvideos. Seine Stimme sorgt für den "human touch", lässt emotionale Tiefe anklingen und verleiht dem Video mit der richtigen Dosis Augenzwinkern einen eigenen Charme.

Wissensvermittlung mit simpleshow funktioniert!

Unsere Methodik ist wissenschaftlich getestet und fundiert. Eine erste repräsentative Studie belegt:



Effizienzindex des Papier-Legetrick-Formats // Index=226 für das effizienteste Erklärvideo (Wissensverbesserung im Verhältnis zur Dauer des Videos in Sek.)

Die Wissensverbesserung mit simpleshow ist am größten und dies in der kürzesten Zeit.

Was Sie mit uns erklären, kommt auch an. Das versprechen wir nicht nur, wir garantieren es! Hier geht's zur Studie.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Mit der Erfahrung aus zehntausenden von Erklärvideos und interaktiven E-Learnings wissen wir, wie Sie komplexe Themen Ihrer Zielgruppe nachhaltig und effektiv vermitteln können. Gern zeigen wir Ihnen weitere Beispiele, wie wir verwandte Themen für andere Kunden aufbereitet haben. Sprechen Sie uns gern an.



simpleshow gmbh

Am Karlsbad 16 | 10785 Berlin | Deutschland

Telefon: +49 (0) 30 809 502 133

sales@simpleshow.com