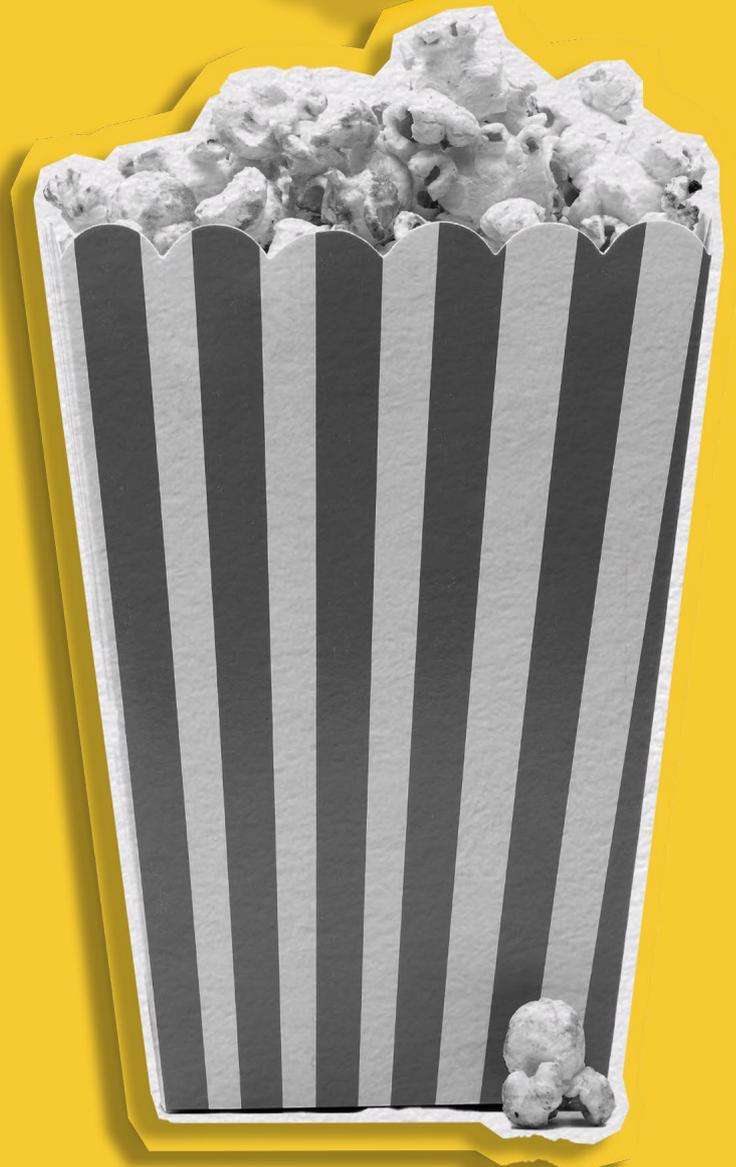


metricool

WORKBOOK

**KREIERE HUNDERTE  
TIKTOKS,  
REELS UND  
SHORTS!**





Ein häufiges Problem bei der Erstellung von Kurzvideos (wie Instagram Reels, Facebook Reels, YouTube Shorts und TikTok Videos) ist der Mangel an Ideen. Hat man in diesen Formaten schon alles gezeigt? Die Antwort ist: Nein! Es gibt immer wieder neue Möglichkeiten. Wichtig dabei ist, sich in die Nutzer hineinzusetzen und das Publikum besser zu verstehen.

Wir beginnen deshalb mit ein paar einfachen Übungen, um herauszufinden, wie deine Marke wahrgenommen wird, welcher Archetyp dahintersteht und wie du deine Zielgruppe und ihre Bedürfnisse besser erkennen kannst.

# **WAS DEINE MARKE AUSMACHT**

## Entdecke deinen Markenarchetyp

Die Definition eines Markenarchetyps ist entscheidend für die Markenidentität. Er dient dazu, eine emotionale Verbindung zu den Kunden herzustellen, die Kommunikation über alle Kanäle hinweg auszurichten und eine erkennbare Marke zu sein.

Folge diesen Schritten:

**Wähle 3 Wörter, die deine Marke definieren, und markiere sie mit einem x.**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Außergewöhnlich  | <input type="checkbox"/> Innovativ          |
| <input type="checkbox"/> Verwöhnend       | <input type="checkbox"/> Furchtlos          |
| <input type="checkbox"/> Verführerisch    | <input type="checkbox"/> Disruptiv          |
| <input type="checkbox"/> Frech            | <input type="checkbox"/> Einfallsreich      |
| <input type="checkbox"/> Experte          | <input type="checkbox"/> Verantwortungsvoll |
| <input type="checkbox"/> Lustig           | <input type="checkbox"/> Erfrischend        |
| <input type="checkbox"/> Hilfsbereit      | <input type="checkbox"/> Prestige           |
| <input type="checkbox"/> Rebellisch       | <input type="checkbox"/> Zuverlässig        |
| <input type="checkbox"/> Kultiviert       | <input type="checkbox"/> Rücksichtslos      |
| <input type="checkbox"/> Referent         | <input type="checkbox"/> Charismatisch      |
| <input type="checkbox"/> Ehrlich          | <input type="checkbox"/> Optimistisch       |
| <input type="checkbox"/> Enthusiastisch   | <input type="checkbox"/> Bemüht             |
| <input type="checkbox"/> Spielerisch      | <input type="checkbox"/> Unabhängig         |
| <input type="checkbox"/> Leidenschaftlich | <input type="checkbox"/> Fürsorglich        |
| <input type="checkbox"/> Beschützerisch   | <input type="checkbox"/> Inspirierend       |
| <input type="checkbox"/> Kreativ          | <input type="checkbox"/> Ehre               |
| <input type="checkbox"/> Erfolg           | <input type="checkbox"/> Mutig              |
| <input type="checkbox"/> Empathisch       | <input type="checkbox"/> Freundlich         |

**Ordne die Wörter, die du ausgewählt hast, in der Reihenfolge, in der sie am meisten Bedeutung haben.**

## Hier ist dein Archetyp

Das Wort, das du an die erste Stelle setzt, definiert den Hauptarchetyp deiner Marke. Die folgenden Wörter können mit dem Hauptarchetyp übereinstimmen, aber wenn sie das nicht tun, sind sie sekundäre Merkmale deiner Marke.

Sieh dir den übergeordneten Wert an, genau hier befindet sich die Essenz deiner Marke.

# Erfüllung

## Der Unschuldige

Optimistisch  
Ehrlich  
Zuverlässig

(Coca Cola / Hipp)

## Der Weise

Experte  
Kultiviert  
Referent

(HP / Harvard)

## Der Entdecker

Furchtlos  
Frech  
Unabhängig

(Jeep / Red Bull)

# Veränderung

## Der Rebell

Furchtlos  
Disruptiv  
Rücksichtslos

(Tesla / Saturn)

## Der Zauberer

Inspirierend  
Charismatisch  
Innovativ

(Disney / Google)

## Der Held

Mutig  
Ehre  
Bemüht

(Nike / Porsche)

# Verbindung

## Der Narr

Spielerisch  
Lustig  
Erfrischend

(Oreo / Doritos)

## Der Jedermann

Empathisch  
Hilfsbereit  
Freundlich

(Ikea / Aldi)

## Der Liebende

Leidenschaftlich  
Verführerisch  
Enthusiastisch

(L'Oréal / Häagen Dazs)

# Ordnung

## Der Betreuer

Fürsorglich  
Beschützerisch  
Verwöhnend

(Pampers / Nivea)

## Der Herrscher

Erfolg  
Prestige  
Verantwortungsvoll

(Rolex / Louis Vuitton)

## Der Schöpfer

Außergewöhnlich  
Einfallreich  
Kreativ

(Apple / Lego)



# **WER IST DEIN IDEALER KUNDE?**

In den sozialen Medien ist es wenig effektiv, jeden anzusprechen.  
Recherchiere deinen idealen Kunden gründlich. Idealer Kunde = Der Kunde,  
von dem du möchtest, dass er bei dir kauft oder Teil deiner Community wird.

Definiere diesen idealen Kunden, indem du alle folgenden Felder ausfüllst.



**Name:**

**Alter:**

**Wohnort:**

**Familienstand:**

**Aktuelle Situation:**

**Liebstes soziales Netzwerk:**

**Hobbies**

**Was ist die größte Angst des potenziellen Käufers?**

**Erreichte Ziele**

**Wünsche oder Bedürfnisse / Was inspiriert oder motiviert die Person?**

**FINDE DIE  
SCHMERZPUNKTE  
UND  
BEDÜRFNISSE,  
UM CONTENT ZU  
ERSTELLEN**

Wie findet man die Schmerzpunkte der Kunden, um Content zu generieren?  
Hier sind 7 Ideen, die den Einstieg erleichtern.

Notiere die Erkenntnisse in der letzten Spalte und überprüfe dann, welche Probleme oder Ideen am häufigsten auftreten.

Online-Communities, in denen sich deine idealen Kunden aufhalten, um Informationen und Schmerzpunkte zu sammeln. (Facebook- oder LinkedIn-Gruppen, Instagram-Rundfunkgruppen, Telegram-Kanäle)

Auf Quora oder Reddit nach Themen suchen, die mit der Marke zusammenhängen.

Bewertungen von potenziellen Kunden in den Netzwerken der Konkurrenten recherchieren.

Bewertungen ähnlicher Produkte oder Services zum Beispiel auf Amazon recherchieren.

Online-Foren suchen, in denen sich die Zielgruppe aufhält, und deren Kommentare aufmerksam lesen.

Kommentare auf beliebten Blogs in diesem Bereich lesen.

Fragebögen oder Umfragen an die eigene Community in sozialen Netzwerken.

Überlege jetzt, wie sich diese Person fühlen würde, wenn ihr Problem gelöst werden würde, um herauszufinden, worin der endgültige Nutzen besteht.

Trage 10 Probleme in die Tabelle ein und wandle dann das Problem in die Lösung um, nach der deine Kunden suchen.

Hier ist ein Beispiel für das Problem, das dich hierher gebracht hat: Der Mangel an Ideen. Jetzt bist du an der Reihe, die Probleme und Lösungen, die du bei deinen Kunden findest, einzutragen.

**Problem**

**Lösung**

Mangel an Ideen für die Erstellung von Content

Tipps für die Erstellung von Content

Problem

Lösung

Wenn du Probleme und Lösungen identifizierst, wirst du immer wieder neue Ideen für die Erstellung von Content haben. Wenn du die Tabelle ausgefüllt hast, hast du jetzt 20 Ideen, mit denen du Content kreieren kannst.

# NUTZE DIE 10 FORMELN FÜR DAS PROBLEM UND DIE 10 FORMELN FÜR DIE LÖSUNG, UM DEINEN CONTENT ZU MULTIPLIZIEREN

Schau dir an, wie viele Inhalte du nach Anwendung der Formeln hast.

10 Probleme X 10 Formeln: 100 Inhalte  
10 Lösungen X 10 Formeln: 100 Inhalte.

Wir lassen dir die kompletten Tabellen mit dem Beispiel aus dem vorherigen Schritt.

## 1 PROBLEM – 10 Copy-Formeln

Hier musst du den Titel und die Beschreibung des Videos von dem Problem ableiten, das du identifiziert hast.

In Anlehnung an das obige Beispiel befassen wir uns mit dem Problem: Mangel an Ideen für die Erstellung von Content.

**Formel:** PAS – Problem, Agitation, Solution (Problem, Aufregung, Lösung)

**Titel:** Dir fehlt die Inspiration beim Erstellen von Content?

Identifiziere das Problem des Mangels an Ideen für die Erstellung von Content, verdeutliche die Frustration, die dies verursachen kann, und biete eine effektive Lösung.

**Formel:** AIDA-Formel

**Titel:** Du brauchst Ideen für Content, weißt aber nicht wie?

Ziehe die Aufmerksamkeit des Nutzers auf dich, wecke Interesse, indem du zeigst, wie schwierig es ist, Ideen für Content zu generieren, wecke den Wunsch, das Problem zu lösen, und ruf zum Handeln auf, um Abhilfe zu schaffen.

**Formel:** Frage-Problem-Maßnahme-Nutzen

**Titel:** Denkst du stundenlang darüber nach, was du veröffentlichen sollst?

Stelle eine Frage über den Mangel an Content-Ideen, die bei den Zuhörern auf Resonanz stößt, stelle das Problem dar, fordere zum Handeln auf, um eine Lösung zu finden, und hebe die Vorteile der Überwindung dieses Problems hervor.

**Formel:** Nutzen-Neugierde-Hook

**Titel:** Das Geheimnis zur Überwindung kreativer Blockaden

Hebe den Nutzen der Inspiration für Content hervor, mach neugierig darauf, wie man dies erreichen kann, und bietet einen Hook, um zum Handeln aufzufordern und Hilfe zu erhalten.

**Formel:** Problem-Demonstration-Lösung

**Titel:** So überwindet man den Mangel an Ideen für Content

Zeige das Problem in der Praxis, demonstriere, wie es sich auf die Erstellung von Inhalten auswirkt, und präsentiere dann eine effektive Lösung, um sich inspirieren zu lassen.

**Formel:** Formel des einzigartigen Nutzens

**Titel:** Entdecke die Formel für die Erstellung von Inhalten, auch wenn du keine Ideen hast.

Hebe einen einzigartigen Vorteil hervor, der darin besteht, den Mangel an Ideen für Inhalte zu überwinden, und betone, wie dies die Erstellung von ansprechendem und wertvollem Material erleichtern wird

**Formel:** Kontrastreicher Vorher-Nachher-Vergleich

**Titel:** Von der kreativen Dürre zum ständigen Ideenfluss

Zeige, wie das Leben vor der Suche nach inhaltlichen Ideen aussah und wie es sich nach dem Einsatz einer effektiven Lösung verbessert, und lade das Publikum ein, die Veränderung vorzunehmen.

**Formel:** Geschichte-Problem-Lösung

**Titel:** Wie ich meine kreative Blockade überwunden habe

Erzähle eine kurze Geschichte über jemanden, der vor dem Problem des Mangels an inhaltlichen Ideen steht, stelle das Problem dar und zeige dann, wie eine effektive Lösung gefunden wurde.

**Formel:** Formel der Neugierde

**Titel:** Möchtest du wissen, wie du deine kreative Blockade überwinden kannst?

Wecke Neugierde, indem du eine interessante Frage zur Überwindung einer kreativen Blockade stellst und die Zuhörer dann einlädst, die Antwort zu entdecken.

**Formel:** Nutzen-Beweis-Sicherheit

**Titel:** Generiere Ideen für Content in wenigen Minuten

Hebe die Vorteile der Überwindung der kreativen Blockade hervor, untermauere sie mit Beweisen für die Wirksamkeit der Lösung und ermuntere die Zuhörer, sie auszuprobieren.

## 1 LÖSUNG – 10 Copy-Formeln

Hier musst du den Titel und die Beschreibung des Videos von der Lösung ableiten, die du deinem Kunden für das identifizierte Problem anbietest.

Wir bleiben beim vorherigen Beispiel und konzentrieren uns in diesem Fall auf die Lösung: Ideen zur Content-Erstellung.

**Formel:** Formel der Neugierde

**Titel:** Entdecke das Geheimnis für die Erstellung von unbegrenztem Content

Wecke die Neugier, indem du eine interessante Frage nach dem Geheimnis der Erstellung effektiver Inhalte stellst und das Publikum einlädst, die Antwort zu entdecken.

**Formel:** Hook-Neugierde-Nutzen

**Titel:** Das ist das Geheimnis der Creator für Content-Ideen

Kreiere einen spannenden Hook für das Geheimnis, um kreative Ideen zu finden, die Neugier des Publikums zu wecken und die Vorteile der Anwendung dieser Strategien hervorzuheben, um sich in den sozialen Medien abzuheben

**Formel:** Problem-Belohnung-Lösung

**Titel:** Verbessere deine Social-Media-Strategie mit frischen Ideen

Zeige das Problem des Mangels an kreativen Ideen auf, biete eine Belohnung in Form von neuen Content-Strategien und präsentiere eine wirksame Lösung zur Wiederbelebung der Präsenz in den sozialen Medien.

**Formel:** Formel der Versprechung

**Titel:** Kontinuierliche kreative Ideen für Inhalte auf Social Media

Gib ein klares Versprechen für kreative Ideen für Inhalte, die den Erfolg in den sozialen Medien sicherstellen und Vertrauen in die Wirksamkeit der vorgeschlagenen Strategien schaffen.

**Formel:** Frage-Neugierde-Nutzen

**Titel:** Möchtest du dich in den sozialen Medien mit einzigartigen Inhalten hervorheben?

Stelle eine Frage, die bei den Zuhörern auf Resonanz stößt, wie man sich in den sozialen Medien von der Masse abheben kann, mache sie neugierig darauf, wie man dies erreichen kann, und hebe die Vorteile kreativer Content Ideen hervor.

**Formel:** Formel der Begeisterung

**Titel:** Hol dir die Inspiration, die du brauchst, um mit deinen Inhalten erfolgreich zu sein!

Erzeuge Begeisterung über die Möglichkeit, kreative Ideen für Inhalte zu finden, übertrage positive Energie und motiviere das Publikum, Inspiration zu suchen, um sich in den sozialen Medien abzuheben

**Formel:** Formel des einzigartigen Nutzens

**Titel:** Finde unbegrenzte Ideen für deinen Content

Hebe einen einzigartigen Vorteil hervor, der darin besteht, dass man wirksame Ideen für die Erstellung von Inhalten findet, und zeige, wie dies zu innovativen und ansprechenden Produktionen führen kann.

**Formel:** Formel der Aspiration

**Titel:** Steigere dein Engagement mit diesen Content-Ideen

Erwecke den Ehrgeiz, kreative Ideen für Content zu nutzen, und zeige, wie diese zu neuen Erfolgen in den sozialen Medien führen können.

**Formel:** Problem-Transformation-Nutzen

**Titel:** Von der Monotonie zur Originalität: Ideen für soziale Netzwerke

Zeig, wie das Problem der Monotonie durch kreative Inhaltsideen in Originalität umgewandelt werden kann, und hebe die Vorteile dieser Transformation für die Präsenz in den sozialen Medien hervor.

**Formel:** Formel der Verführung

**Titel:** Verführe dein Publikum mit neuen Content-Ideen

Nutze die Verführung, um die Aufmerksamkeit des Publikums mit dem Versprechen innovativer Inhalte zu gewinnen, und zeige auf, wie man damit Follower in den sozialen Medien anziehen und binden kann.

## 1 PROBLEM – 10 Copy-Formeln

**Formel:** PAS – Problem, Agitation, Solution (Problem, Aufregung, Lösung)

**Titel:**

**Formel:** AIDA-Formel

**Titel:**

**Formel:** Frage-Problem-Maßnahme-Nutzen

**Titel:**

**Formel:** Nutzen-Neugierde-Hook

**Titel:**

**Formel:** Problem-Demonstration-Lösung

**Titel:**

**Formel:** Formel des einzigartigen Nutzens

**Titel:**

**Formel:** Kontrastreicher Vorher-Nachher-Vergleich

**Titel:**

**Formel:** Geschichte-Problem-Lösung

**Titel:**

**Formel:** Formel der Neugierde

**Titel:**

**Formel:** Nutzen-Beweis-Sicherheit

**Titel:**

## 1 LÖSUNG – 10 Copy-Formeln

**Formel:** Formel der Neugierde

**Titel:**

**Formel:** Hook-Neugierde-Nutzen

**Titel:**

**Formel:** Problem-Belohnung-Lösung

**Titel:**

**Formel:** Formel der Versprechung

**Titel:**

**Formel:** Frage-Neugierde-Nutzen

**Titel:**

**Formel:** Formel der Begeisterung

**Titel:**

**Formel:** Formel des einzigartigen Nutzens

**Titel:**

**Formel:** Formel der Aspiration

**Titel:**

**Formel:** Problem-Transformation-Nutzen

**Titel:**

**Formel:** Formel der Verführung

**Titel:**

Letztendlich ist die Wiederholung für das Videoformat wichtig, weil man so neue Personen erreichen kann. Die Idee ist deshalb: Erstelle diese Videos und plane sie über verschiedene Wochen hinweg ein, indem du abwechselnd ein Lösungs- und ein Problem-Video postest. Also, identifiziere ein Problem deiner Zielgruppe und wiederhole diesen Vorgang.

Und wie planst du deinen gesamten Content so, dass dir auf deinen Social-Media-Kanälen nie die Inhalte ausgehen?

Das Planen zur automatischen Veröffentlichung spart dir als Social Media Manager täglich Zeit und gibt dir die Sicherheit, dass deine Profile immer mit vorbereitetem Content versorgt sind – ohne den Druck, jeden Tag neue Ideen finden zu müssen. Und genau das kannst du mit Metricool machen.

**Registriere dich KOSTENLOS  
bei Metricool**



[metricool.com](https://metricool.com)