

## YouTube Optimierung – Zukunft des Videomarketing



YouTube ist nicht nur eine reine Video-Plattform, wo Videos hochgeladen werden können. YouTube kann mehr, als man denkt! Es ist die zweitgrößte Suchmaschine nach Google und ein effektiver Kanal, um bestimmte Werbebotschaften schneller zu verbreiten und eine breite Masse an Nutzern anzusprechen.

Aufgrund der technischen Entwicklung erlaubt YouTube die Veröffentlichung von Videoinhalten, unabhängig vom Budget und Bekanntheitsgrad des Publisher. Es werden lediglich nur drei Dinge benötigt: eine kreative Idee, eine Kamera und ein Google Konto. Bei Videomarketing kommt es nicht mehr nur auf den Darsteller an, wie dies bei typischen TV-Werbungen der Fall ist. Die Werbebotschaft ist entscheidend! Werbebotschaften mit Persönlichkeit und Individualität müssen beim Zuschauer einen gewissen Mehrwert schaffen. Denn nur so wird beim Zuschauer auch das Interesse geweckt.

### **Wir haben für euch unsere wichtigsten Tipps zur YouTube-Optimierung zusammengestellt.**

#### **Tipp 1: Lege im Vorfeld Folgendes fest: Konzept, Zielgruppe, Zweck und Budget!**

Die Gestaltung von Videos auf YouTube besteht aus zwei Teilen: Inhalt (was die Nutzer anschauen) und SEO (was Nutzer und Suchmaschinen lesen können wie z.B. Titel, Beschreibung, Tags usw.)

Die Gestaltung eines erfolgreichen Videos fängt bereits vor dem Hochladen des Videos und Einschalten der Kamera an. Zweck, Zielgruppe, Budget und Ressourcen müssen im Vorfeld festgelegt werden. Auf YouTube ist die Konkurrenz besonders groß und nur die originellsten und kreativsten Videos erhalten die Aufmerksamkeit von Zuschauern.

## **Tipp 2: Aufbau eines Publikums!**

YouTube kann mit einem Sozialen Netzwerk verglichen werden. Dort tummelt sich das Publikum mit gleichen Interessen. Genau diese Personen sind für eine positive oder negative Videobewertung entscheidend. YouTube misst dadurch, wie gut das Video für die vorgeschlagenen Keywords ist. Ausschlaggebend ist dabei immer ein guter Mix aus Themenrelevanz, Art und Qualität des Videos sowie eine durchdachte Kampagnenstrategie.

## **Tipp 3: Hinzufügen einer richtigen und optimierten Beschreibung! Keywords in Titel, Beschreibung und Dateiname verwenden!**

Suchmaschinen können weder Bilder noch Videos lesen, deshalb ist es sehr wichtig, eine richtige/optimierte Beschreibung hinzuzufügen. YouTube indexiert jedes Video genau als ein Bild bei Google. Videos sind Inhalte, vergleichbar wie Kategorietexte oder Blogbeiträge auf einer Website. Deshalb beginnt Videooptimierung schon bevor das Video eigentlich hochgeladen wurde. Wichtig ist es, den entsprechenden Kanal sowie jedes Video nach gewünschten Keywords zu optimieren. Videos mit guten Inhalten sind Mehrwerte für das Publikum. Sie können die Relevanz eines Kanals steigern und das Ranking einer Website bei Google beeinflussen. Google kann u.a. die Videodateitypen MP4 oder MOV crawlen. Deshalb sollten diese Formate Beachtung finden.

## **Tipp 4: Visuelles SEO – Dein Video muss als Blickfang dienen! Nimm daher den stärksten Videostil, welches das Hauptthema zusammenfasst und Aufmerksamkeit bringt!**

Der Titel muss zum einen Hauptkeywords enthalten und zum anderen einen Blickfang darstellen, welcher das Interesse beim Nutzer weckt. Und das Gleiche gilt auch beim Vorschaubild (Thumbnail) des Videos. Das Thumbnail kann als eine Visitenkarte des Videos betrachtet werden. Mit einem kleinen Bild wird das Thema des Videos kurz dargestellt. Ein gut gestaltetes benutzerdefiniertes Thumbnail erzeugt mehr Klicks als ein automatisch erzeugtes von YouTube. Normalerweise gibt es ein Hauptbild, welches das Hauptthema zusammenfasst. Das hilft dem Nutzer weitere Videos von einem zu erkennen. Des Weiteren müssen die Hauptkeywords in die Dateinamen JPG oder PNG integriert werden!

## **Tipp 5: Ist das Video durch alle möglichen Kanäle verteilt worden?**

Das Seeding des Videos ist sogar wichtiger als die Produktion! Ein hochwertiges Video mit einer

richtigen Verteilungsstrategie auf Facebook, Twitter, Google+, Newsletter & Co. erhöht die Conversion Rate.

### **Tipp 6: Integration eines „Call to Action“-Button**

Videoinhalte sind für Nutzer kostenfrei. Ziel ist es, eine Conversion zu generieren. Dazu sollten unbedingt „Call to Action“-Buttons integriert werden. Dies kann durch einen Link, welcher unmittelbar zur eigenen Website verweist, oder durch das Einbauen einer Kommentarfunktion geschehen oder aber auch ein Hinweis zum nächsten Video sein.

### **Tipp 7: Mindestens zwei Videos pro Woche hochladen!**

Es gibt keine direkte Faustregel. Wichtig ist, dass eine Regelmäßigkeit auf dem Kanal vorzufinden ist. Die erfolgreichsten Kanäle laden mindestens zwei Videos pro Woche hoch.

Anfangs war YouTube aufgrund vieler Home Videos und Amateurvideos für seine schlechte Qualität bekannt. Mittlerweile ist die Konkurrenz so hoch, dass eine gute Bildqualität essenziell ist, um sich von der Konkurrenz abheben zu können.

### **Tipp 8: Videos sind die Zukunft im Marketing. Fang an bevor es zu spät ist!**

Hast du eine kreative Idee und möchtest diese mit deiner Community teilen? Dann nimm deine Kamera in die Hand und los gehts! Die SEO-Küche machts mit ihrem Imagefilm: „Ich will gefunden werden“ vor.