



Video 5: Youtube-Videomarketing

Youtube ist eine tolle Ergänzung für das Dreieck des Vertrauens, da ein Bild bekanntlich mehr als 1.000 Worte sagt und ein Video aus mindestens 30 Bildern pro Sekunde besteht.

Ein Video in Youtube hochzuladen und anschließend im Blogartikel zu verwenden, kann also als die Königsdisziplin bezeichnet werden.

Ich spreche eine noch größere Zielgruppe an, denn die Menschen haben eine immer kürzer werdende Aufmerksamkeitsspanne und wollen die gewünschten Informationen gerne so schnell wie möglich erhalten.

Bevor sie 5 oder 10 Minuten investieren müssen, um meinen Blogartikel durchzulesen, nehmen sie sich lieber die Zeit und schauen ein rund 2,5 Minuten langes Video.

Wir haben bereits im vergangenen Monat davon gesprochen, wie so ein Video erstellt und in Youtube mit Werbung unterstützt werden kann. Der nächste logische Schritt bezieht sich auf die Einbettung des Videos in unseren Blog.

Wir erweitern einfach unsere Blogbeiträge um ein Video. Viele Newsportale sind online auf diesen Zug aufgesprungen und unterstützen ihre News mit einem Video, das in der Regel den Text des Artikels einfach noch



einmal nachspricht.

So erreiche ich eine deutlich größere Reichweite, weil jedem Besucher freigestellt ist, wie er die Informationen aufnehmen will. Gerade die Jugend investiert immer weniger Aufmerksamkeit und widmet sich entsprechend lieber den Videos.

Wichtig ist nur, dass ich das Suchwort im Video damit abstimmen muss, über welchen Begriff ich im Beitrag spreche. Dann kann ich den Blogartikel auch in Youtube als Beschreibungstext für das Video übertragen. Hier ergänze ich oben und unten den Link zum Blogartikel bzw. direkt zu meiner Startseite, auf der der Zuschauer dann die Möglichkeit hat, sich in mein Formular einzutragen und mein kostenloses Produkt zu erhalten.

In den Bereich unter dem Beschreibungstext kann ich dann die Suchworte integrieren. Hier hinterlege ich natürlich das Hauptsuchwort des Videos, weitere umgebende Suchworte und zu guter Letzt ein Geisterwort. Wichtig ist zu wissen, dass alle hier hinterlegten Suchworte nicht im sichtbaren Bereich angezeigt werden, sondern nur Youtube bekannt sind und entsprechend frei belegt werden können.

Da es für Zuschauer unmöglich ist, die Suchbegriffe in Erfahrung zu bringen, können wir hier auch sehr freizügig umgehen und beispielsweise Mitbewerber nennen, sodass unsere Videos auch dann eingeblendet werden, wenn direkt



nach Mitbewerbern gesucht wird.

Vor allem sollten wir uns darauf konzentrieren, ein Geisterwort zu hinterlegen das alle unsere Videos miteinander verbindet. Es ist bekanntlich so, dass rechts am Rand neue Videos vorgeschlagen werden, die sich thematisch am aktuellen Video orientieren, das wir uns gerade ansehen.

Binden wir ein Geisterwort in unsere Suchwortliste ein, blenden sich automatisch weitere Videos von uns in der rechten Spalte ein und wir erreichen so zwei positive Effekte auf einmal:

1. Wir sorgen dafür, dass unsere Zielgruppe gleich mehrere Videos von uns am rechten Rand sieht. Das bestärkt vor allem unseren Expertenstatus, da es offensichtlich nicht nur ein Video von uns zu diesem Themenbereich gibt, sondern gleich mehrere. Durch diese Ausbreitung untermauern wir unseren Status als Autorität.
2. Wir sorgen gleichzeitig dafür, dass weniger Mitbewerber-Videos angezeigt werden, die sonst für uns zur Gefahr werden können. Entdeckt unsere Zielgruppe am Rand weitere Videos, die sich um das Thema drehen aber nicht von uns stammen, besteht auch immer die Gefahr dass sie uns untreu werden. Das Vertrauensverhältnis ist noch sehr frisch und wenn ein Mitbewerber aus irgendeinem Grund einen



besseren Eindruck hinterlässt, haben wir eventuell das Nachsehen.

Ein exzellentes Beispiel für die Darstellung der Blogartikel mit Youtube-Videos findet sich auf der Webseite www.institut-internetmarketing.com und hier im Bereich News.

Steffen selbst hat diverse Videos zu unterschiedlichen Themen erstellt, mit einem umfangreichen Text ergänzt und die Beschreibung und Keywords nach der hier beschriebenen Vorgehensweise eingefügt. Inzwischen finden sich diverse Videos auf den vorderen Plätzen in der Google-Suche und gleichzeitig helfen sich die Videos gegenseitig, da Mitbewerber am rechten Rand oft durch eigene Videos verdrängt werden.

Das ist natürlich keine Strategie, die 100% Erfolg verspricht oder nach kurzer Zeit nur noch eigene Videos am rechten Rand darstellt. Vielmehr befinden wir uns ständig im Kampf um die besten Positionen und unsere Mitbewerber werden ebenfalls kontinuierlich neue Videos produzieren, mit denen sie versuchen, uns den Rang abzulaufen.

Dennoch ist es mit jedem weiteren Video, das wir selbst hochladen, umso wahrscheinlicher, dass unsere zusätzlichen Videos angezeigt werden und so einer der Mitbewerber aus dem Fokus unserer Zielgruppe verschwindet.