

1. YouTube: An welchen Stellschrauben Sie drehen müssen damit das Video ganz weit vorne platziert wird.

Bei YouTube ist es besonders wichtig darauf zu achten, dass Titel, Beschreibung und Schlagwörter die gleichen Begriffe enthalten.

Beispiel:

Videotitel: Italienisches Restaurant „Prima Bella“ Frankfurt

Beschreibung: Das gemütliche italienische Restaurant begrüßt seine Gäste im Herzen Frankfurts und serviert hausgemachte Gerichte aus Italien.

Suchwörter: Italienisches Restaurant Frankfurt, Restaurant Frankfurt, Italiener Frankfurt, Italienisches Restaurant, Frankfurt italienisches Restaurant

Außerdem ist es hilfreich hin- und wieder neue Videos hochzuladen, da YouTube teilweise aktuelle Videos älteren Videos gegenüber vorzieht.

2. Facebook: Warum Videos besser ranken als Texte und Fotos und wie Sie das für sich nutzen.

Facebook möchte mit YouTube „mithalten“ und gewichtet deshalb Videoinhalte positiver und stärker als Bilder oder gar nur reinen Text. Sicherlich ist Ihnen bereits aufgefallen, dass sie nicht alle Posts aller ihrer Kontakte und der von Ihnen gelikten Seiten in Ihrer Timeline sehen. So geht es ebenfalls Nutzern die mit Ihnen befreundet sind oder Ihre Seite mögen. Nutzen Sie also Video im Rahmen Ihrer Posts dazu um Ihre Sichtbarkeit zu erhöhen.

Auch wenn Sie Facebook-Anzeigen schalten ist es möglich mit Videos in den Anzeigen die Ergebnisse zu verbessern und die Werbekosten zu senken.

3. E-Mail Signatur: Clever dazu nutzen Ihr Video automatisch mehrmals täglich zu verbreiten.

Kopieren Sie einfach den YouTube Link <https://www.youtube.com/watch?v=gQMyua3YIZc> in Ihre E-Mail Signatur. Ergänzen Sie das Ganze noch mit einem Hinweis: „Erfahren Sie was es neues in unserer Firma gibt [Videolink] und der ein oder andere wird darauf klicken. Der Vorteil der Methode liegt darin, dass es einmal eingerichtet automatisch funktioniert und kein Spam ist da es nicht nur um Ihr Werbevideo geht.“

4. Netzwerke: Über LinkedIn, Xing und Co zielgerichtet neue Interessenten erreichen.

Posten Sie das Video in Ihren Business-Netzwerken und fügen Sie es ihrer Profilbeschreibung hinzu. Außerdem können Sie das Video z.B. in Xing-Gruppen posten.

5. Homepage: Das Video optimal in die eigene Internetpräsenz einfüge.

Klicken Sie dazu unter dem YouTube-Video auf die Funktion „Teilen“ (Pfeil Symbol) und klicken Sie danach auf „Einbetten“. Den angezeigten Code kopieren Sie einfach und fügen ihn an der Stelle in Ihrer Website ein an der der Videoplayer erscheinen soll. Diese Lösung ist sehr elegant da durch den YouTube Player sichergestellt wird, dass sich die Bildqualität

immer der aktuellen Internetgeschwindigkeit Ihres Besuchers anpasst. Außerdem helfen YouTube Videos bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO) Ihrer Internetseite da Google eingebundene YouTube Videos positiv bewertet.

6. Branchenportale: So stechen Sie mit einem Video unter den Wettbewerbern heraus.

Auch wenn Branchenportale nicht mehr wirklich angesagt sind, binden Sie Ihr Video in Ihrem Profil ein, wenn sie dort sowieso eines haben. Extra wegen des Videomarketings einem Branchenportal beizutreten lohnt sich meiner Meinung nach nicht.

7. E-Mail: Videomarketing gekonnt einsetzen ohne zu spamen.

Bauen Sie einen eigenen kleinen E-Mail Verteiler auf oder nutzen Sie Ihre bestehenden Newsletter-Empfänger um das Video per E-Mail zu verbreiten. Achten Sie darauf hochwertige Inhalte mit Mehrwert zu verschicken und lockern Sie diese durch kurzweilige Videos auf.

8. Fachblogs: Wie Sie das Video in relevanten Blogs platzieren um genau Ihre Zielgruppe zu erreichen.

Posten Sie Ihr Video (das einen Mehrwert zum Thema liefern sollte) als Kommentar auf Fachblogs die Ihr Thema behandeln. Diese Blogs finden Sie leicht über Google „Ihre Thema + Blog“ als Suchbegriff. Außerdem bieten thematische Facebook-Gruppen eine gute Möglichkeit dort das Video zu verbreiten.

9. Foren + 10. Messen: Welche Foren & Messen sich am besten dazu eignen Ihr Video zu verbreiten.

Gehen Sie mit Ihrem Video in Foren in denen sich Menschen zu Ihrem Thema austauschen und Fragen stellen. Natürlich könnten Sie sich auch einfach mit Textbeiträgen beteiligen, aber was glauben Sie mögen potenzielle Kunden lieber? Sich zwei Minuten Video ansehen – oder mehrere hundert Wörter lesen? Videos kommen in der Regel sehr gut an weil sie kurzweilig und einfach zu konsumieren sind, nutzen Sie das für sich.

Auch am Messestand darf das Video nicht fehlen und ist ein echter Blickfang, wenn der Monitor an einer guten Stelle positioniert ist. Wenn ein Besucher stehen bleibt um sich das Video anzusehen ist das Ihre Chance in anzusprechen, denn sein Interesse haben Sie bereits geweckt.

Wenn Sie weitere Fragen zu diesem Thema haben, sprechen Sie mich gerne an!

Marcel Fenchel

Telefon: 069 264 927 21

E-Mail: info@fenchel-janisch.de