

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	11
-------------------------	-----------

1: Warum überhaupt YouTube? **17**

1.1	Prinzipien von Videomarketing	21
1.2	YouTube als Marketingkanal	22
1.2.1	YouTube ist die Nummer zwei der Suchmaschinen	22
1.2.2	Videos werden prominent in den Suchergebnissen angezeigt	23
1.2.3	Dynamische Kommunikation mit dem Kunden.	25
1.2.4	Effektive OffPage-Optimierung	26
1.2.5	Videos sind nachhaltiger	27
1.3	Zielgruppe von YouTube Marketing	28
1.4	Was YouTube alles kann	29
1.5	Zusammenfassung	32
1.6	Drei Fragen an.....	33
1.7	Checkliste	35

2: Hallo YouTube!

37

2.1	Geschichte von YouTube	39
2.2	Aufbau und Struktur	41
2.2.1	Startseite	41
2.2.2	YouTube-Suchergebnisseiten	42
2.3	Account anlegen	44
2.3.1	Kanalname	46
2.3.2	Profiltext.	47
2.3.3	Links.	49
2.3.4	Kanalbild	50
2.4	Zusammenfassung	52
2.5	Drei Fragen an....	54
2.6	Checkliste	55

3: Themen finden

57

3.1	Interessante Themen für das Unternehmen	58
3.1.1	Onlinequellen	58
3.1.2	Offlinequellen	65
3.2	Ein Redaktionsplan muss her	69
3.2.1	Redaktionsplan erstellen	69
3.2.2	Themen und Redaktionsplan verknüpfen	71
3.3	Der fertige Plan	73
3.4	Zusammenfassung	74
3.5	Drei Fragen an....	75
3.6	Checkliste	76

4: Produktion: Klappe und Action

77

4.1	Das geeignete Format wählen	78
4.1.1	Klassisch: das Unternehmensvideo	79

4.1.2	Im Gespräch: das Interview	80
4.1.3	Zum Lachen: Comedy	81
4.1.4	Nachvollziehbar: die Dokumentation	82
4.1.5	Zum Nachmachen: Tutorials	84
4.2	Ohne Grobkonzept geht's nicht	85
4.3	Ausrüstung	86
4.3.1	Kamera	87
4.3.2	Mikrofon/Ton	89
4.3.3	Beleuchtung	91
4.4	10 Tipps für gute YouTube-Videos	92
4.5	Nachbearbeiten ist Pflicht!	93
4.5.1	Videos hochladen und zusammenstellen	94
4.5.2	Videos zuschneiden und verlängern	96
4.5.3	Videoeffekte	97
4.5.4	Ton und Musik	98
4.6	Zusammenfassung	100
4.7	Drei Fragen an... ..	101
4.8	Checkliste	104

5: Videos optimieren

105

5.1	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	106
5.2	Basics	110
5.2.1	Videodateiname	110
5.2.2	Auflösung	111
5.2.3	Videolänge	112
5.2.4	Thumbnail	114
5.3	Keywordbasierende Optimierungen	117
5.3.1	Google Keyword-Planer	118
5.3.2	YouTube-Recherche	121
5.3.3	Title	123
5.3.4	Description	123
5.3.5	Tags	126
5.4	Zusammenfassung	131
5.5	Drei Fragen an... ..	132
5.6	Checkliste	135

6: Die YouTube-Community 137

6.1	Netzwerk aufbauen	138
6.1.1	Kontakte über Google+	139
6.1.2	Kontakte über YouTube	139
6.2	Interaktion mit YouTube-Usern	143
6.2.1	Kommentare, Bewertungen, Abonnements	143
6.2.2	Videokommentare	150
6.2.3	Niemals: Fans kaufen	151
6.3	Zusammenfassung	153
6.4	Drei Fragen an... ..	155
6.5	Checkliste	156

7: Verbreiten und teilen 157

7.1	... auf der Website	158
7.1.1	Das YouTube-Icon	158
7.1.2	Videos einbetten	159
7.2	... in Social-Media-Kanälen	162
7.3	... in E-Mails	165
7.3.1	E-Mail-Signatur	166
7.3.2	E-Mail-Marketing	169
7.4	... über Online-PR	170
7.5	... über Gastbeiträge	172
7.6	Zusammenfassung	174
7.7	Drei Fragen an... ..	176
7.8	Checkliste	178

8: Erfolg messen und analysieren 179

8.1	Einführung in YouTube Analytics	180
8.2	Berichte zu Aufrufen	182

8.2.1	Wie viele? – Quantität	183
8.2.2	Wie alt? – Demografie	185
8.2.3	Wo? – Wiedergabeort.	186
8.2.4	Wovon? – Endgeräte.	187
8.2.5	Wie gut? – Zuschauerbindung.	187
8.3	Berichte zur Interaktion	189
8.3.1	Wer? – Abonnenten	190
8.3.2	Wie? – Bewertungen.	190
8.3.3	Was? – Kommentare.	191
8.3.4	Wo? – Teilen.	192
8.3.5	Was? – Anmerkungen.	193
8.4	Zusammenfassung	194
8.5	Drei Fragen an...	196
8.6	Checkliste.	198

9: Erfolgreiche Videos 199

9.1	How German Sounds Compared To Other Languages	200
9.2	Wie kann ich Krawatten binden für Anfänger.	201
9.3	WestJet Christmas Miracle: real-time giving	203
9.4	BMW & MINI Autohaus Reisacher - Imagefilm 2012.	205
9.5	FASHION/MODE Trends 2013 - Vorschau	206

Ausblick 209

Index	213
-----------------	-----