

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	42
2.2.2	YouTube-Suchergebnisseiten	43
2.3	Account anlegen	44
2.3.1	Kanalname	46
2.3.2	Profiltext	48
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	122
5.3.4	Description	123
5.3.5	Tags	126
5.4	Zusammenfassung	131
5.5	Drei Fragen an...	132
5.6	Checkliste	136

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	152
6.3	Zusammenfassung	154
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	167
7.3.2	E-Mail-Marketing	169
7.4	... über Online-PR	170
7.5	... über Gastbeiträge	173
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.	188
8.3	Berichte zur Interaktion	189
8.3.1	Wer? – Abonnenten	190
8.3.2	Wie? – Bewertungen.	191
8.3.3	Was? – Kommentare.	192
8.3.4	Wo? – Teilen.	193
8.3.5	Was? – Anmerkungen.	194
8.3.6	Bei wem? – Playlists	195
8.4	Zusammenfassung	195
8.5	Drei Fragen an...	197
8.6	Checkliste.	199

9: Erfolgreiche Videos 201

9.1	How German Sounds Compared To Other Languages	202
9.2	Wie kann ich Krawatten binden für Anfänger.	203
9.3	WestJet Christmas Miracle: real-time giving	205
9.4	allkauf haus: Entstehung eines allkauf Fertighauses	207
9.5	FASHION/MODE Trends 2013 – Vorschau	208

Ausblick 211

Index	215
-----------------	-----