

<p>1. Was ist das? Kurze inhaltliche Einführung Best practice</p>	<p>Weltweit wichtigstes Video-Portal, Teil von Google Videos können konsumiert aber auch aktiv von den Usern bereitgestellt werden (UGC = User-generated Content), unzählige gute Stadtpaziergänge, Museumsbesuche und Reiseberichte zeigen, wie populär diese Plattform ist.</p>
<p>2. Zugang Was brauche ich dafür? Wo finde ich die Infos dazu?</p>	<p>Internet-Zugang, Youtube-Account (an kostenfreien Google-Mail-Account gekoppelt) mit Brand-Channel (Markenkanal) blog.hubspot.de/youtube-marketing</p>
<p>3. Aufbau kurze Beschreibung</p>	<p>Hochgeladene Videos werden mittels Verschlagwortung auffindbar gemacht, auch nach Jahren sind diese noch abrufbar; Videos können bewertet, gelikt und in Playlists integriert werden, auch die Einbettung der Videos in anderen Webseiten und -formaten ist möglich; Youtube-Stories Über Google Ads können vielfältige Werbeformate in Youtube zielgenau eingebucht werden.</p>
<p>4. Wozu eignet sich der Kanal? Für wen (Zielgruppe) ist der Kanal geeignet? Welche Inhalte sind prädestiniert für diese Kommunikation?</p>	<p>Reichweite gewinnen, Inspirationen bereitstellen – entweder über eigenen Content oder über die Zusammenarbeit mit Influencern, die bereits eine hohe Reichweite haben</p> <p>mögliche Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erfahrungs- /Reiseberichte • Produktpräsentationen • Tutorials (Anleitungen) • Interviews • Live-Streaming (ab 50 Abonnenten)
<p>5. Aufwand Zeitliche Einschätzung</p>	<p>Die Erstellung und Nachbearbeitung von Videos kann sehr viel Zeit in Anspruch nehmen, so dass es guter Überlegungen bedarf, welche Inhalte in welchen Abständen erzählt werden sollen. Auch die technische Ausrüstung ist bei einer Aufwandsschätzung signifikant. Eine spezialisierte Person mit Affinitäten zum Filmen, zum Schnitt und der Vertonung muss verfügbar sein.</p>
<p>6. Vor- und Nachteile Was bringt das?</p>	<p>Vorteile:</p> <ul style="list-style-type: none"> • hohe Reichweitenchancen durch große Nutzerzahl • vielfältige Präsentations- und Werbemöglichkeiten • Video-Listing auch in allgemeiner Google-Suche • Video-Zweitverwertung auf anderen Seiten und Anwendungen möglich <p>Nachteile:</p> <ul style="list-style-type: none"> • hoher Zeit- und Produktionsaufwand • Aufnahme- und Postproduktions-Know-how
<p>7. Analyse/ Auswertung</p>	<p>Umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten und Statistiken unter studio.youtube.com – sowohl kanalbezogen als auch für einzelne Videos</p>