

Marketing für Trainer und Coaches

Teil 19: YouTube

Was ist YouTube?



- ✓ Im westlichen Raum größte Videoplattform
 - 122 Millionen Nutzer pro Tag weltweit
 - Tagesreichweite Deutschland: 35%
 - Jede Minute werden 500 Stunden Video hochgeladen
- ✓ Fast alle Inhalte sind kostenlos verfügbar
- ✓ Jede Art von Format vorhanden
- ✓ Integrierte Sozial-Media-Plattform

Welche Möglichkeiten bietet es?

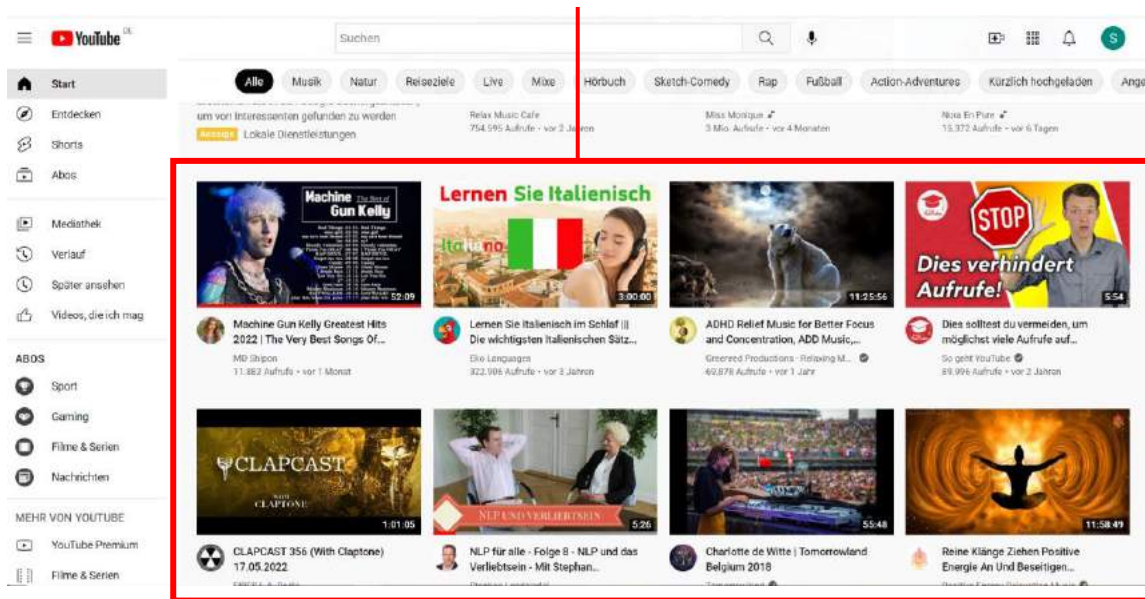
- ✓ Eigenwerbung
- ✓ Sichtbarkeit
- ✓ Kommunikation Zielgruppe
- ✓ Austausch mit anderen Content Creators
- ✓ Zusatzeinnahme wenn für Werbung freigegeben (monetarisiert)

Wichtige Features: Video Empfehlungen

Großteil der Aufrufe kommt
durch Empfehlungen (Recommendations) zustande

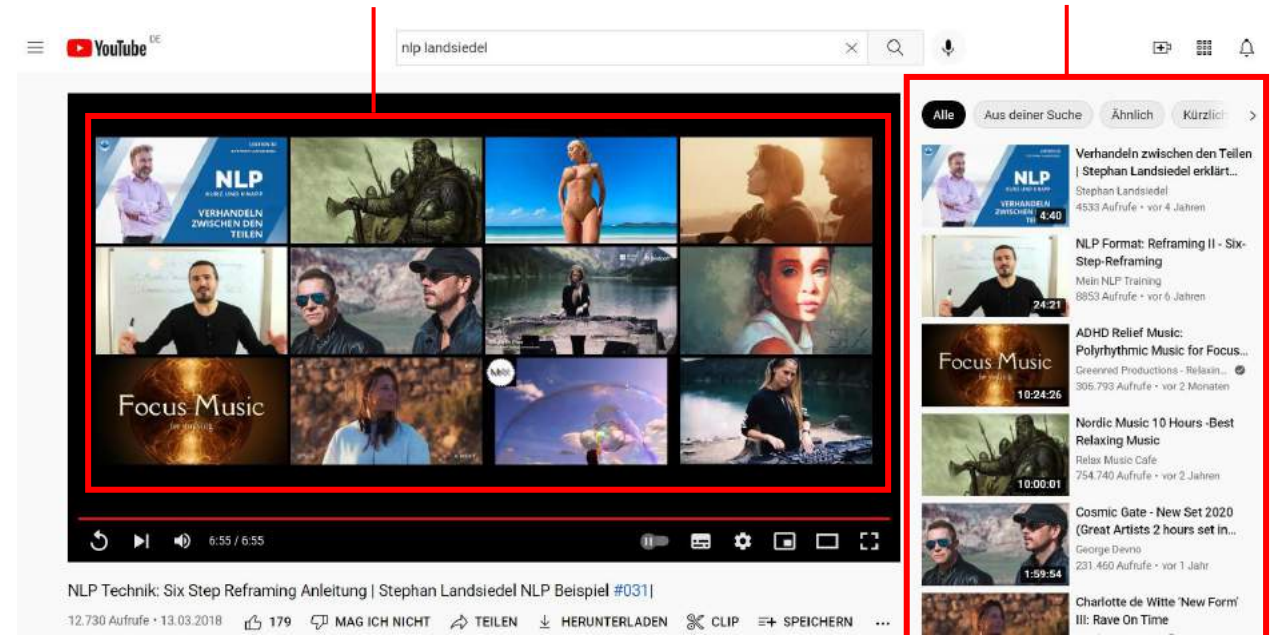
Diese werden angezeigt:

auf der Startseite



nach einem Video

Parallel zu laufendem Video



Wichtige Features: Ranking

- ✓ Interne Wertung des Kanals
- ✓ Je höher das Ranking, desto
 - eher wird das Video empfohlen
 - eher wird es in der Suche priorisiert
- Das Ranking ist entscheidend wie oft der Inhalt aufgerufen wird.

Wichtige Features: Likes + Abonnements

Likes

- Rückmeldung über Qualität + Engagement

Abonnements

- Nutzer bekommen Benachrichtigungen über neue Inhalte
 - Erhöhen Bindung des Nutzers
- ✓ Indizes für allgemeine Beliebtheit von Videos oder Kanälen
=> erhöhen Ranking

Fragen vor / während Content Erstellung

Wer ist die Zielgruppe?

Was ist der Mehrwert?

Was macht die Konkurrenz?

Zielgruppe

Wen möchtest Du mit Deinem Kanal ansprechen?

- ✓ Zielgruppe gerade anfangs eher eng setzen
- ✓ Kann später noch erweitert werden
- ✓ Video-Empfehlungen sind stark personalisiert!

Positionierung

- Wiederholung -

Prinzip Bauchladen	Prinzip Positionierung
Du bietest alles an, was Du kannst und weißt.	Du bietest nur EINE Sache an und die richtig gut.
Was Du anbietest, bieten andere Coaches/Trainer auch an.	Was Du anbietest, bietest nur DU an.
Durch Deine Vielfältigkeit bist Du nicht spezialisiert, wirst nicht als Experte wahrgenommen und bist unattraktiv für den Markt.	Durch Deine Spezialisierung und Deinen Fokus auf Deine Kernkompetenz bist Du attraktiv und gefragt für den Markt.

Merke: Spitz statt breit.

Mehrwert

Zuschauer bleibt nur dabei wenn er dafür etwas erhält

Das kann sein:

- ✓ Informationen/Wissen
- ✓ Unterhaltung
- ✓ Emotionen

Passung an die Zielgruppe essentiell!

Genaue Passung



Konkurrenz

Wird das, was ich machen will, bereits angeboten?

Wenn ja:

- ✓ Kann/will ich das Selbe besser machen?
- ✓ Was stört mich an dem vorhanden Content?
- ✓ Was wird noch nicht oder nicht ausreichend angeboten?

Konkurrenz

Anders ist manchmal besser als besser.

Es ist schwierig sich mit identischen Inhalten durchzusetzen

=> Etablierte Kanäle sind im Vorteil (besseres Ranking)

Welcher Mehrwert wird noch nicht angeboten?

Abgrenzung zu anderen Kanälen wichtig!

Sichtbarkeit/Reichweite von Videos

Nutzer gelangen zu Videos über

- ✓ Direkte Suche
- ✓ Videoempfehlungen
- ✓ Verlinkung (Sozial Media, Firmenseite, Blog, etc.)
- ✓ Freunde/Bekannte

Empfehlungen vs Suche

Empfehlungen besonders relevant bei Unterhaltung, emotionalen Inhalten, Kommentaren zu akuten Ereignissen, etc.



Die **Suche** ist relevanter bei **konkreten Problemen und Anliegen**

wie verlegt man laminat



wie finde ich einen coach



Laminat verlegen Angle-Angle | HORNBACH Meisterschmiede

1,9 Mio. Aufrufe • vor 5 Jahren

Hornbach

In diesem Video-Tutorial zeigen wir dir Schritt für Schritt, wie das Verlegen von Laminat nach der Snap-Methode funktioniert.

Untertitel



Intro | Vorbereitung | Laminatdielen verlegen | Abschlussarbeiten

4 Kapitel

YouTube Algorithmen

Die Algorithmen entscheiden wem was angezeigt wird

Basieren auf:

Übereinstimmung

+

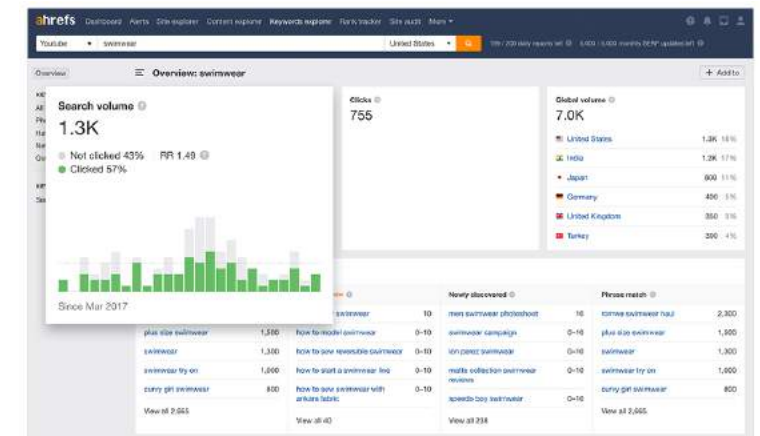
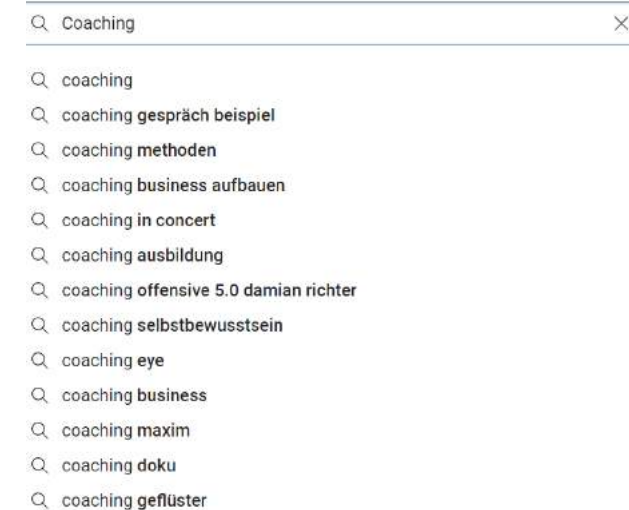
Engagement/Ranking

- ✓ Titel
- ✓ Beschreibung
- ✓ Videoinhalte
- ✓ Oft zusammen gesehen mit ...

- ✓ Likes
- ✓ Kommentare
- ✓ Verweildauer
- ✓ Befragungsergebnisse
- ✓ ...

YouTube Keyword Research

- ✓ YouTube Vorschläge
Eingabe eines Startbegriffs zeigt die in dem Zusammenhang oft gesuchten Abfragen
 - Einfachste Methode
- ✓ Drittprogramme
Zum Beispiel Ahrefs' Keywords Explorer
 - Anzeige des eigentlichen Suchvolumens



Quelle: <https://ahrefs.com/youtube-keyword-tool>

YouTube Keyword Research

Keyword ideas for “nlp”



The first 100 keywords out of 3,184

Phrase match / Questions

Keyword	Volume ↓
nlp	6.5K
nlp techniques	1.8K
nlp hypnosis	1.5K
nlp training	600
stanford nlp	400
nlp training videos	400
david snyder nlp	300
nlp audiobook	300
derren brown nlp	250
nlp stanford	250
what is nlp	200
tony robbins nlp	150

Quelle: <https://ahrefs.com/youtube-keyword-tool>

Thumbnail + Titel

Thumbnail = Vorschaubild

- ✓ Besonders ausschlaggebend für Empfehlungen
- ✓ Sollten Inhalt akkurat abbilden
- ✓ Stil und Format am besten konsistent gehalten
- ✓ Sollten Neugierde erwecken und so verführerisch wie möglich sein (z.B. über Fragen, provokante Aussagen, ...)

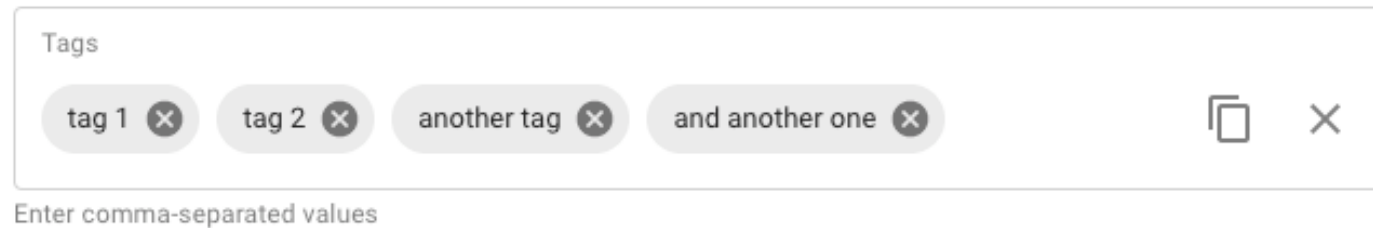


Aber: Vorsicht bei Clickbait! (Falsche Versprechung durch Titel bzw. Titelbild)

- Keine gute Idee. Aufrufe selbst zählen nicht mehr für den Algorithmus
Niedrige Zufriedenheit verringert Ranking und Nutzer werden den Kanal meiden

Tags + Transcripts

Tags = Schlüsselwörter die helfen einen Inhalt zu finden



Tags

tag 1 × tag 2 × another tag × and another one ×

Enter comma-separated values

- ✓ Spielen eher untergeordnete Rolle
- ✓ Helfen bei der Findung wenn Titel nicht eindeutig ist

Transcripts = Mitschrift des Audios

- ✓ Können im Video angezeigt werden
- ✓ Erlauben Zugang für Menschen mit Gehörproblemen

Content: Quantität vs Qualität

Hohe Upload Frequenz erhöht Sichtbarkeit und Ranking des Kanals

aber

Nutzer Zufriedenheit mittlerweile **entscheidend** für Ranking

Wenn Nutzer keinen Wert aus den Videos ziehen
werden sie gänzlich aufhören diese anzusehen

Qualität hat Vorrang!

Arten von Content

Videos

Hauptfunktion der Plattform

- ⇒ Brot und Butter der Plattform
- ⇒ Normalerweise Hauptteil des Outputs

Shorts

Kurzvideos von maximal 60 Sekunden

- ⇒ Spezifisches Format
- ⇒ Können einfach und schnell erstellt werden
- ⇒ Gerade bei jungen Menschen beliebt

Posts

Beiträge von YouTubern zur Kommunikation mit Nutzern

- ⇒ Geschriebene Beiträge
- ⇒ vor Allem für Abonnementen sichtbar
- ⇒ Können wie andere Social Media Kanäle genutzt werden (Werbung, Ankündigungen, Befragungen, etc.)

Arten von Content

HERO

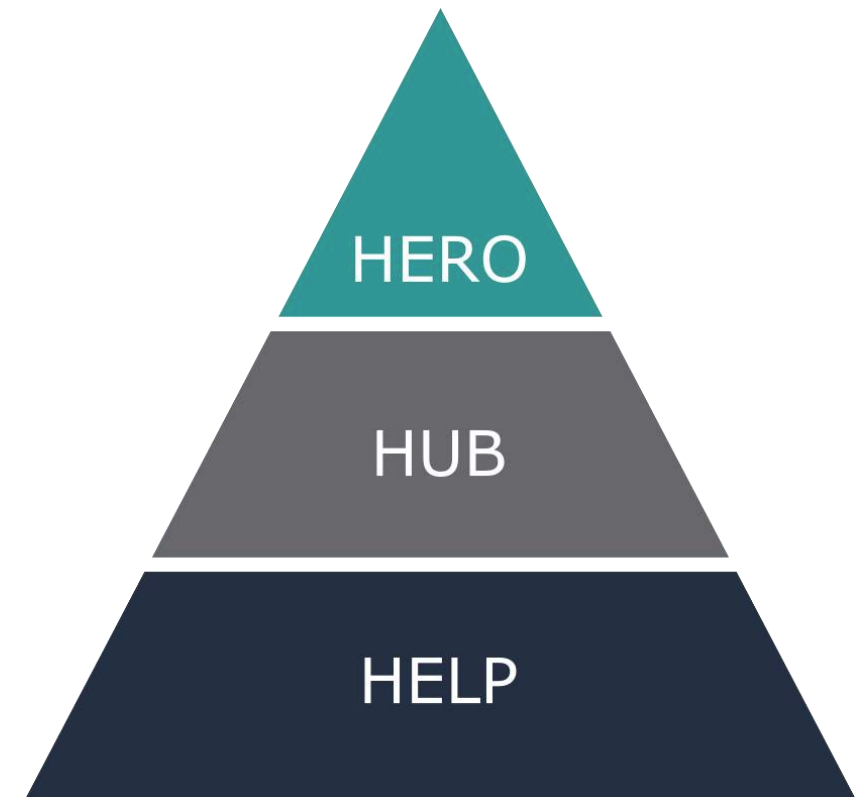
Aufwändige Inhalte mit Ziel maximaler Aufmerksamkeit

HUB

Regelmäßiger standardisierter Content
(Podcast, Doku-Reihe, etc.)

HELP

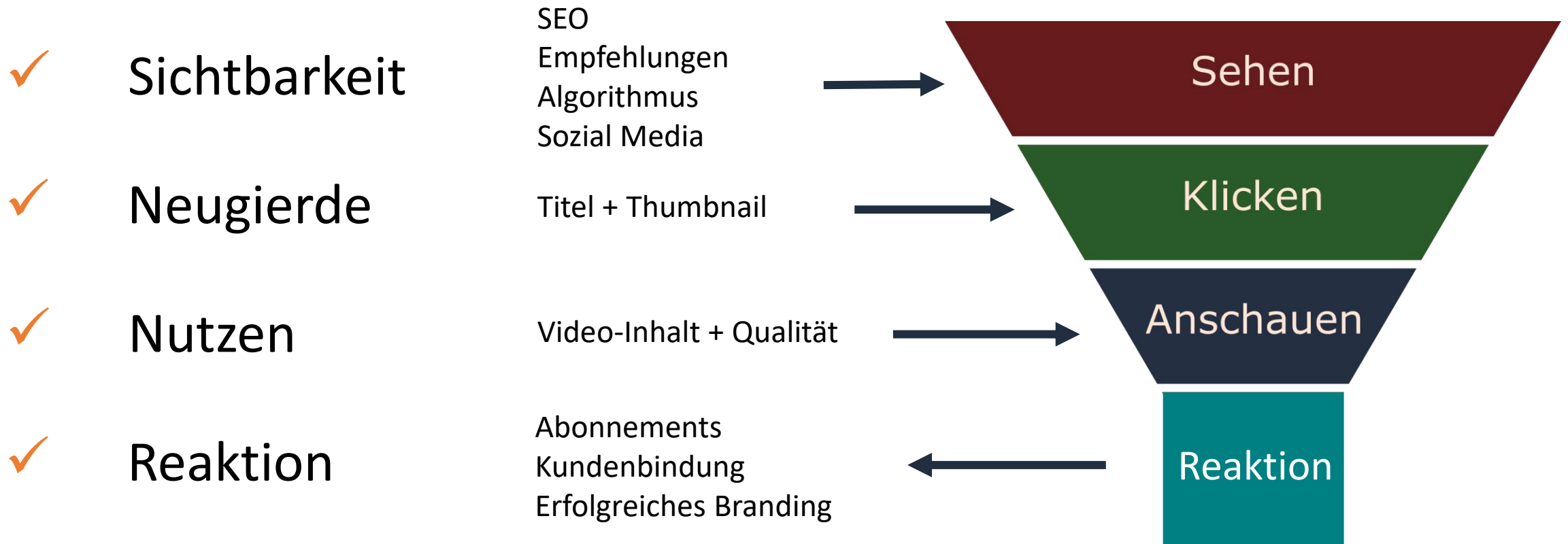
Tutorials, Kommentare zu Geschehnissen



Übersicht Optimierungsmöglichkeiten

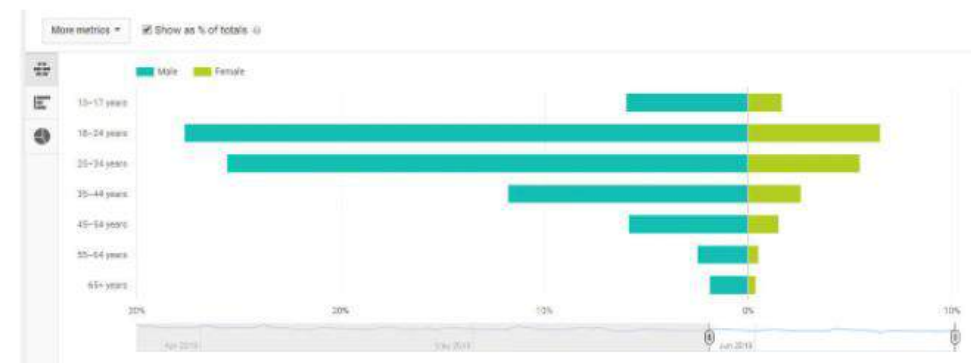
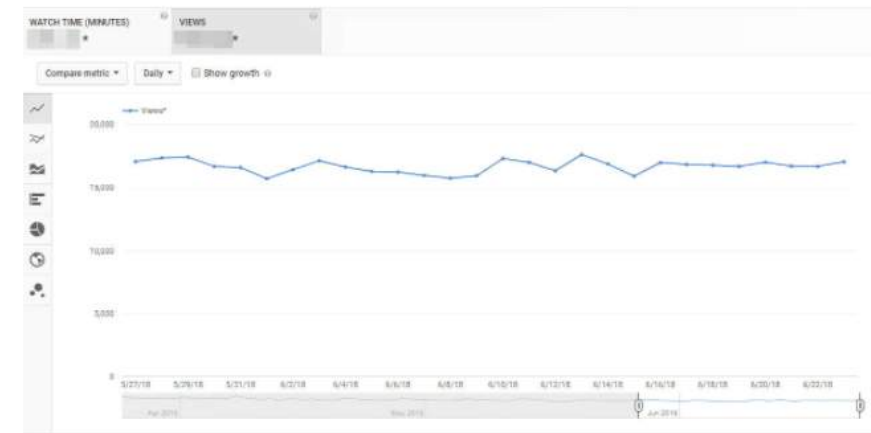
- ✓ Video Content
- ✓ Video Qualität
- ✓ Titel
- ✓ Thumbnails
- ✓ Transcripts
- ✓ Tags
- ✓ Nutzerinteraktionen
- ✓ Upload Frequenz
- ✓ Gestaltung des Kanals

YouTube Marketing Trichter



Eigenen Kanal analysieren - YouTube Analytics

- ✓ Feature von YouTube
- ✓ Bietet Übersicht über:
 - Anzahl Aufrufe
 - Wiedergabestandort
 - Demographie
 - Zugriffsquellen
 - Zuschauerbindung
 - Abonnenten
 - ...



Quelle: <https://filmora.wondershare.de/vlogger/youtube-analytics.html>

Fragen