

Die geheimen Tricks der Viral-Marketing-Profis

Von: dp

Dan Ackerman Greenberg, Mitgründer der Viral-Marketing-Agentur The Comotion Group, verrät, wie man für virale Clips jede Menge Abrufe erzielt.

Wenn ein Video auf Youtube 100.000 Mal angeschaut wird, dann ist das kein Glück, sondern harte Arbeit. Das proklamiert Dan Ackerman Greenberg, Mitgründer der Viral-Marketing-Agentur The Comotion Group. In einem Blogbeitrag auf "[Techcrunch](#)" verrät er acht geheime Tricks, wie eine erfolgreiche virale Marketing-Strategie aufgesetzt werden kann.

Geheimnis #1: Content ist nicht king

Wer ein Millionenpublikum erreichen will, braucht gute Inhalte, aber um 100.000 Abrufe zu erzielen, reichen folgende Anforderungen: Die Clips sollten nicht länger als 15 bis 30 Sekunden sein, die [Videos](#) sollten so einfach gestaltet sein, dass sie von anderen immer und immer wieder verändert werden können, sie sollten nicht wie Werbung aussehen, die Titel sollten den Nutzer so ansprechen, dass er wirklich klickt ("Verdammt Scheiße, ist das wirklich passiert?") und wenn gar nichts mehr hilft, dann sollte wenigstens die Frau im Video unglaublich attraktiv sein.

Geheimnis #2: Erklären Sie die "Most-Viewed"-Page zu Ihrem Ziel

Die Kernstrategie für Video-Marketing auf Youtube ist, sich den enormen Traffic auf der Site zunutze zu machen. Und die meisten Nutzer klicken nun mal auf die "Most-Viewed"-Seite. Es reichen 50.000 Abrufe, um auch dort zu stehen. Wie erreicht man sie? Indem man Betreiber relevanter Blogs dafür bezahlt, die Videos einzubinden. Indem man Threads in Foren startet und die Videos einbettet. Indem man in den Kommentarfeldern von Myspace-Seiten Youtube-Videos einbindet. Indem man sich eine eigene Gemeinde bei Facebook aufbaut und die Videos mit allen Freunden teilt. Indem man das Video an einen E-Mail-Verteiler schickt. Und indem man wirklich alle Freunde darüber informiert.

Da jedes Video nur 48 Stunden in der täglichen "Most-Viewed"-Liste steht, müssen diese Maßnahmen schnell umgesetzt werden. Dann hat man so viele Klicks erreicht, dass man auf die wöchentliche "Most-Viewed"-Liste kommt.

Geheimnis #3: Optimieren Sie Überschriften und Thumbnails

Wenn ein Video auf der "Most-Viewed"-Page steht, kann die Anzahl der Abrufe weiter maximiert werden. Titel und Thumbnail sind dafür wertvolle Instrumente. Überschriften können ohne großen Aufwand ein paar hundert Mal geändert werden. Dan Ackerman Greenberg machte die Erfahrung, dass vor allem Formulierungen wie "exklusiv", "hinter den Kulissen" und "aufgeflogen" für viele Youtube-Nutzer Buzzwords sind. Youtube-Marketing für Fortgeschrittene ist dann schon eher die Thumbnail-Optimierung. Youtube lässt drei Thumbnails rollieren, um einen Einblick in das Video zu geben. Ein Bild wird exakt aus der Mitte der Clips genommen. Daher empfiehlt es sich, diese Sequenz im Video zu optimieren. Die Bildqualität muss gut sein und es sollten am besten Menschen darauf zu sehen sein. Eine halbnackte Frau zieht natürlich viele Blicke auf sich.

Geheimnis #4: Kommentieren Sie Ihre eigenen Clips

Jeder Youtube-Poweruser hat eine ganze Reihe von unterschiedlichen Accounts. Legen Sie sich auch welche zu. Um Leute dazu zu bekommen, Videos anzuschauen, sollte sich in den Kommentaren eine Art Disput oder Kontroverse mit hitzigen Kommentaren entwickeln. Bei der Comotion Group scheuen die Mitarbeiter auch nicht davor zurück, negative Kommentare wie "Dieses Video langweilt total" einfach zu löschen.

Geheimnis #5: Veröffentlichen Sie alle Videos gleichzeitig

Viele Werbetreibende verfolgen die Strategie, ihre viralen Spots nach und nach zu veröffentlichen. Das ist falsch. Wenn jemandem ein Video gefällt, schaut er sich auch die anderen an. Und wenn sich jemand fünf Videos ansieht und sie ihm gefallen, klickt er mit größerer Wahrscheinlichkeit auf unsere Website.

Geheimnis #6: Taggen Sie strategisch

Youtube erlaubt Ihnen, Videos mit Keywords zu taggen, die sie leichter auffindbar machen sollen. The Comotion Group hat herausgefunden, dass man Tags nutzen kann, um zu beeinflussen, was in der "Related Videos"-Box angezeigt wird. Indem man drei oder vier einzigartige Tags erfindet, die von niemandem sonst genutzt werden, und diese mit allen Videos verknüpft, die man postet, kann man die Nutzer innerhalb des eigenen Portfolios hin und herführen. Wenn die Abrufe dann nach ein paar Tagen oder Wochen abflauen, kann man generischere Tags verwenden und die Videos so über die Youtube- und Google-Suche auffindbar machen.

Geheimnis #7: Metrics/Tracking: Wie misst man Effektivität?

Jedes Video, das auf Youtube veröffentlicht wird, wird mit "?video=1" am Ende jeder URL versehen. Das macht es einfacher, Inbound-Links über Google-Analytics oder andere Tools zu tracken. TubeMogul und VidMetrix tracken auch Abrufe, Kommentare und Ratings zu jedem einzelnen Video und stellen sie graphisch dar. Darüber hinaus erlauben es diese Tools, die virale Verbreitung eines Videos außerhalb von Youtube auf anderen Social-Media-Sites und Blogs zu verfolgen.