

Videos erfolgreich in Online-Shops einbinden - Teil 2 - SEO und Usability

✘ Nachdem es im ersten Teil um die ersten Schritte in Richtung erfolgreicher Präsentation und um das Hosting von Videos ging, soll es im dritten Schritt darum gehen - wie Sie das Video selbst und die dazugehörigen Metadaten gestalten, um in den Bereichen Marketing, Usability und Suchmaschinenoptimierung beste Ergebnisse zu erzielen.

Erfahren Sie im folgenden Beitrag mehr über die praktische Umsetzung Ihrer Video-Strategie.

Bevor man anfängt, Videos von seinen Produkten zu produzieren und in seinen Shop einzubauen, sollte man sich über einige grundsätzliche Fragen Gedanken machen. Kate Matsudaira hat zu diesem Thema im [SEOMoz Blog](#) einen sehr interessanten Post veröffentlicht, den wir für Sie ins Deutsche übernommen haben.

Im ersten Teil hatten wir uns bereits mit den Grundsätzen einer erfolgreichen Strategie beschäftigt - im zweiten Teil soll es nun um die praktische Umsetzung und insbesondere um das Thema SEO für Videos gehen.

Schritt 3:

Eine erfolgreiche Video Marketing Strategie setzt sich aus verschiedenen Teilen zusammen, zu denen man jeweils einen eigenen Blogpost schreiben könnte. Die beiden wichtigsten sind in diesem Zusammenhang jedoch das Video selbst und die Metadaten des Videos.

Das Video:

Wie in jedem guten Werbespot sollte in jedem Fall Ihre Marke entsprechend präsentiert werden. Sie sollten diese im Vorspann jedes Ihrer Videos oder evtl. auch zusätzlich als Untertitel einblenden. (dies ist mit den meisten Video Bearbeitungsprogrammen ohne Weiteres möglich). Positionieren Sie Ihre Marke oder Ihr Logo stets im Hintergrund, auch wenn im Vordergrund ein Interview oder Ähnliches läuft. Sollte Ihr Video später verlinkt werden oder auf eine andere Seite eingebettet werden, wird Ihr Marke stets zu sehen sein und sich so mit Ihrem Video verbreiten.

Benutzen Sie beschreibende Namen für Ihre Videos

Wenn Sie ein Video erstellen werden die Dateinamen oft von der Kamera vergeben und lauten dann a234rt.mp4 oder ähnlich. Diese Art von Beschreibung wird sich nicht gerade positiv auf die Ergebnisse in Suchmaschinen auswirken. Schreiben Sie also, wie auch bei Bildern, gute Beschreibungen für Ihre Videos wie beispielsweise [neuartiges-skateboard.mp4](#) o.ä. Dies wird sich positiv auf Ihre Ergebnisse bei Suchmaschinen auswirken.

Wichtig: Ein klarer "Call to action"

Wie oben schon mehrfach beschrieben, ist ein guter Call-to-action ungemein wichtig. Dieser sollte eine klare Botschaft vermitteln. Teilen Sie dem User mit, was er als nächstes tun soll. Geben Sie Ihm eine URL oder einen Link, über den er weitere Informationen bekommt oder ähnliche Inhalte findet. Hier haben Sie die Chance, über das Video die User in eine bestimmte Richtung zu lenken.

Achten Sie besonders auf die Soundqualität

Es wurde bereits berichtet, dass die YouTube Ingenieure an einer Spracherkennungssoftware arbeiten, die automatische Transkriptionen der Audioinhalte von YouTube Videos erstellt, die dann für die Suche verwendet werden können. Achten Sie deshalb darauf, dass die Soundqualität ihrer Videos gut ist und die Inhalte verständlich präsentiert werden. Dies wirkt sich nicht nur positiv auf die Suche aus, sondern hat u.a. auch einen positiven Effekt in Bezug auf die Barrierefreiheit, da auch Gehörgeschädigte diese Transkriptionen nutzen können.

Eine gute Soundqualität hat aber auch Vorteile für alle anderen User - denn oft ist es schwer Dialoge zu verstehen wenn gleichzeitig mehrere Menschen sprechen oder im Hintergrund Musik läuft.

Wählen Sie die richtige Länge/Dauer für Ihr Video

Einige Video Plattformen limitieren die Dauer der hochgeladenen Videos auf 10 Minuten. Generell sollten längere Videos in mehrere Teile geschnitten werden, um die Usability zu erhöhen. So kann der User direkt zu dem Teil springen, der ihn interessiert und muss nicht erst 3 Minuten Inhalte anschauen, die ihn nicht interessieren. Außerdem werden durch kleinere Datenpakete die Ladezeiten des Videos verkürzt.

Binden Sie Texte in Ihre Videos ein

Wie auch die OCR Technologie soll auch Google bereits Tools einsetzen um Video Content zu verstehen, d.h. auf Suchmaschinenrelevante Inhalte zu scannen. Wenn Sie Texte in Ihr Video einbinden, können Sie so die Usability verbessern und gleichzeitig etwas für die Positionierung Ihres Videos in den Suchergebnissen von Yahoo und co. tun. Orientieren Sie sich einfach an Nachrichtensendungen, bei denen auch zunächst Überschriften zu jedem Thema erscheinen und dann weitere Informationen.

Schaffen Sie interessante Inhalte

Eigentlich sollte dieser Punkt klar sein. Jedoch ist dies einfacher gesagt, als getan und stellt oft eine Hürde dar. Gerade in Bezug auf virale Spots, die sich in Windeseile verbreiten muss man sagen, dass viele dieser Spots unfreiwillig komisch sind und der Erfolg nicht immer im Voraus einkalkuliert war. Trotzdem hilft es sicher, sich an erfolgreichen Spots zu orientieren.

Ansonsten sollten Sie versuchen, so gut wie möglich die Expertise zu nutzen, die Sie zweifelsohne auf dem Gebiet der von Ihnen angebotenen Produkte oder Dienstleistungen haben. Zeigen Sie die Produkte im Einsatz, bieten Sie interessante Hintergrundinformationen oder präsentieren Sie die Produkte im Kontext mit passenden anderen Produkte, um hier einen Cross-Selling-Effekt zu erreichen. In diesem Punkt ist natürlich besonders Ihre eigene Kreativität gefragt.

Die Metadaten

Füllen Sie sämtliche Informationsfelder aus

Sollte es unausgefüllte Felder wie Titel und Beschreibung geben, füllen Sie diese aus und verwenden Sie dabei entsprechende Keywords. Die Herangehensweise entspricht im Wesentlichen der bei der **Suchmaschinenoptimierung Ihrer Webseite**. Die Videosuche ist der klassischen Websuche sehr ähnlich. Gerade auf Videoplattformen kommt es darauf an, dass Sie sämtliche Informationsfelder nutzen, die Sie zur Verfügung haben, da diese Informationen den Usern später angezeigt werden.

Versuchen Sie möglichst eingängige Titel für Ihre Videos zu finden

Ein guter Titel informiert den User über den Inhalt und kann auch für virale Effekt sorgen. Wenn Sie die wichtigsten Keywords bereits in Titel, Beschreibung und den Tags unterbringen, kann das Ihre Positionierung bei der Googlesuche verbessern. Aber wie auch bei der Suchmaschinenoptimierung sollte man es hier nicht übertreiben. Finden Sie die Keywords, für die Ihr Video dem Nutzer einen wirklichen Mehrwert bietet.

Nehmen Sie sich die Zeit, ein Profil oder einen Channel für Ihre Videos zu erstellen

Wie bei Twitter oder Facebook sollten Sie die Zeit invertieren um ein entsprechendes Profil für Ihre Videos zu erstellen. Über ein Profil oder einen Channel können Sie zusätzliche Informationen vermitteln sowie Ihre Firma und Ihre Marke darstellen. Viele der Videoplattformen bieten die Möglichkeit, Profile oder Channels zu erstellen. Sorgen Sie auch hier für eine gute Präsentation Ihres Unternehmens und Ihrer Marke und steigern Sie so deren Bekanntheit und Sichtbarkeit. In diesem Bereich Zeit etwas Zeit zu investieren sollte sich positiv auf Ihre Video Strategie auswirken.

Wählen Sie ein gutes Thumbnail für Ihr Video

Das Erste, was ein User von Ihrem Video zu sehen bekommt, ist das entsprechende Thumbnail. Suchen Sie ein Thumbnail aus, das ansprechend ist und für den Inhalt relevant ist. Stellen Sie sich dabei die Frage: "Welches Foto repräsentiert den Inhalt meines Videos am besten?"

Platzieren Sie relevante Inhalte zusammen mit Ihren Videos

Wenn Sie es schaffen, gut indexierbare suchmaschinenoptimierte und gleichzeitig informative und relevante Text mit Ihrem Video zu platzieren, kann das den Suchmaschinen dabei helfen, Ihr Video im Kontext zu verstehen. Auch für User bieten zusätzliche Texte einen Mehrwert. Schreiben Sie deshalb kurze Zusammenfassungen des Videos und platzieren Sie relevante Inhalte in der Nähe.

Erstellen Sie eine Transkription der Video-Inhalte

Einige der Videoplattformen und Video-Player erlauben es, den Videos Transkriptionen hinzuzufügen. Nutzen Sie diese Möglichkeit, da es den Suchmaschinen hilft, den Inhalt des Videos zu verstehen und zu indexieren.

Stellen Sie Google eine Video Sitemap zur Verfügung

Die ist eine der einfachsten Möglichkeiten die Sichtbarkeit Ihrer Videos bei Google zu erhöhen. Mehr Informationen zu diesem Thema bekommen Sie über den [Google Webmaster Support](#).

Nutzen Sie mRSS und HTML 5

Hier gibt es eine Vielzahl von Attributen wie beispielsweise Tags, die es Suchmaschinen erleichtern Ihre Inhalte zu verstehen. Mit mRSS können sie Ihre Feeds bei Google bereitstellen, so dass jedes Mal, wenn Sie ein neues Video posten dieses, wie bei RSS in Ihrem Blog, auch an Google geht.

Wenn Sie dann Videos in Ihre Seite eingebaut haben und etwas Zeit in die Optimierung investiert haben, schaffen Sie eine Möglichkeit, Ihren Erfolg zu messen und die entsprechenden Maßnahmen zu bewerten. Natürlich ist zunächst die Zahl der Views wichtig, aber einige Videoplattformen stellen weitere Daten bereit, mit denen Sie den Erfolg Ihrer Video-Strategie messen können.

Diese Tipps sollten Ihnen helfen, die ersten Schritte hin zu einer erfolgreichen Videostrategie zu machen. Es gibt natürlich noch viele weitere Möglichkeiten, Videos für Ihre Ziele einzusetzen. Hier kommt es auch auf Ihre eigene Kreativität an.

Wenn Sie noch weitere Tipps oder Erfahrungen zu diesem Thema haben, schreiben Sie einen Kommentar.