



### 3.2 Video's verspreiden en interactie.

Aflevering 3.2. Welkom terug, leuk dat je weer kijkt, deze aflevering gaat over verspreiden en interactie. Online. De vorige aflevering ging over het zo goed mogelijk gevonden worden door Google door aandacht te besteden aan je titel, de omschrijving en aan je tags. Deze aflevering gaat over verspreiden en interactie. En waarom? Om de kans op conversie zo groot mogelijk te maken. Dat mensen informatie opvragen, mensen abonnee worden op je Nieuwsbrief of liefst meteen een opdracht geven natuurlijk, die gun ik je zoveel mogelijk natuurlijk. Kortom: dat er iets gebeurt.

Verspreiden van je video's. De mogelijkheden waaruit je kan kiezen als je je video's wil verspreiden:

- 1) meerdere videosharingssites
- 2) artikelmarketing
- 3) sociale media

Hier zie je een aantal mogelijkheden staan van andere sites dan enkel YouTube: dailymotion, bliptv, vimeo, metacafe, en daartussenin ook sociale media (twitter, linkedin, facebook). Er bestaan namelijk sites via welke je met 1 druk op de knop jouw video kan uploaden en direct verspreiden over meerdere videosharingssites inclusief sociale media. Ik noem een aantal van deze sites via welke dat mogelijk is. Bijvoorbeeld: Oneload, vroeger bekend onder de naam TubeMogul. Of bijvoorbeeld VideoCounter.com of BuzzMyVideos, of Heyspread en Pixelpipe. Er zijn er meer maar dit is een greep uit de belangrijkste. Met 1x uploaden van je video kom je dus op meerdere plekken te staan.

Nu heeft elk van die sites eigen voorwaarden, hier zie je Oneload. Ze hebben hier ook een gratis variant maar die is beperkt qua mogelijkheden. Er zijn ook betaalde varianten met meer mogelijkheden. Heyspread werkt met credits, dus kijk even wat voor jou van toepassing is en handig is om eventueel te doen. Je zult sowieso bij elk van die videosharingssites wel een account moeten aanmaken, dat kan die site niet voor jou doen, maar dat is eenmalig. Vanaf dat moment kun je vrij snel een groot bereik creëren met 1x uploaden. Dat is dus meteen het grootste voordeel, nadeel is dat je bij elke video dezelfde titel voor die video hebt, kan soms handig zijn zoals we in aflevering 3.1. zagen. Nadeel kan ook de abonnementskosten zijn, afhankelijk van hoe vaak je 't wil gebruiken en wat voor effect je wil bereiken.

Dan artikelmarketing. Artikelmarketing is een vorm van internetmarketing waarbij je jouw artikel(s), dus ook jouw video(s), plaatst op voor jou relevante sites. Daar waar je doelgroep zit. Soms mag je daar meteen op plaatsen, soms moet je eerst een aanvraag doen, verschilt een beetje per plek, ik laat je een aantal van die sites zien.

Higherlevel.nl. Dat gaat over innovaties en ondernemerschap. Andere site is bijvoorbeeld Artikelpost.nl dat varieert van carrière onderwerpen tot webdesign tot gezondheid enz. Of Frankwatching, een online magazine voor digitale trends, events, tips&tricks. Dus er zijn er verschillende waarin je je artikels en zeker ook je video's kwijt kunt.

Een optie waar ik zelf vaker gebruik van gemaakt heb en die er een beetje op lijkt is bloggen op andermans blog. Een voorbeeld daarvan is The Next Trainer waar ik gestaan heb met video (en de tekst erbij). Ander voorbeeld is hier BezoekK en zo zijn er meerdere die open staan kennis te delen waar jij jouw kennis kwijt kan. Zoek dus naar partners die zich op dezelfde markt begeven met een complementaire dienst.

Dan een opmerking over hoe je met weinig moeite meer video's kan maken. Dat heb ik in aflevering 1.2 al gezegd toen het ging over de vraag en antwoord video. Stel je maakt een video over de belangrijkste vragen die je krijgt en de antwoorden die jij daar op geeft. Dat is 1 video maar die kun je ook in stukjes knippen, door 1 vraag telkens met 1 antwoord er uit te knippen. Dan heb je in plaats van 1 video met 10 vragen, heb je 10 video's met 1 vraag. En als je die dan gaat verspreiden dan wordt dan sneeuwbal effect nog sterker. En dan kun je met weinig moeite kun je vrij snel veel video's maken. Kijk goed welke video's zich daar voor lenen, dat kun een Q&A video zijn, misschien ook andere soorten video's.

[Haal quotes uit je video, twitter die in telkens aparte tweets (met een link naar de video)]

Sociale Media. Natuurlijk onontbeerlijk in dit rijtje van online marketing mogelijkheden. Ik neem een aantal met je door om te laten zien hoe je daar video's makkelijk kan delen.

Bij YouTube zie je bij instellingen, in de linkerkolom een knop "delen" staan. Daar klik je op en dan zie je via welke netwerken je je video kan delen.

Bij Facebook is het heel makkelijk, als je hier een video wil plaatsen, klik je op foto/video uploaden en dan kun je een foto of video heel makkelijk uploaden. En ook bij Pinterest is het toevoegen van video heel makkelijk. Je klikt op de "pin it" button of je klikt op Add+ en dan op Add a Pin en vul je in het lege veld de url in van je video (evt via "find images" te vinden). Wat ik zelf bij Twitter vaak doe is werken via Hootsuite.com waarin ik sommige tweets automatiseer. Daar kun je een videolink toevoegen, die wordt dan vanzelf verkort waardoor je die 140 tekens die je tot je beschikking hebt, maximaal benut. En ook bij LinkedIn kun je bij share an update op "attach a link" klikken en daar de url invoeren van je YouTube video. Heb je een standaard Wordpress blog dan kun je in het gedeelte waarin je je artikel schrijft bijvoorbeeld "BEKIJK video" typen en daaraan een link koppelen met de juiste url. Of als je een upgrade Wordpress hebt, kun je via het icoontje foto/video de gewenste video invoegen.

Interactie. Wat bedoel ik daarmee? Met skype video kun je "interacteren", maar wat bedoel ik in dit kader? Vraag bijvoorbeeld om een reactie, zowel op je YouTube kanaal in je video's, op je blog of artikels waar je je video hebt opgenomen. Wat ik zelf ook wel eens gedaan heb is, behalve in de video zelf, klanten gevraagd te reageren op een artikel dat ging over iets dat ze zelf meegemaakt hebben bij mij. Bijvoorbeeld een video-pitch dag. Doordat ze het zelf ervaren hebben en vaak graag iets terug willen geven, kunnen ze makkelijker reageren.

Je kunt ook reacties geven. Een bijzondere vorm van een reactie geven is de "video-feedback". Een video reactie die jijzelf geeft op iemand anders zijn of haar artikel of video. Daarvoor gebruik je je webcam. Ga maar eens naar je YouTube kanaal, klik op video uploaden en je ziet een knop "opnemen van webcam". Dat kom je in een nieuw scherm terecht, daar klik je op "toestaan" op "opname starten (rode knop)" en dan geef je jouw reactie (webcam loopt!). Daarna publiceer je op YouTube, dan komt die video op je eigen YouTube kanaal. Hier in mijn eigen kanaal zie je een video van Philip Bloom en stel ik wil daar een videoreactie op geven. Onder het normale tekstveld waarin ik kan reageren, staat: een videoreactie maken. Daar klik ik op. Dan kom ik in een lijstje terecht en daar kies ik de video die ik eerder met de webcam gemaakt had. Klik op geselecteerde video gebruiken en daarmee heb je jouw videoreactie gegeven. Google houdt hier erg van, YouTube ook, dus dat is een bijzondere manier om een reactie te geven en interactief te zijn.

Een andere manier is vragen of mensen zich willen abonneren op je YouTube kanaal. Dat betekent dat ze op de hoogte worden gehouden van elke nieuwe video die jij upload. Dat lokt weer reacties uit en daarmee kan het groeien en traffic naar je site plaatsvindt.

Je kunt er ook voor zorgen dat je zoveel mogelijk links krijgt naar je video, vanuit je eigen artikels maar bijvoorbeeld ook van andermans artikels of blogs. Zo'n link naar jouw video maakt jouw YouTube kanaal, jouw videoactiviteit, groter.

Je kunt ook allerlei apps gebruiken om video's te delen, ik ken ze niet allemaal maar hier zie je een lijstje waar je wellicht wat interessants vindt.

Een hele bijzondere die ik wil noemen is de: Call to Action Overlay, een voorbeeld zie je hier. Een laag over mijn eigen video waar kijkers op kunnen klikken en die uitnodigt – in dit voorbeeld – om mijn E-book aan te vragen. Het lijkt een soort advertentie maar is het niet. In bonusaflevering 5 zie je hoe je die maakt. Het verhoogt de traffic naar je site (en dus conversie).

Is verspreiden van je video's een doel op zich? Je begint namelijk bij je doelstelling. Als jij bijvoorbeeld meer naamsbekendheid wil creëren, maakt dat je sneller kiest voor het verspreiden van video's op zoveel mogelijk videosharingssites. Dat is een andere keuze dan wanneer je doel is: ik wil meer abonnees op mijn nieuwsbrief via bestaande abonnees. Je doel bepaalt je (groot dan wel kleinere) campagne en bepaalt je communicatiemix. Stel je wil die meer abonnees maar je wil dat doen via je bestaande abonnees. Je richt je met je video, als onderdeel van je communicatiemix, specifiek op die doelgroep. Je bestaande abonnees die die video bekijken, klikken op een url die daarbij hoort, en komen bijvoorbeeld op een aparte landingspage (aparte pagina op je site, specifiek voor deze actie). Je wil de conversie zo hoog mogelijk hebben natuurlijk en niet dat die video op zoveel mogelijk videosharingssites te zien is. Vraag je dus steeds af: welk doel dient deze video binnen je doelstelling en communicatieplan.

Dit was aflevering 3.2. Nog 1 aflevering te gaan binnen de 3 modules, maar je hebt de bonusafleveringen natuurlijk ook nog!

EasyVideo Marketing ©2012