



Πώς Να Χρησιμοποιήσετε το YouTube για την Επιχείρησή σας

Annabelle McVine, winescribble.com



Ερώτηση: Τι είναι το YouTube;

- Είναι ένας ιστότοπος κοινοποίησης βίντεο
- Είναι η δεύτερη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης στον κόσμο (που ανήκει στην πρώτη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης στον κόσμο, τη Google)
- Ανήκει επίσης στη κατηγορία "κοινωνικά μέσα" - οι χρήστες μπορούν να δηλώσουν τις άρεσες, καθώς και να μοιραστούν και να σχολιάσουν το περιεχόμενο που ανακαλύπτουν.

Ερώτηση: Πώς χρησιμοποιούν οι χρήστες το YouTube;

Κάνουν ερωτήσεις και αναμένουν ότι θα ανακαλύψουν βίντεο των οποίων το περιεχόμενο θα τους δώσει απαντήσεις.

- Π.χ. "Πώς μπορώ να αποφράξω μια αποχέτευση;"
- Π.χ. "Πώς μπορώ να βάλω μακιγιάζ όπως η Rihanna;"
- Π.χ. "Ποιος είναι ο καλύτερος κυπριακός αμπελώνας για να επισκεφθώ;"

Ερώτηση: Γιατί είναι σημαντική η παρουσίαση βίντεο;

- Το βίντεο προβάλλει τη μη λεκτική επικοινωνία - Οι θεατές είναι σε θέση να προσδιορίσουν με ακρίβεια τι προσπαθεί να κάνει ο ομιλητής, παρατηρώντας τη γλώσσα του σώματος, τον προφορικό τόνο και άλλα οπτικά σημάδια. Οι άνθρωποι εμπιστεύονται αυτό που βλέπουν περισσότερο από αυτό που ακούν ή τι διαβάζουν.
- Το βίντεο προσελκύει ακροατήρια - Στην πραγματικότητα, οι καταναλωτές έχουν πάνω από 27 φορές περισσότερες πιθανότητες να κάνουν κλικ σε μια διαφήμιση βίντεο μέσω διαδικτύου παρά σε μια τυπική διαφήμιση υπό μορφή banner.
- Το βίντεο προωθεί τη κοινοποίηση μεταξύ χρηστών (shares) - Το κοινωνικό βίντεο παράγει 1200% περισσότερες κοινοποιήσεις σε σχέση με το απλό κείμενο και τις εικόνες, συμβεβλημένα. Το βίντεο είναι ένα πλουσιότερο μέσο, και είναι ευκολότερο για τον ακροατή να ταυτιστεί με το θέμα ενός βίντεο σε σύγκριση με ένα κείμενο.

"Για να σας δώσουμε μια ιδέα για τους αριθμούς που μιλάμε, η θετική εμπειρία ενός χρήστη με μια διαφήμιση βίντεο αυξάνει την πρόθεσή του αγοράς κατά 97% και την συσχέτιση με τη μάρκα ή το brand κατά 139%."

<https://www.advancedwebranking.com/blog/11-reasons-why-video-is-better/>

Ερώτηση: Υπάρχει ένα θετικό βίντεο για την επιχείρησή μου στο YouTube. Πώς μπορώ να μεγιστοποιήσω αυτό το δυναμικό του;

- **Αν γνωρίζετε την ημερομηνία κυκλοφορίας του βίντεο, θα πρέπει να συμμετέχετε στην ενίσχυση της "ταχύτητας της πρώτης εβδομάδας" (δείτε πιο κάτω)**
- **Θα πρέπει να χρησιμοποιήσετε το σύνδεσμο URL του βίντεο κατά την επικοινωνία με τους πιθανούς πελάτες - για να τους δείξετε ποιοι είστε εσείς και η επιχείρησή σας πριν σας επισκεφθούν.**

Κάντε αυτό...

- Προσθέστε τη διεύθυνση URL του βίντεο στο υποσέλιδο του email σας.
- Προσθέστε τη διεύθυνση URL του βίντεο στον ιστοτόπο της επιχείρησής σας, η καλύτερη τοποθεσία βρίσκεται στη σελίδα "Σχετικά με εμάς"/"About Us".
- Προσθέστε τη διεύθυνση URL του βίντεο στη σελίδα σας στο Facebook ως ένα "pinned post" στη χρονολογική παρουσίαση αναρτήσεων. Σχετικές οδηγίες από το Facebook: τοποθετήστε μια ανάρτηση στην κορυφή του χρονοδιαγράμματος της σελίδας σας:
 1. Μεταβείτε στην ανάρτηση στη χρονολογική παρουσίαση αναρτήσεων της σελίδας σας.
 2. Κάντε κλικ στην επάνω δεξιά γωνία της ανάρτησης.
 3. Επιλέξτε Pin to Top of Page.

Ερώτηση: Πώς μπορώ να βοηθήσω στην ενίσχυση της "ταχύτητας της πρώτης εβδομάδας" αυτού του βίντεο για να γίνει δημοφιλές στο YouTube;

- Ο αριθμός των likes, των σχολίων και των shares που συγκεντρώνει ένα βίντεο τις πρώτες 24 ώρες, δείχνει στην Google αν το βίντεο είναι μια καλή απάντηση σε κάποια ερώτηση.
- Είναι πολύ σημαντικό ένα νέο βίντεο να συγκεντρώνει όσο το δυνατόν περισσότερα λεπτά παρακολούθησης, likes και σχολίων τις πρώτες 2 ημέρες - η Google θα δει αυτό το βίντεο ως παρουσίαση υψηλής ποιότητας για το θέμα και θα προωθήσει το βίντεο (και ως εκ τούτου θα προωθήσει την επιχείρηση που αντιπροσωπεύει το βίντεο).
- Τα "Shares, likes, comments and watch time" αποκαλούνται μαζί "εμπλοκή" - χωρίς εμπλοκή, η Google θα ταξινομήσει το βίντεο ως ανάξιο προώθησης. Αυτό είναι πολύ κακό.

Ερώτηση: Τι είναι "εμπλοκή υψηλής ποιότητας";

- Είναι η συνομιλία. Η συζήτηση εμπρός και πίσω * είναι * υψηλής ποιότητας εμπλοκή.
- Αν αφήσετε ένα σχόλιο που είναι απλώς ένα χαμόγελο, δεν υπάρχει τίποτα που ο δημιουργός του βίντεο μπορεί να σας πει εις ανταπόκριση - μην το κάνετε αυτό.
- Εάν αφήσετε ένα σχόλιο που λέει "Καταπληκτικό βίντεο" - και πάλι δεν υπάρχει τίποτα που ο συγγραφέας του βίντεο μπορεί να σας πει εκτός από "ευχαριστώ!" - μην το κάνετε αυτό.
- Αν όμως αφήσετε ένα σχόλιο που περιλαμβάνει μια ερώτηση, ειδικά μια ερώτηση που δείχνει ότι έχετε παρακολουθήσει το βίντεο και έχετε πραγματικά μια ερώτηση που πρέπει να απαντηθεί - ο συγγραφέας ΠΡΕΠΕΙ να σας απαντήσει. Κι έτσι έχουμε μια συνομιλία. Εμπρός και πίσω. Αυτή είναι η υψηλής ποιότητας εμπλοκή.

Για να κερδίσετε το παιχνίδι των Google / YouTube:

- Πρέπει να βεβαιωθούμε ότι υπάρχουν όσο το δυνατόν περισσότερα "λεπτά παρακολούθησης" από όσο το δυνατόν περισσότερα μοναδικά κινητά τηλέφωνα, υπολογιστές και ταμπλέτες. Αφήστε το βίντεο να τρέξει μέχρι το τέλος και ζητήστε από οποιονδήποτε με τον οποίο θα μοιραστείτε το βίντεο να κάνει το ίδιο.
- Χρειαζόμαστε όσο το δυνατόν περισσότερα "thumbs up" στο βίντεο - αυτή είναι η κύρια ένδειξη για το Google ότι αυτό το βίντεο είναι χρήσιμο για τον θεατή.
- Χρειαζόμαστε επίσης όσο το δυνατόν περισσότερα "shares" - κάντε κλικ στο κουμπί κοινοποίησης και στείλτε το σε ένα φίλο. Κάνετε το αυτό όσο μπορείτε, χωρίς όμως να εκνευρίσετε τους φίλους σας!
- Αν κάποιος σας αφήσει κάποιο σχόλιο ΠΡΕΠΕΙ να το κάνετε like και πρέπει να απαντήσετε. Πείτε οτιδήποτε. Αλλά κάντε το!

Εν τέλει...

- Μην ντρέπεστε.
- Ζητήστε από τους φίλους σας να μοιραστούν αυτό το βίντεο με πέντε δικούς τους φίλους.
- Εάν ζητήσω πέντε shares αυτές ισοδυναμούν με πέντε προβολές. Ωστόσο, εάν ζητήσω πέντε προβολές και πέντε shares, αυτές ισοδυναμούν με 25 προβολές.
- Αν ζητήσω πέντε shares, πέντε προβολές και πέντε shares για κάθε share, τότε μιλάμε για 125 προβολές.
- Αυτό θα δείξει στη μηχανή αναζήτησης ότι το βίντεο είναι μια επαρκής απάντηση σε μια καταπληκτική ερώτηση.