

# sevenload

Social Video wirkt.

## Viral Video Guide: 10 Tipps für erfolgreiche Viralspots



# Viral Video Guide

Das Social Video Network sevenload.com ist Deutschlands führender Anbieter für professionelles „Viral Video Seeding“. Der neue „Viral Video Guide“ von sevenload liefert für Agenturen und werbetreibende Unternehmen eine hilfreiche Checkliste zur Kreation und Entwicklung eigener Viralkampagnen. sevenload erklärt in zehn ausführlichen Tipps, wie virale Videos im Internet erfolgreich werden und die gewünschten Zielgruppen erreichen.

## **Die 10 Tipps für erfolgreiche Viralspots im Überblick**

1. Produzieren Sie kurze Videos
2. Zeigen Sie unterhaltsame Inhalte
3. Wecken Sie Neugierde mit Ihren Videos
4. Nutzen Sie Werbebotschaften und Product Placement
5. Platzieren Sie Ihr Video in relevanten Umfeldern
6. Schaffen Sie Vertrauen durch glaubwürdige und aktive Verbreitung
7. Setzen Sie SEO auf allen Ebenen ein
8. Nutzen Sie die Kraft von Social Networks
9. Verlangen Sie professionelle Auswertungen und Erfolgsmessungen
10. Überlassen Sie bei Viral Video Seeding nichts dem Zufall



# Auf den Punkt bringen

## 1

### **Produzieren Sie kurze Videos**

Ein Viralspot muss für die Nutzer zeitlich knapp bemessen sein und dabei den eigentlichen Inhalt präzise, eindeutig und unmissverständlich übermitteln. Je kürzer das Video, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass die Nutzer das Video vollständig bis zum Ende ansehen.

Ein Viralvideo sollte idealerweise eine Länge von ca. 30 bis 60 Sekunden vorweisen. Der klassische Imagefilm eines Unternehmens mit 20 oder 30 Minuten Länge eignet sich daher nicht als virales Video. So schnelllebig wie das Internet ist auch die Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer, so dass Sie schon mit kurzen Filmen Ihre Markenbotschaft platzieren können.

Überfordern Sie niemanden mit umständlichen Erklärungen oder ablenkenden Nebenhandlungen und vertrauen Sie auf die emotionale Wirkung Ihrer Bewegtbilder. Halten Sie sich daher an das bewährte Motto „in der Kürze liegt die Würze“ und greifen Sie auf die langjährige Erfahrung von Seeding-Experten bereits in der Konzeption Ihres Viralspots zurück.



## Neue Wege gehen

# 2

### **Zeigen Sie unterhaltsame Inhalte**

Die klassischen Marketinganforderungen an Werbevideos verändern sich bei Viralspots. Der Zuschauer nimmt nicht ausschließlich die beworbenen Inhalte wahr, sondern fordert von Viralspots ein gewisses Maß an Unterhaltung. Selbst wenn Ihr Video nicht sofort unterhält, lassen sich Nutzer sehr oft von kreativen Videos überzeugen.

Ein erneutes Abspielen, die Weiterempfehlung per E-Mail oder das Teilen in Social Networks erfolgt umso stärker, je attraktiver das Video ist. Je unterhaltsamer, spannender, witziger oder ungewöhnlicher der Inhalt, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass der Spot bei den Nutzern ankommt und der virale Effekt einsetzt. Ein langweiliger, langatmiger Werbefilm mit einem Kaufbefehl innerhalb des Videos führt selten zu den erhofften Umsätzen.

Erstellen Sie ein genaues Profil Ihrer zu erreichenden Zielgruppe bereits vor der Produktion Ihres Videos und nutzen Sie die Hilfe von Seeding-Analysten, um den perfekten Viralspot zu erzeugen.



## Direkt weitersagen

# 3

### Wecken Sie Neugierde mit Ihren Videos

Unerwartete Ereignisse, eine kleine Prise an knisternder Erotik oder eine lustige Umsetzung verhelfen schnell zu mehr Abrufen. Das Video sollte die Nutzer sowohl optisch als auch inhaltlich ansprechen und aufgrund der gezeigten Inhalte dazu animieren, das Video an Freunde, Familienmitglieder und andere Kontakte weiterzuempfehlen.

Der direkte Aufruf im Video, das Video unbedingt an Freunde weiter zu verbreiten, verringert sogar die Chance auf Empfehlungen. Einfach auf die Weiterleitungen zu warten, hilft am Anfang der Seeding-Kampagne nicht, die Ziele schnell und effizient zu erreichen.

Viel besser eignen sich gezielte Platzierungen durch erfahrene Seeding-Experten, die das Viralvideo kontextsensitiv und zielgruppengenaue im Internet verbreiten. Sie erreichen zunächst eine Anzahl von Personen. Erst dann wird die virale Botschaft verbreitet und der virale Effekt setzt ein. Viral Video Seeding stößt somit den Erstkontakt mit der Zielgruppe an und beeinflusst diese maßgeblich.



## Reize wecken

# 4

### **Nutzen Sie Werbebotschaften und Product Placement**

Viralspots zeigen Werbung, die Spaß macht. Die beworbene Marke sollte gekonnt und professionell im Video platziert werden. Die Markenbotschaft steht bei Viralspots im Vordergrund, aber muss charmanter verpackt sein als bei einfachen TV-Werbespots.

Idealerweise unterstützen die Markenwerte den Aufbau der eigentlichen Geschichte im Video, oder das Video baut selbst eine neue Markenwelt auf. Product Placement darf sowohl subtil, aber auch plakativ erfolgen. Die werbliche Botschaft sollte daher nicht aufdringlich, aber auch nicht unauffällig transportiert werden.

Viral Video Seeding ist mittlerweile ein fester Bestandteil einer Social Media Kampagne. Lassen Sie sich daher schon im Vorfeld einer Seeding-Kampagne durch sevenload beraten, ob Ihr Konzept diesen Anforderungen an Markenkommunikation und Imagetransfer entspricht.



# Viral verbreiten

## 5

### **Platzieren Sie Ihr Video in relevanten Umfeldern**

Viral Seeding bedeutet mehr als das „Hochladen“ eines Videos bei den bekannten Videoportalen. Täglich werden unzählige Videos produziert und im Internet verbreitet. Die Nutzer werden mit sehr vielen Videos reizüberflutet.

Nur durch gezielte Weiterverbreitung und die strategische Platzierung auf Partnerseiten und in Social Networks entwickeln Viralspots die gewünschten viralen Effekte. Dabei gilt zu berücksichtigen, dass Sie nur einen Videoplayer eines Portals einbinden sollten und nicht diverse weitere Player.

Planen Sie die Kampagne sorgfältig und greifen Sie auf die Erfahrung von Seeding-Analysten zurück, die bereits verschiedene Umfelder auf Relevanz, Nachhaltigkeit und Übereinstimmung mit den gewünschten Zielgruppen identifiziert haben. Die Seeding-Experten sprechen wirkungsstarke Multiplikatoren an, die aufgrund langjähriger und erfolgreicher Zusammenarbeit weitere Seeding-Kampagnen durch sevenload zielgerichtet unterstützen.



## Vertrauen aufbauen

# 6

### **Schaffen Sie Vertrauen durch glaubwürdige und aktive Verbreitung**

Viral Video Seeding erfordert eine aktive Zusammenarbeit mit einflussreichen Multiplikatoren im Web. Im Vorfeld jeder Seeding-Kampagne ist daher die Teilnahme in den verschiedenen Communities wichtig, über die Kampagne zielgruppenspezifisch gestreut wird. Echte Nutzerprofile in verschiedenen Communities erwecken Vertrauen bei anderen Nutzern und Diskussionsteilnehmern. Bei aufkommenden Fragen zum Video übernimmt das Seeding-Team von sevenload in Absprache mit dem Kunden die professionelle Beantwortung.

Das Video selbst sollte auch direkt im eigenen Videoplayer des Videoportals und auf Ihrer eigenen Website eingebunden werden, damit Nutzer und potenzielle Kunden das Video leicht wiederfinden. Marketing und Public Relations sollten zusammenarbeiten, um mit den Seeding-Experten von sevenload als direkte Ansprechpartner in Social Networks ein harmonisches und glaubwürdiges Gesamtbild der Kampagne für die Nutzer zu erzeugen.



# Nutzer lenken

## 7

### Setzen Sie SEO auf allen Ebenen ein

Je öfter das Video in Suchmaschinen gefunden und als Ergebnis in Suchanfragen gezeigt wird, desto höher die Wahrscheinlichkeit, das neue Nutzer auf das Video aufmerksam werden. Suchmaschinen lieben leicht verständliche Textinformationen und reichern damit die Suchergebnisse inhaltlich an.

Titel und Beschreibung des Videos müssen einfach und kurz gehalten werden. Zusätzlich sollte jedes Video mit speziellen Tags, die den Videoinhalt mit Suchbegriffen und Stichworten noch genauer beschreiben, auf dem Videoportal kombiniert werden. Eine eigene Landingpage eignet sich hervorragend dazu, das Markenimage optimal mit dem Videoinhalt über den sevenload Videoplayer zu kombinieren.

Starten Sie nicht sofort drauf los, sondern überlegen Sie sich einen SEO-Schlachtplan für ihre Kampagne. Lassen Sie sich daher von unseren Seeding-Spezialisten beraten, die bereits Erfahrung im Bereich SEO und Video-SEO mit sevenload vorweisen.



# Aktiv vernetzen

## 8

### **Nutzen Sie die Kraft von Social Networks**

Nur wenige Nutzer werden ganz alleine Ihre Videos finden. Bevor Ihr Video in Blogs eingebunden wird, müssen selbst die Blogger den Viralspot entdecken und das Video in einen Artikel einbinden. Die gewünschte Viralität von Markenbotschaften wird immer stärker durch den gezielten Einsatz von Promotion-Maßnahmen in ausgewählten Social Media Umfeldern erzeugt.

Begleiten Sie eine Seeding-Kampagne mit Ihren vorhandenen Social Media Accounts und die des Werbekunden aktiv mit. Hierzu eignen sich das offizielle Twitter-Konto oder die Facebook Fanpage, um den Nutzern das Video vorzustellen.

Je öfter das Video in verschiedenen Portalen eingebunden wird oder der Link zum Video geteilt wird, desto höher die Chance, zusätzliche Nutzer zu erreichen und die Abrufe zu erhöhen. Nutzen Sie zudem erfahrene Seeding-Experten, um Ihr Video in Social Media optimal für Ihre Zielgruppen zu verbreiten.



## Erfolg messen

# 9

### **Verlangen Sie professionelle Auswertungen und Erfolgsmessungen**

Berechnen Sie den Erfolg jeder Seeding-Kampagne anhand fester Kennzahlen. Die Abrufe des Viralspots sind bereits ein guter Anfang, doch erst im Detail erfahren Sie dank ausführlicher Reichweitenanalysen, ob Ihre Seeding-Kampagne ihre Wirkung nachhaltig entfaltet.

Nutzen Sie die integrierten Monitoring- und Tracking-Systeme Ihrer Seeding-Experten, um die Unique User und Unique Player, aber auch die geografische Verteilung der erreichten Nutzer nach Ländern, Städten oder Regionen zu ermitteln. Nutzen Sie diese langfristigen und tiefgreifenden Erfahrungswerte in der Erfolgsmessung von sevenload und greifen Sie auf die Fachkompetenz der Seeding-Experten im Bereich Reporting zurück.



## Strategisch planen

# 10

### **Überlassen Sie bei Viral Video Seeding nichts dem Zufall**

Der Erfolg eines Viralvideos bestimmt am Ende nicht das werbetreibende Unternehmen, sondern die Nutzer durch die Abrufe und das dazugehörige Empfehlungsmanagement an weitere Kontakte. Zu den einkalkulierten Produktionskosten für das Video empfiehlt sich, ein zusätzliches Budget für die gezielte Verbreitung des Videos im Internet bereit zu stellen.

Bemessen Sie den Return On Invest (ROI) Ihrer Seeding-Kampagne aufgrund der garantierten Abrufzahlen, der zusätzlich generierten Abrufzahlen und die Auswertungen der Monitoring- und Tracking-Analysen.

Lassen Sie sich bei Seeding-Maßnahmen eine Garantie auf die Abrufe geben. Nutzen Sie dabei nicht nur die Mindestmenge an garantierten Abrufen als Ausgangsbasis, sondern planen Sie anhand Ihrer Erwartungswerte die gewünschten Abrufzahlen im sechsstelligen Bereich oder höher ein.

Die sevenload Seeding-Abteilung steht Ihnen für die Planung und Umsetzung Ihrer Seeding-Kampagne als kompetenter Ansprechpartner und Experte zur Verfügung.

Haben Sie Fragen?  
Kontaktieren Sie die Autoren des Viral Video Guide

## Die Autoren

### **Markhabo Steinert**

Teamleader Content Promotion & Seeding  
Tel. +49 (0) 221 788 76-572  
markhabo.steinert@sevenload.com



### **Mike Schnoor**

Teamleader PR & Corporate Communications  
Tel. +49 (0) 221 788 76-10  
mike.schnoor@sevenload.com



# sevenload

Social Video wirkt.

Herausgegeben von

**sevenload GmbH**

Vogelsanger Str. 78

D-50823 Köln

Tel.: +49 (0) 221 788 76-0

Fax: +49 (0) 221 788 76-50

Mail: [info@sevenload.com](mailto:info@sevenload.com)

Web: [www.sevenload.com](http://www.sevenload.com)

© 2010 sevenload GmbH

Jegliche Verwendung – auch auszugsweise – nur mit Quellenangabe, für gewerbliche Zwecke und Nutzung nur mit schriftlicher Genehmigung der Herausgeber.