



Zoekmachines zijn dol op video's

Video is een online marketinginstrument in opkomst, steeds meer consumenten willen in bewegend beeld zien wat zij aanschaffen. Maar niet alleen de consumenten waarderen video's, ook de zoekmachines geven ze een steeds hogere waardering. De juiste inzet van video heeft dus een positieve invloed op uw positie in Google. In dit artikel leest u waar u op moet letten.

Zoekmachine optimalisatie (SEO) geldt niet alleen voor tekst, maar ook voor afbeeldingen en video's. Video SEO is het proces waarbij de zogenoemde 'indexability' en ranking van een video worden gemaximaliseerd voor opname binnen de zoekmachines. Google neemt sinds 2011 video's mee in haar beoordelingen. Dat betekent dat daarvoor een apart algoritme is, waarmee Google video's waardeert.

1. Content

Natuurlijk is content het belangrijkste, zonder waardevolle content bent u nergens. Zorg er dus voor dat elke seconde van uw video van waarde is, dat u relevante informatie verstrekt en dat u uw doelgroep op de juiste manier aanspreekt.

Een goede video is daarnaast kort, memorabel en leuk om te bekijken. De kijker moet altijd het gevoel hebben dat er meer te zien is, zodat ze na het kijken ook uw website bezoeken of u een e-mail sturen.

2. Titel

Een goede titel is kort en spraakmakend en verhoogt de kans dat bezoekers uw video bekijken. Vergeet niet om sleutelwoorden te gebruiken die relevant zijn voor uw merk of service, dat is niet anders dan bij een gangbare SEO-strategie voor uw website.

Een goede titel is natuurlijk meer dan een simpele selectie van keywords, deze moet ook de interesse wekken van kijkers.

3. Beschrijving

De beschrijving van uw video is vergelijkbaar met een productomschrijving, hij zorgt voor extra informatie en Google kan makkelijker beoordelen wat er in de film te zien is. Voorheen kon u de aandacht trekken met zogenoemde tags, maar Google kijkt nu meer naar de beschrijving. Schrijf daarom een aantrekkelijke en relevante beschrijving. Gebruik daarbij opnieuw de keywords.

4. Links

Links spelen een belangrijkere rol bij uw video dan bij andere marketinguitingen. Vaak

zien de kijkers uw video niet op uw website, maar op een andere online locatie. Door op de juiste plekken links te plaatsen, trekt u die kijkers naar uw website.

Plaats de eerste link naar de bestemmingspagina in het begin van de videobeschrijving. Maak die link niet te lang, maar zorg er wel voor dat hij volledig is. Een korte link zorgt voor meer kliks. Hiervoor kunt u uw link veranderen in een verkorte link. Dat kunt u doen met onder meer goo.gl en bit.ly. Zo kunt u ook een UTM-tag meegeven aan uw link. Een UTM-tag toont waar de bezoeker op de link heeft geklikt, zodat u kunt zien op welke plek de link het meeste nut heeft gehad.

5. Call to action

Het uiteindelijke doel van de video is om mensen naar uw website te lokken. Daarom is een goede call to action van groot belang. Bied een voordeeltje of zeg wat u van de kijker verwacht, u kunt daar best direct in zijn. Mogelijke opties daarvoor zijn:

- klik voor meer informatie hier;
- bestel direct;
- abonneer u nu en maak kans op;
- klik hier en ontvang een kortingsbon.

6. First Page Domination

Een uiteindelijk resultaat kan een zogenoemde First Page Domination zijn. Dat is het domineren van de eerste pagina die een zoekmachine toont voor een bepaalde zoekterm. De kans dat Google een video op de eerste pagina zet, is meer dan vijftig keer zo groot als u goede tekst aan de video toevoegt. Verspreid daarom uw video zoveel mogelijk.

Deel uw content

Deel uw video via zo veel mogelijk kanalen en met zo veel mogelijk klanten. Als een video niet alleen op YouTube staat, maar ook gedeeld is op bijvoorbeeld Facebook en Twitter dan verschijnt deze veel sneller hoog in de zoekresultaten.

Conclusie

Video als marketinginstrument staat in Nederland nog in de kinderschoenen. Het is nu nog

relatief eenvoudig om op de eerste pagina van Google te komen. Gebruik dit voordeel en neem daarmee een voorsprong op uw concurrentie.

Dit artikel is tot stand gekomen in samenwerking met Chris de Boer en Lex den Doop van ecommercepartner.nl



53x groter

De kans dat losse video op de eerste pagina van Google terecht komt, is 53 keer zo groot als de kans dat dit met tekst gebeurt.



Langer op site

Webwinkel bezoekers die kijken naar de video's blijven gemiddeld 2 minuten langer op de site en zijn in 64% van de gevallen sneller geneigd iets te kopen dan andere bezoekers.



96% meer kans

De kans dat een webpagina op de eerste pagina van Google verschijnt, is 96% hoger als er video aanwezig is op de webpagina.

advertentie



ONTDEK HET HANGMAT MODEL!

Uw webwinkel succesvoller maken vanuit uw hangmat?

Dat kan! Kijk snel op: www.alpak.nl/hangmatmodel

ALPAK SHOP SERVICES
maatwerk in (e-)fulfilment

