

Youtube

Youtube är en videodelningstjänst som ägs av Google. Plattformen är gratis både för de som laddar upp och för de som tittar på videoklippen. Det är en av världens största sökmotorer och en kanal där du som företagare verkligen har chansen att vara kreativ.

Mycket har hänt med innehållet på Youtube och dess målgruppen sedan kanalen lanserades 2005, inte minst på företagsidan. Företag som vågat tänka annorlunda har hittat nya kundgrupper och statistik visar att Youtube idag har ett stort inflytande när folk väljer resmål.



ANVÄND YOUTUBE PÅ BÄSTA SÄTT

- Du kan välja mellan att skapa en personlig kanal eller en kanal med ett företagsnamn. Det sistnämnda gör du via ett varumärkeskonto vilket innebär att kanalen kan ha flera ansvariga och ägare. **Länktips!** [Skapa en ny kanal](#)
- Gör en publiceringsstrategi och var kontinuerlig. Du vill att dina tittare ska återkomma och då är det bästa att ha en regelbundenhet i hur ofta du laddar upp klipp.
- Tänk långsiktigt. Räkna inte med att dina filmklipp ska bli virala succéer på en gång. Att bygga upp en stor skara prenumeranter på Youtube tar ofta tid, men å andra sidan är följare här ofta desto mer trogna, så se till att vårda relationen med dina följare. Använd möjligheten att ha en löpande dialog med de som kommenterar dina filmer.
- Fundera på vilket språk din målgrupp använder. Bestäm dig för ett huvudspråk för kanalen, det går sedan att översätta filmtitlar och beskrivningar till andra språk, samt lägga till undertexter. **Länktips!** [Översätt din kanal och dina videor](#)
- Lägg till en ikon, toppbild och beskrivning för din kanal. Strukturera din kanal med spellistor där du sorterat dina videor i logiska flöden.
- Ha samma SEO-tänk som på din hemsida. Fundera på vilka sökord och frågeställningar du vill att dina videor ska synas på och använd de nyckelorden i rubriker och filmbeskrivningar. Se även till att döpa själva filmfilen på liknande sätt innan du laddar upp den.
- Samverka mellan dina kanaler genom att exempelvis använda Facebook och Instagram för att driva trafik till din Youtubekanal. Sprid även dina videor i nyhetsbrev och på din hemsida.
- Tagga dina filmer med relevanta taggar (finns som en funktion när man lägger upp nya klipp). Kryssa även i den kategori som stämmer bäst in på ditt innehåll och fyll i platsen där videon är filmad.
- Uppmana dina tittare att bli prenumeranter, dels i videoklippen eller i den tillhörande textbeskrivningen.
- Det går att lyfta in andras filmer i din Youtubekanal. På så vis kan du dela med dig av filmer som andra gör om ditt företag, exempelvis från influencers.



SKAPA INNEHÅLL TILL YOUTUBE

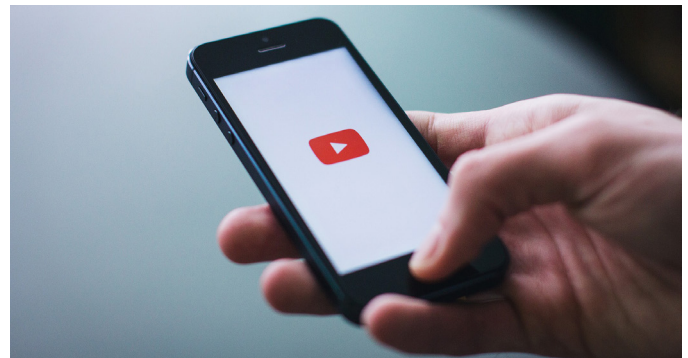
- Skapa en övergripande video som placeras längst upp på din kanal och välkomnar nya besökare, en slags trailer för ditt varumärke kan man säga.
- Reklamfilm är bäst när den inte upplevs som reklam och på Youtube gäller devisen desto mer unikt, desto mer populärt. Sikta på att ha en variation av innehåll. Dels några filmer som visar upp din verksamhet på ett informativt sätt för de som vill veta vad de ska förvänta sig när de besöker dig. Dels filmer som är till för att väcka nyfikenhet, exempelvis vloggpöster, topplistor, intervjuer med personalen eller gäster och besökare, tips på saker att göra i närområdet, inslag bakom kulisserna i verksamheten, eller storytelling där du berättar hur verksamheten växte fram.
- Välj en visningsbild för respektive filmklipp som du tror skapar nyfikenhet att se klippet, men utan att vara falsk marknadsföring. Ladda gärna upp en egen bild om de som förslås av Youtube inte gör din film rättvisa.
- Att producera kvalitativ film är tids- och resurskrävande. Ett tips är därför att hålla dina filmklipp korta. Gör hellre flera korta klipp som du kan publicera med lite mellanrum än ett långt klipp. En smartphone med bra kamera duger ofta för att göra bra filmer.
- Tänk på att bara ladda upp innehåll (inklusive videor, bilder och musik) som du har rättighet till att använda. Annars kan det leda till brott mot upphovsrätten.

STATISTIK PÅ YOUTUBE

Youtube har ett inbyggt analysverktyg (Youtube Analytics) där du kan se hur din kanal och dina videor presterar.

Med hjälp av statistiken kan du bland annat få koll på:

- Vilka videor som visats mest, hur länge folk tittar på varje klipp och hur du fått dina prenumeranter.
- Hur din målgrupp ser ut; ålder, kön och geografisk plats.
- Hur engagerade tittarna är i dina videor och din kanal. Delar och gillar de innehållet? **Länktips!** [Lär känna din målgrupp](#)



ANNONSERA PÅ YOUTUBE

Betald annonsering på Youtube är ett relativt kostnads-effektivt sätt att sprida och stärka ditt varumärke. Allt sköts genom annonsplattformen Google Ads (där det också går att annonsera på sökord och bildbanners). Det går att styra annonseringen till specifika målgrupper som visat intresse i ett visst ämne eller personer som tidigare besökt din hemsida, så kallad remarketing.

Det finns olika typer av annonser på Youtube:

- Bumper- Korta klipp på max sex sekunder som inte kan hoppas över. Dessa dyker upp före, under eller efter huvudvideon.
- Trueview instream- Överhoppningsbara videoannonser som visas före, under eller efter huvudvideon. Tittaren kan hoppa över filmen efter fem sekunder.
- Trueview discovery- Annonser som visas i sökresultatet på Youtube, bredvid relaterade videor eller på startsidan. De består av en miniatyrbild och kort text med uppmaning att klicka på annonsen för att se videon.
- Outstream- Videoannonser för mobila enheter som spelas upp på populära partnerwebbplatser. De börjar spela utan ljud och tittarna kan slå på ljudet genom att trycka på annonsen. **Länktips!** [Om annonsering på Youtube](#)