SEO-Fallstricke mit Produktvideos: Die TOP 5 Fehler beim Video-Streaming, die es zu vermeiden gilt

Video Management Experte MovingIMAGE24 verrät, wie man Video-Reichweite erhält

(ddp direct) Berlin, 03. Juli 2012 Allein im Januar 2012 haben weltweit 1,2 Milliarden Menschen Online-Videos geschaut durchschnittlich knapp 20 Stunden pro Kopf, so eine aktuelle Studie von comScore. Gerade Produktvideos haben das Potenzial, die Konversion zu erhöhen. Doch nicht immer findet das Video so gut es sein mag den Weg zur Zielgruppe. Schuld daran sind häufig Fehler, die leicht hätten vermieden werden können. MovingIMAGE24, führender Anbieter für Video-Streaming und Spezialist für Online-Video- und Video Cloud-Lösungen, hat die häufigsten fünf Fehlgriffe zusammengestellt, die beim Video-SEO - http://www.movingimage24.com/cms/produkt/features/video-seo - begangen werden:

Fehler 1: Falsche oder fehlerhafte Titel, Schlagworte und Beschreibungen
Damit potenzielle Kunden ein Video überhaupt finden, ist es essentiell, die Clips mit den richtigen Keywords zu versehen. Rechtschreibfehler und unzutreffende Beschreibungen sind häufige Fehlerquellen, die die Auffindbarkeit beeinträchtigen und die richtige Zuordnung des Videos verhindern. Über kostenlose Online-Werkzeuge wie das Google Keyword-Tool können häufig verwendete Suchbegriffe und Begriffskombinationen ermittelt werden. Mit diesen ist der Weg zu einer erfolgreichen Suchmaschinenoptimierung bereitet. Da Suchmaschinen die kompletten Textinformationen auswerten, empfiehlt es sich, die maximal mögliche Titellänge von zumeist 60 Zeichen auszuschöpfen. Auch der Begriff Video" sollte bei den Beschreibungen prominent verwendet werden.

Fehler 2: YouTube für das Streamen des eigenen Videos nutzen
Wer das eigene Video auf YouTube hochlädt und es dann auf der eigenen Unternehmensseite integriert, hilft YouTube, aber nicht der eigenen Seite. Jeder Click auf das Video ist gut für die private Videoplattform, die eigene Webseite geht jedoch leer aus. Außerdem bringt der YouTube-Player den Video-Traffic - http://www.movingimage24.com/cms/produkt/features/statistik - weg von der Website. Damit sinken die Page Views und auch die Verweildauer auf der eigenen Homepage. Unternehmen benötigen daher eine entsprechend professionelle Lösung für Video-Streaming. Es ist darauf zu achten, dass dabei alle möglichen Formate abgedeckt sind, damit die Videos auf allen Endgeräten auch auf denen von Apple, die kein Flash unterstützen optimal abgespielt werden können. Auch zu lange Ladezeiten oder eine ruckelnde Wiedergabe führen zu höheren Absprungraten.

Fehler 3: Erstveröffentlichung auf externen Portalen
Wenn ein Video zuerst auf externen Portalen veröffentlich wird, kann es eventuell nicht der eigenen Homepage zugeordnet werden und wird als doppelter Content mit geringer Wertigkeit eingeschätzt. Das Video sollte daher immer zuerst auf der eigenen Website erscheinen. Empfehlenswert ist daher, Verlinkungen auf Social Media-Kanälen wie Twitter, Facebook und Google+ aufzubauen. Erst wenn es auf der eigenen Homepage von Google indiziert wurde, gilt es als originärer Content und kann dann auf YouTube und anderen Portalen verbreitet werden.

Fehler 4: Chaos bei Video-URLs
Ein häufiger Fehler, wenn das Video auf der eigenen Seite mehrfach verwendet werden soll, sind unterschiedliche Tags. Das führt dazu, dass jede weitere Einbindung des Videos als doppelter Content indiziert wird, der sich negativ auf das Ranking auswirkt. Um das zu vermeiden, sollte jedes Video über eine eigene URL verfügen. Dabei sollte es sich zudem um so genannte sprechende, das heißt den Inhalt beschreibende URLs handeln, die relevante Keywords oder auch den Videotitel beinhalten. Ist dasselbe Video mehrmals auf der Website eingebunden, sollte das sogenannte Canonical-Tag, ein Verweis darauf, dass es sich um denselben Content handelt, verwendet werden.

Fehler 5: Verzicht auf Video-Sitemap
Eine Video-Sitemap gleicht einem speziell für Suchmaschinen wie Google aufbereiteten Inhaltsverzeichnis und wird meist im XML-Format angelegt. Mit der Hinterlegung der Video-Sitemap im Webmaster-Tool können Anwender Google-Informationen über Video-Inhalte auf ihrer Website bereitstellen und beispielsweise mitteilen, unter welchem URL die Videos mit Titel, Beschreibung, Keywords oder Screenshots verfügbar sind. Oftmals wird die Sitemap als zu kompliziert empfunden und vernachlässigt, obwohl sie für das Video-SEO sehr wichtig ist. Professionelle Video-Management-Systeme erzeugen automatisch eine Video-Sitemap.

MovingIMAGE24 versorgt mehr als 500 Kunden mit modernster Streaming-Technologie und Video Cloud-Lösungen darunter Unternehmen wie die DekaBank, Stiftung Warentest, BMW oder der Deutsche Fachverlag. Mit dem VideoManager 6 präsentiert MovingIMAGE24 eine professionelle Lösung für Videomanagement und Videostreaming, die Video-Publishing per Drag-and-Drop, VideoAd-Erstellung und Verwaltung, Konvertierung der Videos in alle Formate und vieles mehr ermöglicht.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/hnb473

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.
de/internet/seo-fallstricke-mit-produktvideos-die-top-5-fehler-beim-video-streaming-die-es-zu-vermeiden-gilt-96342

Pressekontakt

MovingIMAGE24 GmbH

Frau Irma Drews
Stralauer Allee 7
10245 Berlin

irma.drews@movingimage24.de

Firmenkontakt

MovingIMAGE24 GmbH

Frau Irma Drews

Stralauer Allee 7
10245 Berlin

movingimage24.de/
irma.drews@movingimage24.de

Die MovingIMAGE24 GmbH ist Spezialist für Onlinevideo- und Video Cloud-Lösungen. Das Unternehmen, mit Hauptgeschäftssitz in Berlin, stellt mit dem VideoManager 6 eine Cloud-basierte Lösung für die professionelle Verwaltung, Bearbeitung und Veröffentlichung von Videos in Webseiten bereit. Über eine Schnittstelle lässt sich der VideoManager nahtlos in bestehende Content-Management-Systeme integrieren. Die mehrfach ausgezeichnete Lösung ist aktuell bei rund 500 Kunden, darunter renommierte Unternehmen wie BMW, die DekaBank und Stiftung Warentest, im Einsatz.