

Online-Workshop YouTube-Strategien für Verlage - Welchen Video-Content nutze ich auf YouTube?

16. & 17. September 2021



Online Learning

Wiederholung wegen
großer Nachfrage

Wie realisiere ich eine Bewegtbildstrategie für die Social-Media-Plattform YouTube?

Diese Herausforderung begleitet Unternehmen und Zeitungsverlage seit dem Beginn der Digitalisierung. Um potentielle Konsument*innen und Leser*innen über das Netz zu erreichen, werden Online-Marketinginstrumente genutzt und Online-Video-Content produziert, mit dem Ziel Produkte zu vermarkten oder eine Steigerung ihrer Markenpräsenz zu erzielen. Dabei setzen Unternehmen immer häufiger auf Video-Marketingstrategien, um mithilfe des Internets Reichweite bei Suchmaschinen wie Google oder YouTube zu generieren.

Doch welche klassischen Formate können hierbei für die eigene Zielgruppe auf YouTube richtig adaptiert werden und wie verknüpfen Verlage diese mit ihren Webseiten und weiteren Social-Media-Plattformen?

In diesem Online-Workshop zeigen wir Ihnen anhand praktischer Beispiele, wie Videos für die Suchmaschine YouTube konzipiert werden. Der entscheidende Faktor für eine hohe Watch Time und daraus schlussfolgernd Beliebtheit des Kanals ist es, Content zu schaffen, der die Bedürfnisse der Zielgruppe bedient. Zu wissen, wonach potentielle Nutzer*innen und Kunden bei YouTube suchen, sollte also schon bei der Themenfindung für Content eine Rolle spielen und den allerersten Schritt noch lange vor der Videoproduktion darstellen. Außerdem stellen wir vor, welche Content-Formate die mit YouTube verbundenen Ziele am besten erreichen.

Der Referent

Oliver Broll hat nach seinem Bachelor in Medienwissenschaften und Medieninformatik den Masterstudiengang in Digital Business Management absolviert. Als Team Lead der Social-Media-Abteilung bei netspirits und Dozent von Lehrveranstaltungen über Video-marketing und Medientechnik des Studiengangs Digital Marketing & Analytics MSc am Management Center Innsbruck konzipiert Oliver Broll Video- und YouTube-Marketingstrategien für Warner Bros. Germany, Bayer AG, Pixum uvm. sowie Facebook-/LinkedIn-Advertising-Strategien.

Agenda

Termine: Donnerstag, 16. September 2021
Freitag, 17. September 2021
Dauer: jeweils 10:00 Uhr bis 12:30 Uhr
Leitung: Oliver Broll

Zielgruppe: Verantwortliche für das Digitalgeschäft, Verlagsleitungen, Verantwortliche für den Videobereich, Redakteur*innen, Social Media Mitarbeiter*innen

Ablauf

- Zeitgeist Online-Video: Was können Online-Videos?
- Visionen für den Anzeigenverkauf: Wo soll die Reise hingehen?
- Content-Recherche aus Verlagssicht: Wie finde ich Themen für den richtigen Content meiner Zielgruppe?
- Wie adaptiere ich redaktionelle Themen für YouTube?
- Video-Content: Was bedeutet Hero, Hub und Help Content und wie sollte dieser auf YouTube genutzt werden?
- Praktische Beispiele aus dem Verlagswesen



ANMELDUNG

Online-Workshop YouTube-Strategien für Verlage

Bitte digital ausfüllen und an sek@zmg.de senden
oder ausdrucken und faxen an **(0 69) 97 38 22-51**
Sie erhalten eine Anmeldebestätigung per E-Mail.

Referent

Oliver Broll
www.netspirits.de

netspirits.

Veranstalter

ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft mbH
Darmstädter Landstraße 125, 60598 Frankfurt/M.
E-Mail: sek@zmg.de, Tel. (0 69) 97 38 22-19

Kosten

ZMG-Partnerverlage: **349,00,- €** zzgl. MwSt.
Nicht-Partnerverlage: **698,00,- €** zzgl. MwSt.

Technische Voraussetzungen

Zur Teilnahme benötigen Sie einen PC/Laptop oder ein Mobilgerät mit Internetzugang. Den Teilnahmelink und den Audio-Code erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung. Die Veranstaltung wird mit dem Video-Konferenztool GoToMeeting durchgeführt.

Mindestteilnehmerzahl

5 Personen

Teilnehmer*in 1

Name, Vorname

Funktion/Position

E-Mail

Teilnehmer*in 2

Name, Vorname

Funktion/Position

E-Mail

Teilnehmer*in 3

Name, Vorname

Funktion/Position

E-Mail

Ansprechpartner*in

Name, Vorname

Durchwahl

E-Mail

Rechnungsanschrift

Firma

Straße

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift

Stornierung, Rücktritt: *Kostenfreie Stornierungen* sind schriftlich bis vier Wochen vor Beginn der Veranstaltung möglich. Stornierungen bis 14 Tage vorher werden unter Berechnung einer Bearbeitungsgebühr von 50% entgegengenommen. Bei späteren Stornierungen oder Nichterscheinen sind die vollen Teilnahmegebühren zu entrichten. Selbstverständlich können Sie sich vertreten lassen, bitte nennen Sie uns vorher schriftlich (per E-Mail an sek@zmg.de) den oder die Ersatzteilnehmer*in.

Absage von Veranstaltungen: Die ZMG kann die Veranstaltung aus wichtigem Grund, insbesondere bei zu geringer Teilnehmerzahl, bei Ausfall bzw. Erkrankung von mehreren Referenten, Hotelschließung oder höherer Gewalt, absagen. Im Fall einer zu geringen Teilnehmerzahl kann die Absage bis vierzehn Tage vor Beginn der Veranstaltung erfolgen. In allen anderen Fällen einer Absage aus wichtigem Grund sowie bei Änderungen des Programms wird die ZMG die Teilnehmer*innen so rechtzeitig wie möglich informieren. Muss eine Veranstaltung abgesagt werden, wird die bereits gezahlte Teilnahmegebühr erstattet. In diesem Fall bestehen keine Ersatz- oder Ausfallansprüche an die ZMG.