



书籍 YouTube网站与视频营销

妙用每日一小时

格雷·贾伯
Sybex, 2009
其他语言版本：英语

导读荐语

你是否也曾在YouTube网站上看过搅拌机公司Blendtec的搞笑视频“Will It Blend?”(什么都能搅拌吗?)视频中, 公司创始人汤姆·迪克森(Tom Dickson)将各种各样的物品, 包括玻璃弹珠、跑鞋、荧光棒、高尔夫球, 甚至是iPhone, 扔进自己公司生产的搅拌机里, 然后启动机器开始搅拌。这一疯狂的视频大受欢迎, 而Blendtec在YouTube网站的专属频道也因此吸引了20多万订阅用户。网络视频营销专家格雷·贾伯, 将在本书中教导你如何也能成为一名擅长制作“像病毒一样迅速传播的视频”的高手, 在YouTube网站上展示自己产品并实现销售目的。这本书是约翰·威利国际出版公司(John Wiley & Son)出版的系列丛书“每日一小时”之一, 这种方法就是将各项任务分成易于各个击破, 循序渐进的工作部分, 消除了人们的畏惧心理。本书包括介绍网站技术资讯, 视频营销策略, 发展战略计划, 营销活动的开展以及营销成效评定等方面的内容, 贾伯为此提供给读者翔实的工作流程, 描述如何在为期一年的时间里每天抽出60分钟的时间学习视频营销的方法。诚然, 一个小时的时间只够完成部分的营销工作, 如开展产品促销活动, 其他的远远不够。*BooksInShort*向各行各业的企业家和市场营销人员推荐这本内容翔实的综合性指南。

要点速记

- YouTube是同行业中首屈一指的网络视频分享网站。
- 预计到2012年, YouTube网站的美国观众可能达到1.9亿人。
- 为能利用网络视频赚取丰厚利润, 首先要能够开发足以博人眼球的有趣内容, 然后就是要与成为YouTube网站的合作伙伴。
- YouTube网站为广告商提供了无数充满诱惑力的营销机会。
- “每天花费一小时”, 学习和实践网络视频的营销方法。
- 假以时日, 你就能掌握这些技巧, 并将其运用到营销中从而赚取丰厚利润。
- 为赚取利润以及推广产品, 你必须制作引人注目的视频录像。
- 在生机勃勃的互联网社区里, 你因该成为网站中积极活跃的一分子, 以吸引更多的观众。
- 充分优化视频的标题和内容描述, 好让更多观众发现你的作品。
- 选用热门而又能达意传神的词汇作为关键词, 是最常用的网页优化技巧。

浓缩书

YouTube王国

自2007年YouTube网站首次播放视频以来, 便以迅猛的速度发展至今。目前, 全世界每个月都有超过3亿人在线观看YouTube视频。的确, 网络视频现已为人们喜闻乐见, 2009年2月, 美国观众平均观看YouTube的时间是312分钟, 而加拿大观众的平均观看时间则是605分钟。其中年龄介于18岁到34岁之间的YouTube美国观众中, 有一半的人会与朋友分享自己所看到的视频。最近才被谷歌(Google)收购的YouTube是目前世界上最受欢迎的网络视频社区。

从业余导演到举足轻重的公司广告制作人(如哥伦比亚广播公司CBS)在内的各种类型的参与者, 都在制作YouTube视频。视频调研公司TubeMogul的调查表明, 51.1%的受访者表示利用制作的视频获得了回报, 有些人一年中甚至获得10万美元的利润;而另外48.9%的受访者表示没有赚钱, 但其中的很多人都说他们上传视频本来就纯粹是为了娱乐, 或者因为视频本身就是广告片或者已是产品推广短片, 所以没有通过推销广告使视频制作

获利。最好的视频赚钱例子就是Blendtec公司的短片“什么都能搅拌吗？”该视频令搅拌器的销售额激增了七倍。

“每个月全球都有3亿多人在大约多达6百万至9百万个YouTube的专属频道中寻找、观看和分享视频。”

新手上路必须投入大量时间来学习如何利用网络视频进行营销。从创作开始，视频营销需要一系列特定的，也可能是高难的技巧。编剧、摄影、剪辑视频等工作仅是一个开端，当你进一步需要提升知名度，进行市场推广，选择最佳关键词便于搜索，设计最佳视频内容以符合搜索的需要，运用专业化的分析和评定手段的时候，你需要不断地提高你的各种技巧。你的第一个视频可以用“每天一小时”教授的办法集中制作，这样就能在制作视频和以及推广活动的过程中积累经验，提升能力。就像希腊悲剧作家索福克利斯(Sophocles)所说：“一个人只有亲自去做才能学会，因为即使你有所了解，也只有亲自尝试才能确知。”

广告位置的选择

YouTube网站提供几种不同的广告位置，它们包括面向YouTube娱乐观众的“主页视频广告”；植入上传视频内容中的“视频隐形广告”；为吸引潜在买家设置的“点击购买”链接；瞄准寻求特定视频内容人群的“视频推广广告”；以及瞄准搜索电影，电视剧等“长篇”录像和“优质内容”观众群的“主流广告”。当你打算进行视频营销时，要考虑以下这些问题：

- **网络视频的观众有哪些？**——根据《e营销者日报》(*eMarketer Daily*)的新闻通讯预测，到2012年，将会有超过1.9亿美国人在线观看网络视频。年轻人会作为最积极的观众，经常性地参与“内容评价、评论回复或者上传视频”等活动。
- **观众观看哪一类视频？**——网络观众会首先查看新闻和时事内容，其次最受欢迎的是喜剧，然后依次为电影预告片、音乐视频、电视节目及预告、娱乐新闻、评论、自制录像、天气预报和体育新闻。
- **何时观众会发现新视频？**——专家猜测网络视频的“意见领袖”们每天都会查看网络视频，且每周都会数次与朋友们分享。
- **观众会在哪里观赏视频？**——研究显示59%的网络观众在家里观看视频，24%的观众上班时观看，另有22%的观众在其他“第三地”则通常使用手机来观看。
- **为何许多新视频没能像病毒般迅速传播？**——不是每个人都能成为优胜者，大受欢迎的视频必须打败众多的竞争者才能脱颖而出。2009年1月，网络用户每分钟上传到YouTube网站的视频长度“超过15个小时”，YouTube的用户页面数量，或被称作“频道”数量不断地大幅增加，现在就连教皇都拥有自己的频道。

在线学习如何制作视频

网上有大量关于如何制作和上传视频的信息。首先，你要熟悉YouTube网站，仔细研究其视频的分类。YouTube网站的确是上传视频到网络的一个主要途径，但不是唯一途径。你也可以留意雅虎视频(Yahoo Video)、Dailymotion、Metacafe、Veoh和MySpace等其他视频网站。

“虽然15分钟的视频(或是更长时间，这得看你是谁)就很容易地让你一鸣惊人，但难处在于怎么才能让别人一眼就注意到你的视频。”

在YouTube网站上，点击“视频”标签就可以详细了解视频片段的各种分类，其中包括最受欢迎的视频短片；同时你也可以浏览个人博客的视频以及诸如汽车，音乐等专题方面的视频。在“频道”的标签下，你可以看到包括“专家”“记者”“非营利”及其他众多视频的分类。

制作如“病毒般迅速传播的视频内容”

如想了解如何使视频内容具有强大的吸引力，则需观摩学习一些曾经在网络上仿佛如病毒般迅速流传的优秀视频，比如，“克鲁格之战”(Battle at Kruger)、“三岁孩童眼中的星球大战”(Star Wars According to a Three-Year-Old)、“水獭牵手”(Otters Holding Hands)、“恶心的达美乐员工”(Disgusting Dominos People)和“查理又咬我的手指了”(Charlie Bit My Finger-Again)等。出色的视频都会反映一定的奇闻逸事，要想创作出能够“影响、教育和娱乐”大众的视频，可以学习YouTube网站或者如索尼(Sony)等供应商提供的网上操作指南。

“很多人现在利用YouTube网站和视频营销让自己着实赚了个盆钵盈满。”

观看YouTube网站上名为“怎样做视频”的短片，你就能初步了解视频的制作过程。如该视频所说，你需要的就只是一个摄像头、一台数码相机或是一部手机而已。YouTube网站的客服中心则提供制作视频所需要的一切具体信息，从实际操作技巧到摄影、编辑和完善视频的制作窍门等应有尽有。在你拍摄视频内容之后，可将内容上传到电脑上编辑。实用的编辑软件包括Windows Movie Maker、iMovie、苹果的Final Cut Pro或者Adobe的Premier Pro等程序。一旦完成编辑，就可将它转存为YouTube适用的文件格式，比如QuickTime MOV、Windows AVI或者MPG等格式。

“在大部分人都闻所未闻的时候，你如何能让人们发现你上传的新视频呢？”

根据YouTube网站客服中心的指示，将视频上传。递交上传的视频必须符合YouTube的技术规范。在网速较快，流量正常的情况下，上传一段视频大约需时不到半小时。如遇特殊情况，那么花上一个小时也是可能的。

听起来挺简单？但其实绝不是这么轻而易举。制作高质量的视频就像制作其他任何传媒作品一样，都是一门艺术。所幸资源丰富，YouTube的参考手册就是其中之一。你应特别留意题为“九大经典相机使用技巧”那一章节，另外也可多加留意专为电视录像制作人出版的杂志《视频制作人》(Videomaker)，访问其网站也可获知更多实用可靠的窍门和技巧。

视频内容的优化

在向YouTube网站提交视频之前，你必须对视频进行“优化”，即编辑“视频内容诠释以提高其在搜索中的排名”。这就是说要认真而准确地给你的视频编写标题，添加描述和标签，以便当广大用户搜索这类视频时，能比较容易地发现你的视频短片。不论你上传的视频是小猫吹笛子，还是展示你想出售的某项发明，你都必须使用恰当的关键词才能吸引观众浏览。

“YouTube网站的首次线下社区官方庆祝活动于2008年11月22日在旧金山梅森堡会展中心(Fort Mason Center)的赫伯特展厅举行。”

为决定选用哪些关键词，你必须与视频观众进行换位思考，扪心自问哪些关键词会为你的视频吸引目标观众。你的关键词应该与在一般性事件报道中必不可少的几项要素相呼应：“人物、事件、时间、地点以及如何发生或怎样发生等。”例如，你的标题可以是“如何给狗狗洗澡”或者“如何做出美味的咖啡”等。YouTube网站的“下拉菜单式自动匹配建议”对于选择合适的关键词非常有帮助，同样有用的还有Google AdWords、Google Trends和KeywordDiscovery等软件。另外，关键词数据库还可以帮助你“了解人们输入搜索栏框中的具体问题”。

要为你的视频选用合适的关键词，不止是列出关键词清单和熟练运用网络工具那么简单。的确，精明能干且经验十足的视频制作人已大量使用过最适用的关键词，因此你可能认为自己的视频不过是“沧海一粟”，只会被湮没不见。虽添加准确无疑的关键词，会帮助你吸引住你的目标观众，但也不要关键词将标签“填得过头”。一旦你要分析搜索视频的人们最可能使用的关键词，就可以把这些词语用在你的视频题目中、内容描述上和标签里。你的标题务必真实，准确而且能够打动人。而你在发布视频的时候，也不要仅限于YouTube网站，而应选择一些最适合的网站来发布，以期吸引到你的目标观众。

如何培养壮大你的观众群

要想让观众人数大幅增加，首先要成为“YouTube网络社群里充分享有权利的成员”，这意味着要遵守YouTube网站的规则，不要发布有关色情、“无谓的暴力”或者“虐待动物”以及仇恨言论等内容，不要上传哗众取宠到“令人作呕的视频”。要想了解市场营销过程，可以访问YouTube网站的博客，观摩如何让你的视频更具特色的短片介绍，该片名为：“商务菜鸟及其启蒙”(The Birds and the Biz)。

“在YouTube上，几乎任何产品都会有观众。”

点击YouTube网站上“社群”的标签可以进入“互助论坛”。为你的视频提高人气，你可以加入相关的YouTube社群论坛。要想涉足相关的评论圈子，最好的办法就是对你喜欢的视频进行评论。访问YouTube网站的博客，会让你有机会认识其社团成员，这对你大有裨益，因为有些成员也负责筛选YouTube网站在显著位置所展示的“推荐视频”。另外一个增加人气的方法就是“举办视频秀，让人们提交视频，并请观众来进行投票”。

成为YouTube社群中活跃的一分子，有助于让你结识数以百万记公认的“意见领袖”中少数几位对你来说举足轻重的人物。你可以在“视频网页”上，在评论中以及在相关视频回应栏目中找到他们的联络方式。当你认识了这些人，他们就能够帮助你策划视频营销的活动战略。

创立你的YouTube频道

你需要在YouTube网站上建立一个专属频道，或者用户页面，用来上传你的视频。这是观众可以观看你的视频并进行评论的地方。要建立YouTube频道你还需在线填写表格以创建一个YouTube专属账户。你可以通过设计频道链接并设定各种频道功能等，使你的专属频道更加个性化。

“有朝一日会有人呼吁阻止某个视频如病毒般快速传播，但这基本上是不可能的。”

如果你能符合YouTube网站的一定的标准要求——如拥有一定数量观众人数(YouTube用户群达到千位数)，视频内容质量上乘等，你就能够加入广告合作伙伴计划，开办自己的品牌频道，这样一来你就可以专属页面上播放横幅广告(网络广告的主要形式，一般使用GIF格式的图像文件，可以使用静态图形，也可用多帧图像拼接为动画图像)，并在有人访问时播放介绍你产品特色的短片，同时你还可以在视频广告收入中分得一杯羹。显然，要想成为YouTube网站的广告伙伴，你必须先能制作出广受欢迎的视频。你也可以将在YouTube获利的视频短片继续上传到其他的视频网站。TubeMogul的独立程序可以帮助你完成这项工作，将你的视频分别传至MySpace，谷歌视频(Google Video)、Dailymotion、Crackle、雅虎视频(Yahoo Video)、Metacafe和Break等，同时，如果你的视频还没有上传至YouTube，它也会帮你传上去。

网上营销

网络视频营销的成绩取决于观众的数量，因此你需要设法追踪点击观看你视频的人群数据，他们是谁、他们来自何处，以及他们是如何发现你的视频的。要获得这些宝贵的市场资料需要使用一种网站提供的叫作YouTube Insight的“分析与报告工具”。其中只要点击“YouTube Insight Discovery”，你就能够看到哪些关键词为你带来最多的流量，帮助你适当添加一些更加有针对性的关键词。其他实用的在线统计工具还包括谷歌和TubeMogul的分析工具，这些工具也能提供观看分别上传到YouTube和其他类似网站视频的观众统计数据。

“如果把YouTube网站看作是一个拥有4.22亿人口的国家，那么，它将是排在中国和印度之后，但在美国和印尼之前的世界上人口第三大国家。”

网络视频营销和运用互联网进行产品推广的发展日新月异。如想掌握最新的网络技术以及获得最佳的体验，就需要参加搜索引擎战略峰会，它是网络搜索引擎营销(SEM)的全球性会议，其主题包括搜索引擎的优化(SEO)等。关于更多的网络视频营销知识，可以通过阅读《视频制作人电子报》(*Videomaker eNews*)和《搜索引擎优化电子通信》(ReelSEO)等网络视频推广杂志获得。

关于作者

格雷·贾伯(Greg Jarboe)创立并主管一家主营公共关系，搜索引擎优化和视频营销的咨询公司。
