



YouTube

YouTube blev grundlagt i 2005 og var oprindeligt et datingsite, men hurtigt viste det sig, at der var behov for at alle kunne dele videoer af store og små begivenheder. Platformen giver brugerne mulighed for at uploade, dele og se videoer på en række forskellige emner, herunder musik, film, nyheder, underholdning og meget mere.



Brugere i verden

2,5 milliarder

Brugere i Danmark

ca. 2 millioner



Karakteriska

Video tjeneste



Begreber & gloser

Views, kliks, Likes, delinger, følgere



Belønning & samspil

Likes, kommentarer og delinger



Primære målgrupper

Primære brugere er 19-54 årige, der udgør 65% af brugerne.



Primære anvendelse

Deling af videoer til ren underholdning, men også interesser, hobbies, produktinformationer, mm. Folk bruger youtube til at søge på samme måde som man søger på Google.



Vigtigt at vide

Verdens 2. største søgemaskine, som også bruges til vareinformationer. (4 ud af 5 millenials bruger YouTube til at søge informationer før et køb.) Over 50% af shoppere siger, at online video har hjulpet dem til at vælge, hvilket produkt de skal købe. 70% af videoerne ses på mobile devices.



Markedsføring

Youtube har betalt annoncering, både i pre-rolls, in-movie samt via samarbejde med Google (ejer) og som remarketing i begge kanaler.

Skal du markedsføre dig, fungerer det bedst med indhold, der er i sammenhæng med den kanal, du vil vises på. Det vil sige, at du ikke skal annoncere for beauty-produkter på en streaming YT-kanal. Kend din målgruppe og brug den aktivt på YT, hvor folk ikke kan skippe dine annoncer i de første 3 sek.



Annoncetyper

- **Overlay-annoncer:** Placeret i de nederste af 20% af videoen. Annoncerne bliver vist, når en video starter, og de kan lukkes ned af brugeren når som helst. Annoncetypen er god til hurtig eksponering, og bliver kun vist på PC.
- **Displayannoncer:** placeret lige over den foreslåede videoboks i øverste højre hjørne af skærmen. Er brugeren interesseret i annoncen klikker de på den. Annoncerne er store og kan let ses af brugeren. Bliver vist både på PC, Ipad og smartphones.
- **Sponsorkort:** viser indhold, der er relevant for videoen, så som links til produkter, der bliver vist i videoen. Kortene vises i en kort periode i begyndelsen af videoen, og man kan åbne kortoversigten igen til sidst. Annoncerne bliver vist på PC såvel som mobile enheder.
- **Bumper-annoncer:** for videoer med en minimumslængde på mindst femten minutter. Videoen bliver løbende afbrudt af annoncer. Når annoncen er over, genoptages videoen.
- **TrueView annoncer:** kan springes over af brugeren efter fem sekunder. Kan være placeret før, i midten af eller efter hovedvideoen. Ved at give brugeren mulighed for at springe over, så får du en højere konverteringsrate videreklik."



Lokationer

In-video (se mere under annoncetyper) og på forside/andre steder der ikke er mens eller før man ser en video.



Priser

Der er intet minimum spend (altså en nedre grænse) for, hvor meget man skal bruge pr. dag på YT



KPI'er

Views, klik, modtagere på nyhedsbreve, salg/omsætning, trafik til hjemmeside.