

Resumen Imprimible

Curso Community Management

Módulo 7: Youtube

### **Contenidos**

- Algunas estadísticas de esta red social
- Estrategias de Marketing y posicionamiento
- Configurar un canal de Youtube
- Subir contenido
- Configurar listas de reproducción
- Publicidad en Youtube

## **YouTube es la red social y el buscador de videos más utilizado de la web.**

YouTube fue creado en 2005 por 3 personas que se encontraron frente a diferentes dificultades cuando quisieron compartir videos tomados durante una fiesta. Un año más tarde YouTube era comprado por Google, y a partir de entonces, sería el líder absoluto en contenido de video.

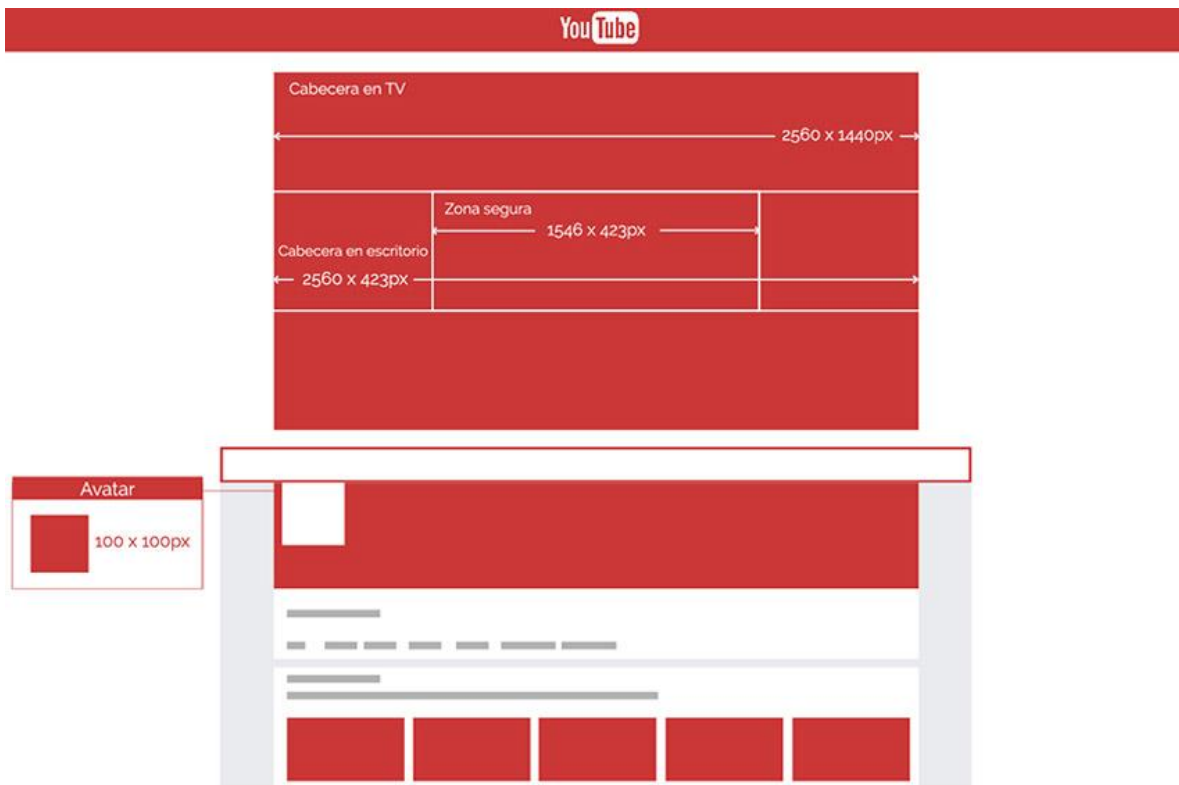
YouTube es una herramienta muy útil para las empresas a efectos de branding.

## **Mi estrategia de Marketing y posicionamiento a través de YouTube:**

### **Análisis de mi competencia:**

- ¿Los videos aparecen en mi idioma?
- ¿Los videos son de buena calidad?
- ¿Los videos son caseros o tienen algo de edición o producción profesional?
- ¿Las palabras claves aparecen en los títulos de los videos? ¿Aparecen en la descripción?
- ¿Los resultados son de usuarios o de canales? Si son canales, quiere decir que entonces tengo un contexto más competitivo.
- ¿Los canales tienen muchos suscriptores?
- ¿Qué promedio de visualizaciones tienen los videos? ¿Cuántas visualizaciones tiene el video que más reproducciones tiene?
- ¿Los videos son viejos o son actuales?

## Configuración del Canal



La medida de la foto de portada de Youtube puede variar de acuerdo al dispositivo desde donde se accede al canal.

Accediendo al menú que se despliega sobre la derecha en la parte superior de nuestra pantalla y dando click en "Tu Canal", podremos "Personalizar canal". La medida de la foto de portada de YouTube puede variar de acuerdo al dispositivo desde donde se accede al canal.

Entonces, dentro de Personalizar canal, en la parte superior de la pantalla, damos click en Agregar diseño al canal.

La foto de perfil del Canal en esta red es llamada "Ícono del canal" y es tomada automáticamente de nuestra cuenta de Google. Siempre podemos editarla o cambiar la foto de perfil haciendo click en el ícono de lápiz que aparece junto a la imagen.

## **Publicar un video**

### **Formato:**

Los formatos de archivo admitidos de YouTube son:

.MOV, .MPEG4, .MP4, .AVI, .WMV, .MPEGPS, .FLV, 3GPP, WebM, DNxHR, ProRes, CineForm y HEVC (h265).

### **Privacidad:**

- Público: es la forma predeterminada en la que se suben los videos a YouTube.
- No Listado: todos los usuarios que tengan un enlace al video podrán ver y compartir las listas de reproducción y los videos no listados.
- Privado: sólo pueden ver el video los usuarios que nosotros elijamos.
- Programado: No se publica instantáneamente apenas terminamos de subirlo, sino que elegimos una fecha y hora futura para que se publique.

Como somos empresa, lógicamente nos conviene que nuestros videos sean públicos.

### **Configuraciones del video:**

El título del video debe contener las palabras claves a través de las cuales queremos posicionarnos. El título de un video es la etiqueta más importante de posicionamiento tanto para usuarios como para el buscador de YouTube y para Google.

La descripción del video cumple una función muy similar al título en criterio e importancia en el posicionamiento.

Las etiquetas refuerzan estos criterios de búsqueda y de indexación por parte del buscador. Por lo tanto tenemos que considerar utilizar nuestras palabras clave también en formato de etiquetas.

Los subtítulos son altamente recomendables porque cuanto más “completo” esté nuestro video, mejor a efectos de posicionamiento. Estos se crearán automáticamente.

Si queremos aumentar la visibilidad de nuestro video, es altamente recomendable permitir compartir e incrustar nuestro vídeo en cualquier sitio web.

Otra de las cosas que debemos elegir con cuidado es la categoría de nuestro video.

La miniatura de nuestro video será la vista preliminar de nuestro video y tiene que convencer al usuario de reproducirlo.

También podemos colocar mensajes que se producirán durante nuestro video. Estos se llaman “tarjetas” y aparecen en el menú llamado “Tarjetas y anotaciones”

## **Estado del Canal**

En Otras funciones > Estado y Funciones, podemos ver la salud de nuestro canal, es decir, la reputación del mismo. Considera cuestiones como el Estado de los derechos de autor y el Estado de los lineamientos de la comunidad, entre otros.

Es muy importante difundir nuestro video de manera orgánica lo más que podamos, es decir, con técnicas de linkbuilding, donde compartimos el enlace a nuestro video en otras redes sociales y en sitios web.

## Las listas de reproducción de YouTube

Son compilaciones de videos que se reproducen en conjunto.






Para crear una lista de reproducción en YouTube:

- Utilizamos el buscador para encontrar los videos que queremos agregar a una lista de reproducción, o en el video que deseas en la lista de reproducción seleccionamos “Guardar” y seleccionamos el signo de más de color negro
- Damos click en Crear nueva lista de reproducción y le ponemos un nombre.
- En el menú desplegable elegimos que la lista sea pública y damos click en crear.

## Publicidad:

### Formatos publicitarios de YouTube

Si activas la obtención de ingresos con tus videos, podrían aparecer diversos tipos de anuncios junto a ellos.

	<p>Los <b>anuncios de display</b> (banners) aparecen en todas las zonas del sitio (a excepción de la página principal). Están disponibles con formato de anuncio de 300 x 250 y aparecen a la derecha del video en cuestión y sobre la lista de sugerencias de videos.</p>
	<p>Los <b>anuncios de superposición in-video</b> son superposiciones transparentes que aparecen en el cuadrante inferior del video.</p>
	<p>Los <b>anuncios TrueView in-stream</b> son anuncios de video que se pueden saltar y se insertan antes, durante o después del video principal.</p>
	<p>Los anuncios <b>TrueView in-display</b> aparecen junto a otros videos de YouTube o en sitios web que coincidan con tu audiencia objetivo.</p>
	<p>Los <b>anuncios in-stream que no se pueden saltar</b> son anuncios de video que se pueden insertar antes, durante o después del video principal y es obligatorio verlos antes de poder reproducir el video seleccionado.</p>

**Historias:**

YouTube es que ha dispuesto la posibilidad de crear historias a aquellos canales que cuenten con más de 10 mil seguidores. No se sabe aún si esta función se extenderá a todos los usuarios de YouTube en el futuro. A diferencia de las demás redes, en lugar de durar 24 estas duran una semana.