

Desarrollar una vez más, ahora para entrar a un universo muy muy interesante, vamos a hablar del segundo buscador más grande del mundo.

Vamos a hablar particularmente de YouTube y, en este caso, vamos a tener dos funciones en donde vamos a estar abordando los fundamentos y consideraciones técnicas de una plataforma muy interesante para utilizar nuestra estrategia digital y en una segunda instancia, veremos la parte práctica y la optimización de estos recursos para poder posicionarnos en los primeros lugares al momento de que alguien busque alguna temática asociada a nuestro contenido.

Así que vamos ahora a ver un poco de YouTube y particularmente, cuando hablamos de YouTube hay distintos parámetros por los cuales nosotros podemos empezar a optimizar, en este caso, un contenido en video que es a lo que nos vamos a abordar en esta primera etapa, en esta primera instancia de estar conociendo la plataforma hay varias cosas a considerar, en este caso, vamos a ver en esta parte en particular la optimización de un video en YouTube al momento de que nosotros queramos también tenerlo y comunicarnos desde nuestra marca, en este tipo de formatos.

Y vamos a ver que hay distintas cosas que nosotros tenemos que tener en cuenta al momento de optimizar al momento de presentar un contenido en esta plataforma.

Así como hablamos más anteriormente que hay distintas cosas que a considerar dentro de las plataformas anteriores en esta particular hay algunos elementos y sobre todo algunos muy importantes y de peso, que algunos tienen que ver con el contenido en sí, pero otros tienen que ver con las funcionalidades y las oportunidades que nos da la plataforma para que nosotros podamos estar tratando las cosas.

Y vamos a hablar de otro, vamos a hablar de la optimización del video, del contenido central de la plataforma de YouTube y en particular, vamos a hablar de algunos elementos asociados a ese contenido. Una vez que nosotros tenemos el video, una vez que nosotros queremos subir algo, bueno, vamos a tener que pensar en ciertos aspectos de la plataforma. Uno de los aspectos centrales y uno de los aspectos claves del posicionamiento, es el título, la posibilidad de que nosotros podamos incluir palabras clave, en este caso, palabras clave asociadas a la intención de búsqueda que va a tener la persona que va a buscar nuestro video, va a estar directamente relacionada como nosotros hablamos también al video. El momento en nuestro título también abarcamos ciertas palabras que pueden ser intenciones de búsqueda de personas, por ejemplo, algunas veces hacer un curso de cocina y nosotros ponemos en el título "curso de cocina de" tal cosa, bueno, en definitiva vamos a estar mucho mejor posicionados en el momento título para que nuestro contenido vaya a esta lista de contenidos que la persona a través de lo que está buscando y entonces mejor posicionados para que encuentre, por qué? porque nuestras palabras clave están en mejor contexto o directamente están específicas en este caso en el título. Así que el título no solamente tiene que ser atractivo, para que la gente haga clic cuando lo ve en una impresión en una recomendación de YouTube, sino que también tiene que estar asociado alguna palabra clave para que, en este caso, está mejor optimizado para cuando la persona busque alguna temática asociada a lo que nosotros estamos subiendo.

Así que, título, uno de los variables más importantes a considerar dentro de la optimización de un video YouTube.

Lo segundo, la descripción. Otro lugar en donde nosotros podemos incluir palabras clave, palabras relevantes, algún otro tipo de enlazamientos que nosotros queramos en este caso hacer a nuestro video es la descripción. Así también nosotros podemos incluir esa palabra clave "curso de cocina", así como otro tipo de palabras clave que también pueden ser posibles intenciones de búsqueda de esa persona, por ejemplo, "aprender a hacer un pastel", "recetas de hostelerías para empezar", "cómo dar clases", bueno, distintos tipos de cosas que van en la descripción, cuando nos contamos un poco de qué se trata el video, también puede ser, no tienen tanto peso como el título, no se van tanto como el título, al momento de recomendar la video en el buscador, en este caso, ayudar a esa personalización y esa optimización del video en los lugares en donde va a aparecer. Por lo tanto, la descripción también es muy importante, no solamente para el posicionamiento, sino para, en este caso, atraer un poco más al espectador y por otro lado, en este punto, para poder atraerlos otro tipo de contenidos, porque nos así puede poner enlaces, puede poner algún otro tipo de cosas que permitan que la persona que está viendo la video, también vea otros video o sea otro video, entonces un poco más, hace alguna intención de compra, de la forma en la que nos están ofreciendo la video, cosas que están mostrando algún artículo, pueden decir el enlace para que vaya a la página de pago, bueno, distintos tipos de cosas, en la descripción pues pueden utilizarla como una canal puente, pero también como un formato de posicionamiento.

Así como tenemos el título, tenemos la descripción que ayuda al posicionamiento, también tenemos las etiquetas.