

Bienvenidos 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 lecciones 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 estas mismas 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, sin embargo, vamos a ver en este paso en particular, la optimización de un video en YouTube al momento de que nosotros queramos también transmitir 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 habíamos visto 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 nuestro contenido efectivamente sea visible.

Y vamos a hablar de ellos, 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 parametrizar ciertos aspectos de la plataforma. Uno de los aspectos centrales y uno de los aspectos directos del posicionamiento, es el título, la posibilidad de que nosotros podamos incluir palabras clave, es decir, palabras claves 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 titulemos también el video. Si nosotros en nuestro título también ubicamos ciertas palabras que puedan ser intenciones de búsquedas previas de una persona, por ejemplo, alguien quiere hacer un curso de oratoria y nosotros ponemos en el título "curso de oratoria de" tal cosa, bueno, en definitiva vamos a estar mucho mejor posicionados en el elemento título para que nuestro contenido vaya a esa bolsa de contenidos que la red le va a ofrecer al que está buscando y estemos mejor posicionados para que encuentre, ¿por qué?, porque nuestras palabras clave están en mejor sintonía 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 o en una recomendación de YouTube, sino que también tiene que estar asociado alguna palabra clave para que, en este caso, esté mejor optimizado para cuando la persona busque alguna temática asociada a lo que nosotros estamos subiendo.

Así que, título, una de las 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, enlaces salientes, algún otro tipo de encadenamiento que nosotros queramos en este caso sumar a nuestro video es la descripción. Aquí también nosotros podemos incluir esa palabra clave "curso de oratoria", así como otro tipo de palabras clave que también puedan ser posibles intenciones de búsqueda de esa persona, por ejemplo, "aprendí a hablar en público", "entrená tus habilidades para exponer", "cómo dar charlas", buenos, distintos tipos de cosas que vos en la descripción, cuando vas contando un poco de qué se trata el video, también podés usar, no tienen tanto peso como en título, no se ven tanto como el título, al momento de recomendar tu video en el buscador, sin embargo, ayudan a ese posicionamiento 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 oyente y por otro lado, en este punto, para poder encadenar otro tipo de contenidos, porque vos acá podés poner enlaces, podés poner algún otro tipo de cosas que permitan que la persona que está viendo tu video, también vea otro video o vea otro video, conozca un poco más, haya alguna intención de compra, de la forma en la que vos estás ofreciendo tu video, capaz que estás reseñando algún artículo, podés dejar el enlace para que vaya a la pasarela de pago, bueno, distintos tipos de cosas, en la descripción pues podés utilizarla como ese canal puente, pero también como un formato de posicionamiento.

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

Las etiquetas son funcionales, en definitiva, para agrupar contenidos. No son tan funcionales en este posicionamiento, realmente no hacen tanta diferencia, sin embargo, si una persona se equivoca al momento de estar buscando algo, escribe una palabra más, le falta alguna letra o además, las etiquetas lo que hacen es ese autocompletar de las palabras y también son interesantes de poder usarlas para, en este caso, agotar todas las opciones en donde un usuario va a buscar nuestro contenido y nosotros, desde las etiquetas, podemos poner los autocompletar asociados a nuestro contenido. Por las concordancias de las palabras, la red automática de YouTube va a permitir que las personas autocompleten y las etiquetas funcionan para que nuestro contenido también se agrupe dentro de esos espectros, así que, no posicionan como los títulos de las descripciones, pero ayuda a tener esas opciones frente a erratas que pueda tener un usuario.

Luego tenemos la categoría, que también es otro elemento, en este caso, de agrupación. No posiciona, pero de alguna manera nos pone en distintos segmentos a donde a los públicos que nosotros podemos estar interesados en llegar, bueno, pueda ponerlo por lo menos en esa fila, nos pone en esa fila. Es como elegir a ver en donde nosotros nos vamos a ubicar, así como las etiquetas nos ayudan a estar un poquito más conscientes, dentro de lo que tiene que ver con agrupación con algunas palabras clave, así como también la categoría nos ayuda a saber en qué segmento estamos, es decir, dentro de la variedad de cosas que puedo ofrecer en YouTube en su inicio, en sus canales de búsqueda o en otros tipos de cosas, al momento de que un usuario esté teniendo su sesión dentro de la plataforma, la categoría lo que ayuda es a elegir un segmento en el cual nuestro video pueda estar, teniendo mayores oportunidades de aparecer. No ayuda al posicionamiento, pero que nos ubica dentro de un radio de interés, entonces, también es interesante completar una categoría y asociar una categoría que esté, bueno, por lo pronto, cercana al público del cual vos querés llegar.

Las miniaturas. Las miniaturas por sí sola, tampoco posicionan, no te hacen más arriba o más abajo, en este caso, en un video, por la calidad, por todo lo que tiene que ver con la estética y demás, pero sí ayudan a que las personas tengan un mayor, una mayor probabilidad de clic en el video. En definitiva, lo que lo que podemos ver, es que cuando una persona también está viendo un video recomendado o le aparece un video, una de las cosas que mira, es el título, otra es la descripción chiquita, pero también otras las cosas y, en este caso, fuertemente que está mirando al momento de hacer un clic, es la miniatura. Y, en este caso, tener miniaturas que nos ayuden a nosotros a atraer un poco más la atención y que la gente haga clic, también es una, en este caso, elemento fundamental al momento de estar hablando de esta plataforma.

Así como tenemos el título en la descripción, las miniaturas ayudan a que ese combo sea un poquito más atractivo al momento de llamar la atención para hacer el clic.

Luego en el contenido, por supuesto, nosotros tenemos que tener un buen contenido, que retenga a la gente, que haga que las personas no se vayan del video, ¿por qué?, porque eso si pasa empezamos a bajar de ranking al momento de estar posicionando, ¿no?, porque la plataforma la gente hace mucho clic o porque las miniaturas están muy bien hechas, el título está bien hecho, pero el contenido no atrae o no es lo que espera la gente. Entonces, en definitiva, a la persona al irse del video, bueno, en este caso nos puede bajar, por más bien que esté todo esto. Sin embargo es importante tenerlo, al momento de querer trabajar la parte técnica de optimización del video.

En otro caso, también están los subtítulos, que los subtítulos también ayudan a tener palabras clave. Si nosotros dentro del video, podemos cargarlo externamente o podemos utilizar el automático de YouTube para subir los subtítulos, si también dentro del video aparecen las palabras clave "curso oratoria", "aprender", "leer en público" y cosas por el estilo, que nosotros estemos diciendo y esas cuestiones también subtitulan dentro de YouTube, también es un elemento de peso, no tanto como un título, no tanto como una descripción, pero sí que ayuda, en este caso, a asociar una categoría, a un segmento y mayor peso en el posicionamiento de nuestro video optimizado.

Así que los subtítulos también son algo muy interesante, aparte muchas personas en YouTube ven ahora una vista previa en el video y si ya está subtitulado, en definitiva, pueden estar leyendo un poquito de qué va y se pueden quedar un poquito más de tiempo viendo esa vista previa, lo cual también hace que nuestro video subir un poquito más de ranking tengo un poquito más de peso en la búsqueda contra los otros. Así que los subtítulos, muy interesante para la optimización de video.

Finalmente, las pantallas finales en este caso tenemos la posibilidad de generar en una media que la gente va llegando al final del video, opciones en las cuales poder recomendarle un video nuestro, una lista de reproducción, que nos sigan, un video recomendado en la plataforma de YouTube, en función a tu estrategia y lo que vos veas que sea más interesante, podés elegir una u otra.

No hay que desestimar el hecho de los recomendados por YouTube, es decir, uno puede decir "no, pero yo quiero siempre que recomienden mis videos", bueno, pero a veces, quizás, lo más importante es para que tu video explote o tu video vaya bien que la gente que esté en la red social, en este caso, YouTube, pase el mayor tiempo

de sucesión de usuario, es decir, viendo videos y a veces uno no tiene los suficientes videos o no tiene videos tan atractivos que mantengan la retención del usuario tanto tiempo, por ende, podés elegir que YouTube te recomiende un video y que las personas sigan teniendo una sesión larga, en este caso, de usuario, de consumo en YouTube porque al fin y al cabo lo que quiera YouTube que la gente pase más tiempo en la plataforma en general, no que pase más tiempo en nuestros videos.

Entonces si un video nuestro es la puerta para que pase mucho tiempo otra persona en YouTube, independientemente que siga viendo nuestros videos, nuestro video madre nuestro, video de base, va a ser mucho más impulsado, mucho más recomendado, ¿por qué?, porque YouTube va a entender que a partir de ese video, le recomienda otros videos de otros canales, pero esa persona sigue manteniendo un flujo constante de sesión de usuario general. Entonces, a veces, si tenemos videos que mantengan la atención, recomendamos nuestros videos, recomendamos nuestras listas, todos los personal. Si, capaz, todavía no tenemos, podemos dejar esta opción de los recomendados de YouTube, para que la persona que le recomiende YouTube, pueda mantener su sesión de usuario y nuestro video siga estando en este punto, siga siendo ponderado.

Así que, en las pantallas finales, tenés esas opciones también de optimización, de ofrecer videos, listas, enlaces salientes a otras cosas, si tenés, si cumplís ciertos requisitos de la plataforma y también recomendaciones de otros videos que puede ser YouTube quien los elige.

Así que, pantalla final, es muy interesante también para optimizar este, en este caso, los videos de YouTube. Las listas de reproducción. Las listas de reproducción también son un elemento de posicionamiento. Si uno busca "mix" de algún tipo de música, "música para dormir" o distintos tipos de cosas que puedan tener un encadenamiento de contenidos, van a ver que no van a encontrar videos simples, sino que van a encontrar en las primeras posiciones, listas de reproducción. ¿Por qué pasa esto?, porque las listas de reproducción también posicionan. Así que te recomiendo que además de subir tus videos, además de agregar un título en la descripción, miniaturas, todo lo que venimos viendo al momento de optimizar un video, armes listas de reproducción, también asociadas a palabras clave que pueda estar buscando la gente. Por ejemplo, una lista de reproducción que sea "curso de oratoria", "técnicas de oratoria", "aprende a hablar en público", o en este ejemplo que estamos utilizando, listas de reproducción que puedan ser útiles también. Utilizando esas palabras clave que nos permiten a nosotros, cuando las personas estén buscando, en este punto, algo referente a eso, también pueda posicionarse una lista de reproducción además de nuestros videos singulares. Y en la lista de reproducción, vos también podés elegir que haya videos de otros canales, que puedan ser interesantes, que a tu audiencia le interese, que mantengan la sesión de usuario, en definitiva, posicionan mejor tu lista y los videos aledaños, a esos videos fuertes que ya existen en la red. Así que es muy interesante también la estrategia de listas de reproducción, tenela en cuenta, armate tus listas de reproducción asociada con los temas de interés que a la gente le puede estar gustando y en el medio, mechá también tus videos, de manera de que las personas puedan estar el mayor tiempo posible consumiendo la plataforma en esa temática y que seas vos la puerta de entrada a través de tu contenido. Así que, en este caso, cuando hablamos de YouTube y hablamos de estrategia, hablamos de distintos elementos para optimizar, bueno, hay muchas maneras de, en este caso, nosotros utilizar todo lo que tiene que ver con la plataforma. Nosotros podemos subir entrevistas, testimonios, demostraciones de productos, podemos subir vivos, tutoriales, clases, webinars, videoblogs, bueno, podemos subir como esto de "unboxing", que son de descubrir a partir de la caja, a ver qué es lo que nos hemos comprado o cosas por el estilo, hay distintos formatos en nosotros podemos estar subiendo contenidos en YouTube, podemos subir gameplays, si nos gusta algún juego en particular, bueno, hay un montón de cosas que nosotros podemos estar subiendo a YouTube. El punto es que, si a nuestro contenido podemos vincularlo desde la parte técnica al posicionamiento por intereses e intenciones de búsqueda de usuarios, podemos hacernos estéticamente atractivos con las herramientas de "Copyrighting" en que podemos ir aprendiendo en este curso, haciendo un título atractivo, una miniatura que llamen la atención, una descripción que pueda tener ese contenido que impulse también esa primera, ese primer vistazo de la gente, bueno, distintos tipos de cosas que nos van a poder permitir, en este caso, estar mejor posicionados para que sea cual sea el contenido que uno use, podamos estar mejor posicionados, podamos tener videos optimizados y en definitiva podamos generarle mayor interés al usuario para que se quede, en general la plataforma, y en particular viendo nuestros videos. Espero que estos contenidos te hayan ayudado a tener una mirada mucho más general de todo lo que podemos hacer en YouTube y vamos a ver en el próximo video, sobre la plataforma, esta práctica, de manera de poder ver cómo funciona, cómo utilizar las distintas herramientas y cómo utilizamos un video en vivo, con algunos otros aditamentos que vamos a agregarles en el video que viene.

Espero que les haya gustado y nos vemos en la próxima lección.