

5 kroków do optymalizacji Twojego kanału YouTube

YouTube jest obecnie drugą po Google największą wyszukiwarką na świecie. Co 60 sekund publikowane jest około 400 godzin nowych materiałów filmowych. Na YouTube można osiągnąć światowy sukces i zarobić miliony. Najlepszymi tego przykładami są: Justin Bieber oraz szwedzki gracz komputerowy PewDiePie, który w krótkim czasie osiągnął zysk przekraczający 10 mln dolarów.

Nie jest ważne, czy dopiero Twoja marka zaczyna swoją przygodę z YouTube czy prowadzisz już znany kanał. Zawsze możesz podwyższyć popularność własnego kanału.

Krok: 1. Tytuł filmu – myśl jak widz, angażuj użytkownika, przyciągnij uwagę

Nadając nazwę zamieszczanym na YouTube treściom, trzeba kierować się nie tylko wskazaniem SEO, ale również wziąć pod uwagę to, czego w sieci poszukuje potencjalny widz naszego kanału. Jeśli film jest nakręcony w HD, koniecznie wspomnij o tym w tytule.

Nie wszystkie wpisywane w Google frazy mają odpowiedź w formie filmów, dlatego najlepiej sprawdzać ręcznie siłę fraz. Algorytmy Google i YouTube różnią się od siebie, dlatego nie wszystkie tzw. mocne frazy Google będą się sprawdzały dla treści z YouTube.

Budując lub zmieniając tytuł i/lub opis filmu, użyj narzędzi, którymi zbadasz potencjał słów kluczowych:

- Planner Adwords,
- Keywordtool.io.

Krok: 2. Taguj filmy i stwórz atrakcyjny opis

Tagowanie to zwiększanie szansy na to, że Twój film znajdzie się w pasku bocznym: w proponowanych filmach (related video). Dlatego taguj filmy słowami powiązanimi z treścią filmu. Weź pod uwagę również to, czego będzie szukał Twój potencjalny widz, co wpisze w wyszukiwarkę. Pamiętaj o przymiotnikach, użytkownicy często wpisują frazy: np. śmieszne filmy z kotami.

Na opis filmu masz 5 tys. znaków ze spacjami – wykorzystaj je rozsądnie. Opis to nie tylko wskazówka dla użytkownika, ale też okazja dla robotów YouTube i Google do pozycjonowania filmu. Pierwsze linijki opisu powinny być przyjazne, użytkownik musi czuć się nimi zachęcony do kliknięcia. W opisie również trzeba pamiętać o słowach kluczowych. To też miejsce na umieszczenie istotnych dla kanału linków, np. do poprzedniego odcinka lub kanałów gości występujących w materiale, aktorów lub marek oraz ważnych linków do treści na Twojej stronie. Tworząc opis pamiętaj, że tylko 150 znaków ze spacjami będzie widocznych w wynikach Google natomiast 120 w filtrze YouTube. Wykorzystaj te znaki jak najlepiej, zachęć widza do kliknięcia, zareklamuj się i to co oferuje film. Jeszcze raz: pamiętaj o frazach!

Krok: 3. Wideo powitalne i przemyślane playlisty – zachęć widzów krótkim materiałem filmowym

Strona powitalna kanału powinna być czytelna i wyposażona w tematycznie posegregowane playlisty (pamiętaj, by miały status publiczny). Kafelkowa struktura playlisty ułatwia odszukiwanie interesujących widza treści. Niemożność

dotarcia do informacji szybko zniechęca użytkownika do całego kanału. Playlisty również powinny mieć opisy i tytuły zoptymalizowane pod kątem SEO. Czyli kolejny raz – pamiętaj o słowach i frazach kluczowych. Playlistę tworzysz dla wygody użytkownika, dlatego jeden film może znajdować się w kilku różnych grupach tematycznych. Playlisty są ważne, ponieważ również są widoczne w wynikach wyszukiwania na YouTube.

Linki do playlist powiązanych tematycznie warto umieszczać także w opisach pod filmami. Zwiększasz w ten sposób szanse na to, że użytkownik czytając opis filmu, skorzysta z innych treści w Twoim kanale. Jeżeli użytkownik nie znajdzie powiązanych tematycznie linków w opisie pod filmem, zainteresowany tematyką kliknie w podpowiedzi umieszczone przez Google z prawej strony, co może być równoznaczne z tym, że po obejrzeniu jednego filmu użytkownik opuści Twój kanał.

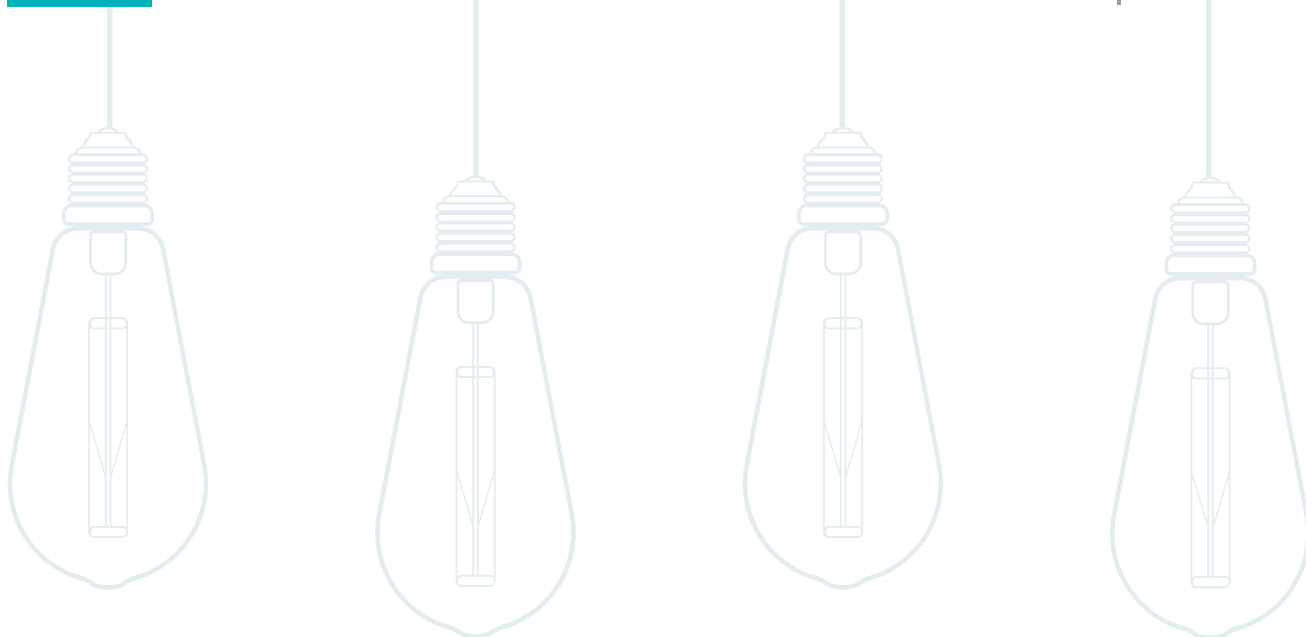
Krok: 4: Zachęcaj do interakcji, opinii, komentarzy, subskrypcji i like'ów

Liczba lapek w górę, udostępnień i komentarzy danego filmu zwiększa jego wartość. Zachęcaj do tego, prosząc widzów o opinie w filmie lub w opisie umieszczonym pod nim. Wyraż gotowość do uczestniczenia w dyskusjach, odpowiedzi na pytania lub wyjaśniania zagadnień związanych z materiałem lub Twoją osobą. Pamiętaj również, by na wszystkie komentarze odpowiadać. Bądź aktywnym twórcą i kontaktuj się ze swoimi widzami – oni to bardzo szybko docenią. Subskrypcje wpływają pozytywnie na pozycjonowanie kanału oraz wszystkich zamieszczanych na nim filmów, a subskrybent to też często aktywny widz, który chętnie wyraża swoje opinie. Liczba komentarzy pod filmem bezpośrednio przekłada się na wiarygodność i popularność kanału. Szanuj swoich widzów, umieszczaj materiały regularnie w równych – zaplanowanych odstępach czasu, dzięki temu będziesz bardziej wiarygodny, a widz poczuje się doceniony i będzie czekał na kolejny materiał.

Krok: 5. Wykorzystaj ekran końcowy i stwórz adnotacje

Ekran końcowy to miejsce, które często jest pomijane przez widza – po zaciemnieniu film może zostać wyłączony. Ciekawym sposobem na wykorzystanie końcowej planszy jest dodanie ciekawostki już po jej wyświetleniu. Najlepiej o niej wspomnieć w trakcie filmu, zachęcając do pozostania do ostatnich minut projekcji. Może to być konkurs, sensacja lub ciekawostka związana z treścią bieżącego filmu ewentualnie zapowiedź tego, co znajdzie się w kolejnym odcinku. Innym sposobem na wykorzystanie do maksimum czasu przeznaczanego na film jest umieszczenie planszy końcowej np. w prawym górnym rogu, kiedy w tle cały czas główny bohater coś mówi, robi, pokazuje. Problemem może być fakt, że filmy często wyświetlane są na małych ekranach smartfonów, przez co napisy końcowe i przycisk subskrypcji lub mogą być nieczytelne.

Karty i adnotacje pojawiające się w trakcie filmów, np. w formie odnośnika do innego filmu stworzonego przez Ciebie, to dodatkowa możliwość zatrzymania widza. Pamiętaj, by nie było ich za dużo, by nie utrudniały oglądania i były związane z omawianymi przez Ciebie tematami.



Sprawdź, ile możesz zyskać dzięki współpracy z Whites.

Skontaktuj się z nami

kontakt@agencjawhites.pl

tel. 22 114 00 04