

# Youtube, optimització de vídeo i estratègies per guanyar audiència

Capacitació Tecnològica per a Professionals i Empreses



## Barcelona Activa: Qui som?

Barcelona Activa, integrada en l'àrea d'Economia, Empresa i Ocupació, és l'organització executora de les polítiques de promoció econòmica de l'Ajuntament de Barcelona.

Des de fa 25 anys impulsa el creixement econòmic de Barcelona i el seu àmbit d'influència donant suport a les empreses, la iniciativa emprenedora i l'ocupació, alhora que promociona la ciutat internacionalment i els seus sectors estratègics; en clau de proximitat al territori.

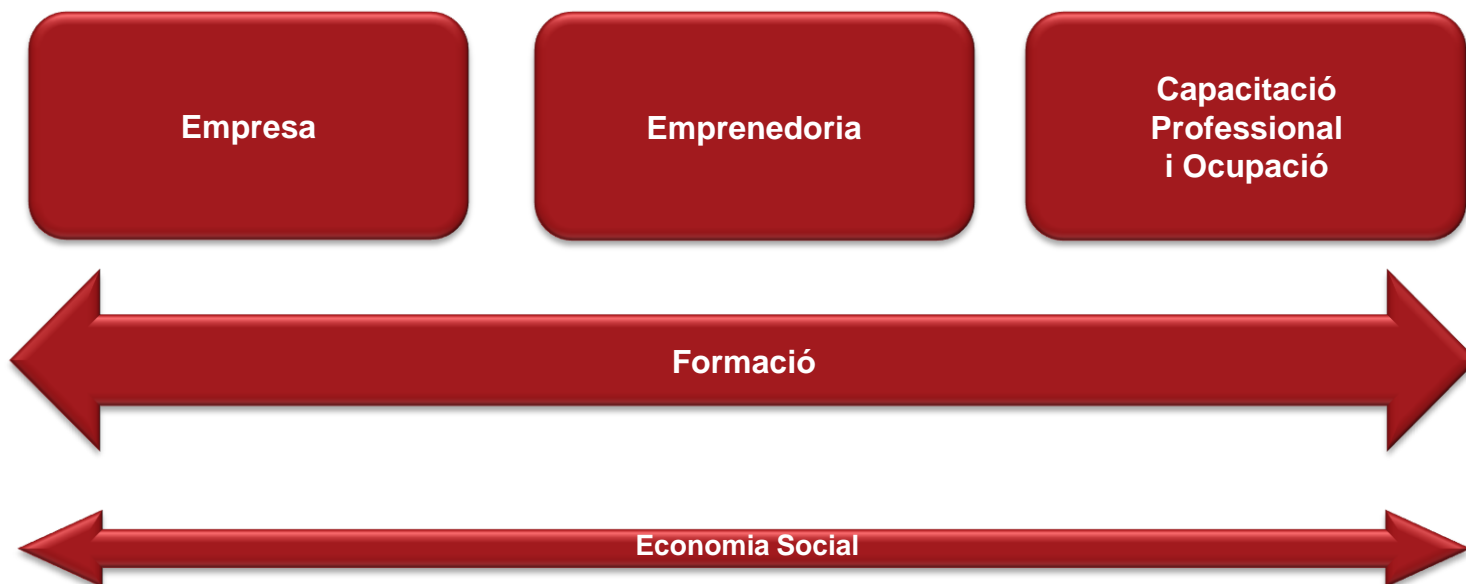


Barcelona Activa va ser guanyadora del Gran Premi del Jurat 2011, atorgat per la DG d'Empresa i Indústria de la Comissió Europea en el marc dels *European Enterprise Awards*, per la iniciativa empresarial més creativa i inspiradora d'Europa.



# Àrees d'activitat de Barcelona Activa

Barcelona Activa s'estructura en tres grans blocs de serveis a les **Empreses**, a l'**Emprenedoria** i a la **Ocupació**. La **Formació** és un instrument transversal present en els tres blocs, així com també tot el relacionat amb l'economia social.





# Una xarxa d'Equipaments Especialitzats



Seu Central



Centre  
Iniciativa Emprenedora



Incubadora  
Glòries



Almogàvers  
Business Factory



Parc Tecnològic  
BCN Nord



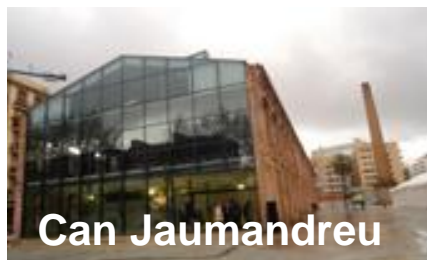
Centre  
Desenvolupament  
Professional Porta22



Cibernàrium  
MediaTIC



Convent  
de Sant Agustí



Can Jaumandreu



Ca n'Andalet

Xarxa de Proximitat

13 antenes Cibernàrium a biblioteques  
10 punts d'atenció en Ocupació



# Índex

- 1. El vídeo online, una tendència a l'alça**
- 2. Portals i xarxes al voltant del video**
- 3. Youtube**
  1. Youtube, la plataforma
  2. Beneficis de tenir un canal corporatiu a Youtube
  3. La interfície
  4. El canal
  5. El vídeo
- 4. Com popularitzar el nostre vídeo**
- 5. Medició de resultats**
- 6. Posicionament en Youtube**
- 7. Youtube com a eina de comunicació amb els potencials clients**



# 1. El vídeo online, una tendència a l'alça

El video és un format molt popular gràcies a la **millora en les connexions** a la Xarxa i l'**atractiu del format** per a tothom, i molt especialment per a les noves generacions.

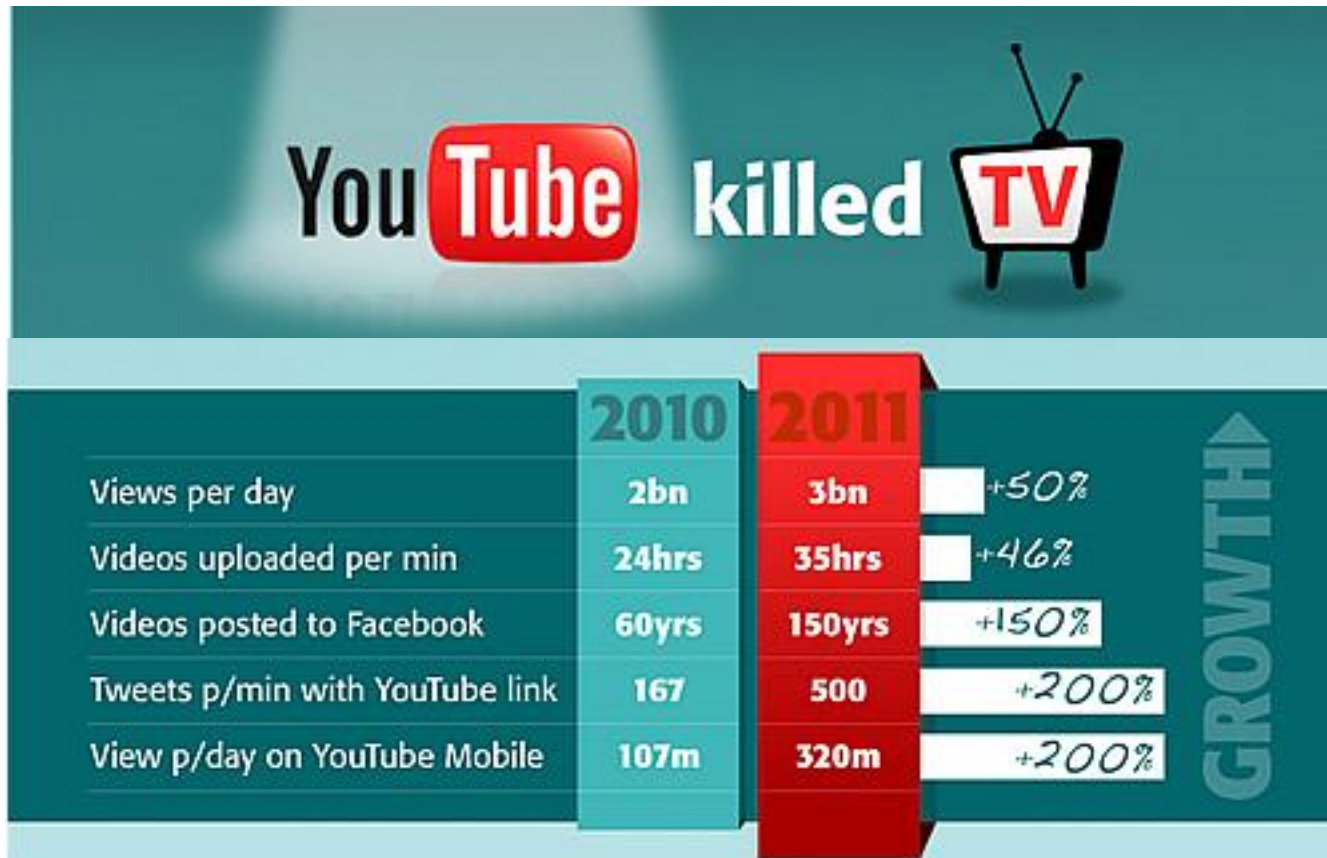
El **flash** (.flv) és el format més popular per vídeo → ràpides descàrregues en *streaming*.

Dades març 2011 (comScore Video Metrix):

- El **70%** dels internautes consumeixen vídeo online.
- En comparació a les dades de l'any anterior l'increment és del 50% (3.000<sub>1</sub> reprod./dia)
- **A Espanya** el percentatge és d'un **82,1%** → 36 min./espectador/dia.

El consum de vídeos online no para d'augmentar i aquesta tendència encara no ha tocat sostre. **Internet és avui en dia una plataforma audiovisual** amb un nombre de consumidors que s'apropa al de la televisió. I no s'ha de perdre de vista el seu **component viral** (són els continguts que més s'envien i recomanen).

Anem cap a una Internet audiovisual



Font: appmarket.tv (<http://www.appmarket.tv/opinion/1538-infographic-youtube-killed-tv.html>)



## 2. Portals i xarxes al voltant del video



### Comunitats amb video







## 3. 1. Youtube, la plataforma

Youtube és el segon cercador de la xarxa  
i la tercera pàgina més important del món

Youtube és font de referència i informació

+

la seva quantitat de visites

---

**Plataforma de marketing online** (vídeo marketing)

Una de les característiques de l'èxit de la comunitat de video de Youtube, és l'obertura del seu contingut a la **publicació en plataformes de tercers** (enllaçar i insertar, fins i tot en un punt determinat): Fòrums, Blogs, Xarxes socials, Webs ...

Què poden fer els usuaris a Youtube?



## Donar-nos d'alta

Hem de tenir un compte a GMAIL per donar-nos d'alta a Youtube.

**Nom**

**Trieu un nom d'usuari de Google**

@gmail.com

**Contrasenya**

**Confirmeu la contrasenya**

**Data de naixement**

**Sexe**



## 3.2. Beneficis de tenir un canal a Youtube

1. Youtube és un canal molt potent per a llançar o reforçar marques, productes o serveis.
2. El vídeo genera un contacte emocional amb l'usuari que el sedueix (proximitat, humanitat).
3. El vídeo és la manera més efectiva de vendre: augmenta la tasa de conversió.
4. Permet diferenciar-se de la competència.
5. El vídeo es recorda més que la resta de formats.
6. El format audiovisual és el més atractiu, i el vídeo ben fet genera credibilitat i confiança.
7. Youtube dona visibilitat a la xarxa perquè és el segon cercador d'Internet.
8. Si tenim moltes visites podem aconseguir ingressar via publicitat 1€ - 1,5€ per 1000 visites
9. Estar a Youtube millora el teu posicionament a Google:
  - Google indexa el contingut de Youtube
  - Google mostra els dos millors vídeos de Youtube en la seva pàgina de resultats
  - Youtube està ben posicionat (importància dels enllaços des de la descripció del vídeo)



## 3.3. La interfície de Youtube

YouTube ES

aferrerb

Favoritos 5 Ver más tarde 0 Me gusta 3 Historial 2 videos ejemplos 1

Gestor de videos Editor de video 3 Suscripciones YouTube Analytics 2 Bandeja de entrada 1 Configuración

**CONFIGURACIÓN DE LA CUENTA**

**Descripción general**

Compartir

Privacidad

Correo electrónico

Reproducción

**CONFIGURACIÓN DEL CANAL**

Funciones

Obtención de ingresos


Valores predeterminados

Programación in-video

**Descripción general** Guardar

Obtén ingresos con tus videos y aumenta tu audiencia. Conviértete ahora en partner de YouTube. Empezar X

**Información de la cuenta**

Nombre  aferrerb  
alejandraferrer.brotons@gmail.com  
Opciones avanzadas  
cambiar

Contraseña Cambiar contraseña  
Se te redigirá a la página de tu cuenta de Google.

Subidas móviles qrImin5jj6aq@m.youtube.com  
Para subir videos desde tu teléfono, envíalos a esta dirección. ¿Quieres especificar otra dirección? Haz clic aquí.

**Enlaces**

Descubre cómo promocionar tus videos



## 3.4. Youtube, el canal

El nom del canal el podem canviar un sol cop i determinarà la URL del nostre canal: [www.youtube.com/nom\\_canal](http://www.youtube.com/nom_canal)

The screenshot shows the YouTube channel page for 'El canal de iuris.doc'. The channel name is 'El canal de iuris.doc' with a 'Suscrito' button. It has 15 subscribers and 3215 video reproductions. The main video is titled 'Obre la porta al Nadal' with 198 reproductions. The video thumbnail shows the storefront of 'iuris.doc' with a play button overlay. The channel description is 'Continguts digitals | Contenidos digitales | Digital contents'. The channel is located in Spain and was created on 23/02/2009. There are social media links for iurisdoc.com, Twitter, Flickr, Facebook, Blog, LinkedIn, Pinterest, and Google+. The channel is part of the 'de iurisdocTV' group. There are also featured channels: 'patri moni Patrimoni.TV' with 369 subscribers and 'CELLERS Cellers' with 2 subscribers. Below the main video, there are two video lists: 'Hacemos natural lo digital' with 3 videos and 'Nuestro hábitat' with 14 videos.



## 3.5. Youtube, el vídeo

### La temàtica

- Una de les claus del nostre èxit: **Original i únic**
- **Evitar llenguatge publicitari**
- **Temàtiques**
  - Moda (LipDub d'UVIC)
  - Provocació
  - Recursos en vídeo / reportatges
  - Com fer alguna cosa
  - Darrera actualitat
  - Humor / Paròdia
  - Recopilacions

Exemple: Mentos y Coca Cola (<http://www.youtube.com/watch?v=hKoB0MHVBvM>)



## Durada i mida

1-2 minuts de durada

- **El límit és 15 minuts de durada o fins a 20 GB, tot i que es pot ampliar la durada.**
- El millor és treballar amb videos curts. Per a que sigui impactant 30 – 60 segons
- Videos didàctics o instructius: més minuts però sense abusar. Lo ideal són 2-3 min.
- A la gent li agrada la serialització d'un tema. Feu capítols si el que voleu explicar necessita més de 2 minuts.



## El format

- **Format de vídeo:** H.264, MPEG-2 o MPEG-4 preferiblement
- **Format d'imatge:** format d'imatge original sense format apaïsat (exemples: 4:3, 16:9).
- **Resolució:** es recomana 640x360 (16:9) o 480x360 (4:3)
- **Format d'àudio:** MP3 o AAC preferiblement
- **Durada màxima:** 15 minuts (recomanem 2-3 minuts)
- **Mida del fitxer:** 20 GB

**El format que millor resultat dona** en l'actualitat és vídeo convertit a MPEG4 amb àudio MP3 a una resolució de 640x360 (16:9) o 480x360 (4:3) / HD 1920 x 1080 o 1280 x 720

Audio i vídeo d'alta qualitat

**Més informació i dubtes:** AJUDA de Youtube > Cerqueu “Formatos de archivo admitidos”





## Pujar un vídeo a Youtube

1. Pujar el vídeo de mostra
2. **Omplir els camps** del formulari de pujada de vídeos **amb criteri SEO**

El nom de l'arxiu de vídeo ha de ser ric en paraules clau separades per guions

- **Títol:** màxim 50 caràcters inclosos espais en blanc. Paraula clau + imp. Estratègies p.13
- **Descripció:** URL al principi i 8 línies màx. de resum dividides en petits blocs. Incloure les paraules clau del títol 2 o 3 cops.
- Etiquetes o **Tags:** paraules clau separades per comes. Posar també el teu nom i el de l'empresa/producte.
- Categoria
- Privacitat
- Opcions per compartir: URL i Embed
- Configuració Avançada

Eines per a triar les paraules clau: [Herramienta de palabras clave](#). Exemple: cerveza artesana.



## El *thumbnail* o *detalle*

- Imatge nítida
- Clara
- Atractiva
- Preferiblement una imatge o cara d'una persona
- Evitar les imatges de component sexual perquè poden ser motiu de penalització.

**Video Thumbnail**



Choose a video still from above to represent your video in search results and other displays. You can choose a different still image by clicking on it.  
Note: it can take up to 6 hours for your image to be updated.



El canal és la **porta d'entrada als subscriptors i la nostra targeta de presentació a Youtube** com a usuaris actius i contributius amb vídeos produïts i creats per nosaltres mateixos.

El canal és personalitzable a nivell gràfic i d'estructura

Ex:

- <http://www.youtube.com/user/iurisdocTV/featured> (màxima personalització possible sense ser partner).
- <http://www.youtube.com/user/tv3> (és partner --> més personalització)

Si un canal disposa de molts vídeos s'han d'organitzar per **llistes de distribució** -> millora usabilitat. El nom de les llistes ha de ser clar, curt i ric en paraules clau.



## 4. Com popularitzar el nostre video

### Abans de pujar el video

#### Crea una base de subscriptors i contactes Com?

- Comentant altres vídeos.
- Realitzant vídeo-respostes als vídeos d'altres usuaris, especialment aquells amb un bon nombre de seguidors, o que tenen un bloc. Relacionat amb ells. (Encara que alguns no accepten vídeo-respostes).
- Mantingues converses amb els teus subscriptors i visitants a través de comentaris.
- Respon a les seves subscripcions o comentaris amb un missatge o comentant en els seus propis vídeos.

**Fes amics a Youtube, no esperis a que ells et trobin**



## Després de pujar el video

### Fora de Youtube

- Embeu el vídeo en el teu bloc o web i intenta que altres blocaires també ho facin.
- Posteja el vídeo en fòrums relacionats amb la temàtica del vídeo (sense SPAM).
- Publica'l en fòrums i perfils a MySpace que permeten la inserció de vídeo, és un bon lloc per fer aportacions de qualitat insertant del nostre vídeo de Youtube.
- Publica'l a la xarxa social en què participis (sempre el codi de youtube).
- Si disposes d'un mailing list envia'l.
- Utilitzar el correu electrònic per a popularitzar-lo entre els nostres amics o clients.

### Dins de Youtube

- Envia missatges als teus contactes o butlletins.
- Envia com vídeo de resposta a un vídeo popular relacionat amb la temàtica.
- Posiciona el teu vídeo a Youtube.

**Aconsegueix el màxim feedback possible**



## Claus de l'èxit

### El vídeo

- Temàtica
- Originalitat
- Creativitat
- Autenticitat
- SEO

### La distribució

- Intensitat de la distribució (48 primeres hores).
- Dins i fora de youtube
- Mesurar l'impacte (Analytics de Youtube)



# 5. Medició de resultats

Gestor de vídeos Editor de vídeo Suscripciones YouTube Analytics Bandeja de entrada Configuración

### Vista general

Descargar informe

Contenido: Paisatges  
Área geográfica: Buscar ubicaciones  
Intervalo de fechas: Desde siempre ... 31

**Paisatges**  
VIDEO Fecha de subida: 05/02/2010 - Duración: 0:25 - Reproducciones totales: 91

Desde siempre hasta hoy (05/02/2010 – 20/11/2012)

#### Rendimiento

<p><b>91</b> Reproducciones</p>	<p><b>24</b> Minutos de reproducción estimados (Nuevo)</p>	<p><b>0</b> Número neto de suscriptores</p>
-------------------------------------	--	---

#### Interacción

<p><b>0</b> Me gusta</p>	<p><b>0</b> No me gusta</p>	<p><b>0</b> Comentarios</p>	<p><b>0</b> Vídeos compartidos</p>	<p><b>1</b> Favoritos añadidos</p>	<p><b>1</b> Favoritos eliminados</p>
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--	--	--

#### Datos demográficos

**Regiones geográficas principales**  
España

**Sexo**  
● Hombre No disponible  
● Mujer No disponible



## 6. Posicionament en Youtube

El teu vídeo ha de complir les expectatives dels usuaris que estan cercant amb una paraula o frase clau.

Youtube organitza els resultats de les cerques en funció de:

- Títol
- Descripció
- Etiquetes
- Visualitzacions
- Nombre de M'agrada
- Nombre de comentaris
- Enllaços externs cap al vídeo
- Nombre de subscriptors tant al vídeo com al canal
- Les vegades que s'ha compartit i insertat el vídeo
- Si ha estat censurat
- Formar part d'un canal amb moltes visites, vídeos i subscripcions
- Edat del vídeo





Youtube pertany a Google, així que moltes de les claus de posicionament són compartides:

- Si hi ha molta competència inclou **paraules clau més específiques**. Ex: “seguros coche” no i “seguros baratos para jóvenes” sí (3/4 paraules). Primer penseu en una o més paraules clau, i després feu servir l'eina de paraules clau de Google per a cercar una bona combinació de paraules clau. En el camp de les paraules clau afegiu aquestes frases per les que penseu que la gent pot cercar el vostre contingut entre cometes.
- Repetir la paraula clau un parell de cops al títol si és possible.
- **Inciteu la gent** perquè us faci comentaris i respongueu sempre els comentaris.
- Pujar vídeos a Youtube de manera regular millora el seu posicionament.
- Inclou a la descripció paraules clau relacionades amb les principals i repeteix 2 o 3 cops les paraules clau principals que has fet servir al títol.
- La utilització de paraules clau dins els camps de la fitxa ha de ser natural perquè en cas contrari es pot penalitzar (spam).

Font: David Cantone en [“SEO para Youtube: Como optimizar y posicionar tus vídeos”](#)



# Youtube com a eina de comunicació amb els potencials clients

Youtube és una **plataforma de màrqueting** online molt potent per a donar a conèixer o reforçar marques, productes o serveis (corporatius o personals).

**El vídeo** en línia és un dels **mitjans més impactants per a la promoció empresarial a la Xarxa**. Fidelitzar els nostres clients o potencials clients als nostres vídeos pot ser una bona estratègia de màrqueting.

Plataforma ideal per atraure tràfic a la teva web o blog.

## Com fer-ho?

1. Genera **continguts de valor i qualitat** per als teus potencials clients. Els continguts han d'estar relacionats amb el teu sector i activitat, doncs, cerquem atreure tràfic qualificat.
2. **Posiciona** el contingut a Youtube.
3. **Promociona'l** a Youtube i a la xarxa.



# Conclusions

- 1. Els continguts són el mitjà per a connectar amb l'usuari:** qui són els vostres clients potencials i actuals? Què pot interessar-los? Després procureu donar-li-ho en el vostre canal. Fes vídeos per ajudar els teus clients sobre temes relacionats amb el teu negoci.  
  
El contingut és informatiu, entretingut i útil pels clients?
- 2.** Transmetre autenticitat i realisme reforça la credibilitat i són aspectes que agraden als usuaris.
- 3. No promociones directament res** en el vídeo: la gent no ho suporta. Envia la gent a la teva web o blog per a intentar convertir-los allà en clients.  
  
Poseu un **link al vostre web en un lloc visible** (la descripció) i al final del vídeo feu una crida a l'acció: posar l'adreça en la última pantalla del vídeo, una anotació....molt discret. El vídeo ha de tenir una intenció: Fes un CALL TO ACTION.
- 4.** Afegiu **subtítols** per a fer els vostres vídeos més accessibles ([CaptionTube](#))
- 5.** Els vídeos han de ser curts, entretinguts i únicament hem de donar un missatge per vídeo.
- 6. Pujar regularment vídeos** per a transmetre els usuaris innovació i activitat.
- 7. Ajudeu a la gent a trobar els vostres vídeos** mitjantçant la utilització correcta de les paraules clau en tots els camps.
- 8. Promocioneu-lo dins i fora de Youtube**
- 9. Mesureu l'impacte** i analitzeu la informació a través de l'Analytics de Youtube.

Barcelona **a**ctiva



Ajuntament  
de Barcelona

[bcn.cat/barcelonactiva](http://bcn.cat/barcelonactiva)  
[bcn.cat/cibernarium](http://bcn.cat/cibernarium)