

YouTube

35 Optimisations



35 Optimisations

Avant propos

Merci de respecter la **confidentialité** de ce document et de ne **pas le diffuser**.

Les informations contenues dans le présent document restent la propriété de l'auteur et il est interdit d'en reprendre ou diffuser tout ou partie sans son autorisation écrite. L'auteur a fait de son mieux pour donner une information fiable, actuelle et pertinente. Cependant, il ne pourra être tenu responsable pour les résultats qui pourraient survenir ou pas de l'application des conseils, exercices, et modèles décrits dans ce document.



Amicalement,

Thomas GASIO

Bonus : YouTube : 35 optimisations

Préparation du projet de vidéo : quelle stratégie ?

- Identifier les mots clés les plus recherchés en rapport avec votre sujet de vidéo
- Définir l'action souhaitée de votre audience à la fin de la vidéo
- Estimer la durée et voir si il possible de créer plusieurs vidéos à intervalle de publication régulière

Structure du contenu et durée de visionnage d'une vidéo

- Un contenu bien structuré de qualité et engageant pour maintenir l'attention : la durée de visionnage est un critère de référencement à ne pas négliger
- Une accroche efficace présentée dès les 8 premières secondes
- Un teasing régulier sur un élément très intéressant ou une ressource gratuite à venir juste après
- Placer des mots clés dans votre script vidéo
- Un appel à l'action précis pour offrir un contenu gratuit en complément de la vidéo, un accès à une démo...
- Encourager à commenter/aimer/s'abonner « Comme d'habitude, si vous avez aimé cette vidéo, cliquez sur "J'aime" et partagez cette vidéo. Abonnez-vous à ma chaîne pour (donner une raison, exemple : ne pas manquer mes prochaines vidéos sur...) »

Mise en ligne : Le champ Titre

- Placer le **mot clé principal** en premier suivi de **mot(s) clé(s) dérivé(s)**. Par exemple, « Comment **référencer une vidéo sur YouTube** ? 7 secrets de **Vidéo SEO** »
- Composer un **titre accrocheur** pour plaire principalement aux humains et non seulement aux robots d'indexation 😊
- Inutile de chercher à « sur-optimiser » en surchargeant le titre de plein de mots clés
- Inutile de répéter plusieurs fois le même mot-clé dans le titre

Mise en ligne : Le champ Description

- Fournir une description très riche sur le contenu de votre vidéo, au moins 300 caractères
- Insérer le plus haut possible dans la description le lien cible si vous proposez une ressource complémentaire à télécharger sur votre site (recommandé pour optimiser la conversion entre YouTube et la page ciblée)
- Encourager à laisser un commentaire sous la vidéo
- Disperser vos mots clés tout en écrivant un texte naturel (inutile de surcharger de mots clés ou répéter plusieurs fois votre mot clé principal)
- Rappeler le lien URL de la vidéo et rappeler le lien de votre site Internet ou lien vers vos profils sociaux (Facebook, LinkedIn...)

Mise en ligne : Le champ Tags

- Limiter le nombre « tags » à votre mot clé principal et quelques mots clés dérivés. Dans notre exemple ci-dessus, vous pouvez construire des tags comme par exemple « comment référencer une vidéo »
- Rappeler le nom de votre chaîne pour tenter d'apparaître dans les vidéos suggérées
- Pour un interview : rappeler le nom de la personne interviewée

Rétention de l'audience : voir plusieurs vidéos en une session

- Dans le champ Description ou via les Annotations ou la fonction « Contenu Sélectionné » (dans la section Chaîne de votre espace Creator) : indiquer des liens vers d'autres vidéos complémentaires sur votre chaîne
- Encourager à regarder une autre vidéo pendant le tournage
- Penser à une construction en épisode. Soit dans le titre, exemple : « Les gammes de blues - La Minute Piano #2 » ou « Apprendre les gammes de blues 2/3 » ou encore « Leçon Piano Blues n°2 - Les gammes en LA ». Soit dans le script vidéo, par exemple : « La semaine prochaine je vous montrerai... » ou encore « Dans notre prochaine vidéo, nous verrons... »

Plus de vues sur la vidéo

- Faire la promotion de la vidéo auprès de votre liste
- Partager la vidéo sur vos réseaux sociaux
- Intégrer la vidéo sur votre blog
- Intégrer la vidéo dans un article invité d'un blog plus influent
- Poster un commentaire intéressant sur d'autres vidéos similaires sur YouTube en rappelant l'URL de votre vidéo
- Poster le lien vers votre vidéo accompagné d'un commentaire pertinent sur des blogs ou forums sur un article ou question en lien avec votre vidéo

Plus d'abonnés à votre chaîne

- Avoir une « end-card » attractive : une vue en fin de vidéo avec un élément graphique « S'abonner » : il est possible de rendre cette zone cliquable avec une « Annotation Spotlight »
- Ajouter un « filigrane de branding » (Menu « Branding » dans la section Chaîne de l'espace Creator) : un petit icône personnalisable qui apparaît sur toutes vos vidéos pour s'abonner directement à votre chaîne.
- Avoir une chaîne YouTube attractive : une belle bannière, des playlists (catégories de vidéos) bien organisée et une bande annonce qui encourage les visiteurs à s'abonner.
- Dans le champ Description d'une vidéo : rappeler le lien vers votre chaîne ou un lien direct pour s'y abonner
- Ajouter sur les pages de votre site/blog une petite bannière pour s'abonner directement à votre chaîne (voir tutoriel dans votre espace membre)