

CÓMO POSICIONAR NUESTROS VÍDEOS DE



*Escrito por
Jose Galán.
Autor del blog <<Cosas
sobre Márketing
Online>>*



Cómo posicionar nuestros vídeos de YouTube, de Jose Galán, se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento -No Comercial- Sin Obra Derivada 3.0 Unported License.



Se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre y cuando se cite el nombre del autor y de su blog, www.josegalan.es.

Toda modificación total o parcial y la reventa de esta obra, por cualquier medio, están estrictamente prohibidas.

Copyright © 2014.

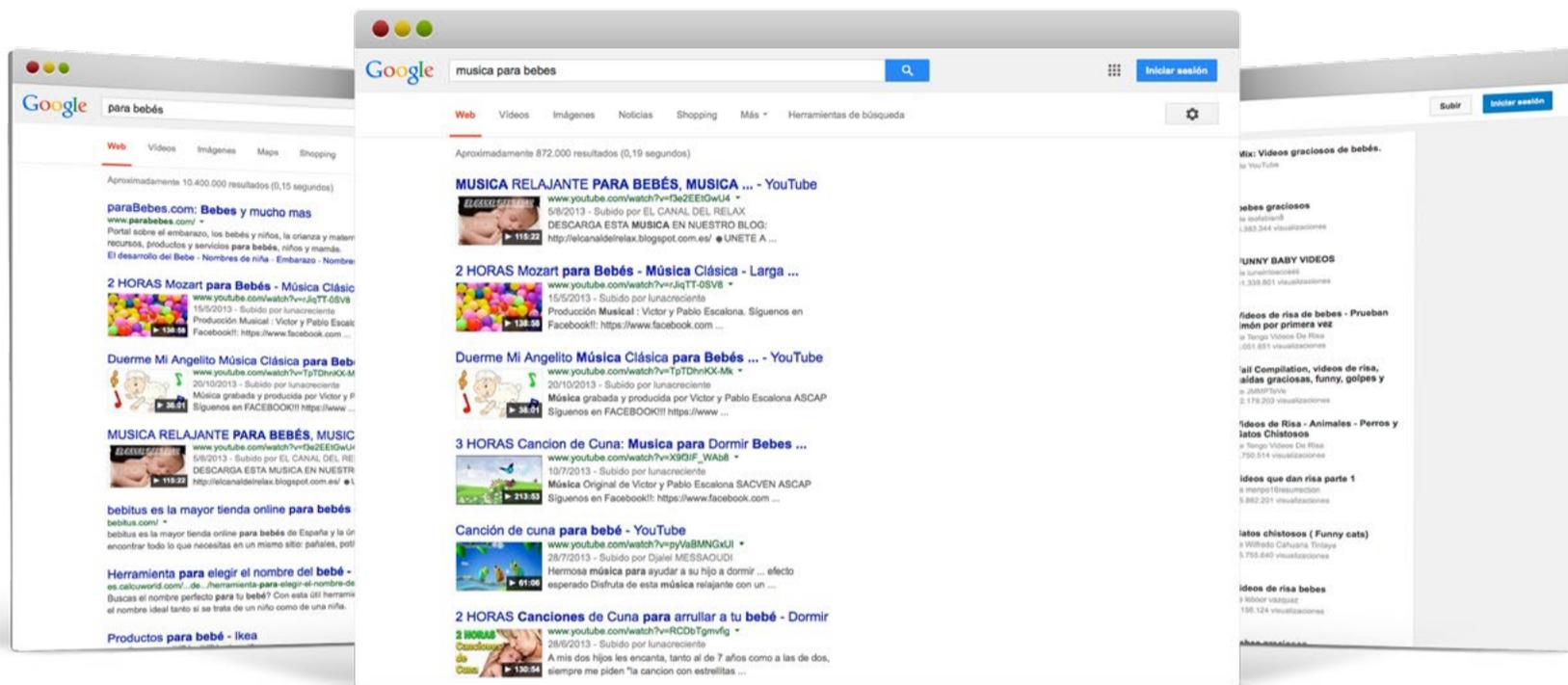
CÓMO POSICIONAR NUESTROS VÍDEOS DE



ÍNDICE

- 4 ¿En qué consiste YouTube?
- 5 Buscando los mejores temas. Palabras clave
- 8 Formatos del vídeo
- 9 ¿Qué título poner a nuestro vídeo?
- 10 Campos de descripción, etiquetas y miniaturas
- 12 Canal
- 13 Difundir el vídeo
- 14 Vídeos en búsquedas locales
- 15 Medir con YouTube Analytics

¿EN QUÉ CONSISTE YOUTUBE?



You Tube

YouTube es la red social de vídeos por excelencia. Creada en febrero de 2005 por tres antiguos empleados de PayPal, fue adquirida por Google en octubre de 2006 a cambio de 1.650 millones de dólares. En la actualidad, es el sitio de vídeos más utilizado en Internet y Google le otorga cierto privilegio en los rankings de posiciones en sus búsquedas. Solo hay que buscar términos como «*canciones para bebés*», «*vídeos para bebés*» o incluso «*bebés*» para comprobar cómo multitud de vídeos inundan las primeras posiciones del buscador.

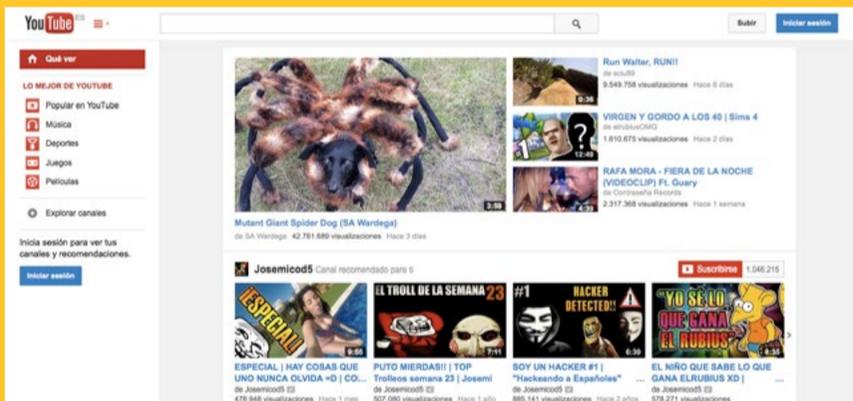
- Cómo posicionar nuestros vídeos de YouTube
www.josegalan.es

BUSCANDO LOS MEJORES TEMAS. PALABRAS CLAVE

Antes de nada, tenemos que investigar cuáles son los términos por los que los usuarios buscan en Google o en el propio buscador de YouTube.

Como en cualquier trabajo de posicionamiento orgánico, para este buscador debemos fijarnos en las **palabras clave** que queremos posicionar, las búsquedas mensuales que tienen y la competencia por esa keyword, y con esta información nos podemos hacer una pequeña idea de si va a resultar sencillo o complicado colocar nuestro vídeo en los primeros puestos de Google.

Herramientas para localizar palabras clave:



Buscador de YouTube

Una de las opciones más sencillas es visitar el propio buscador de YouTube e introducir algunas de las palabras que queremos investigar. Automáticamente, el buscador nos sugerirá otra serie de términos o frases en función de lo que escribamos.

Grupo de anuncios (por relevancia)	Palabras clave	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia
Canciones Cuna...	canciones de cu...	380	Baja
Canciones De N...	canciones de na...	610	Baja
Nanas Bebes (20)	nanas para bebe...	5.670	Baja
Bebe Letra (29)	canciones para ...	290	Baja

Planificador de palabras clave de Adwords

Para localizar términos relacionados con nuestro negocio, nada mejor que la herramienta de palabras clave de Google Adwords. Para poder emplearla, debemos tener una cuenta en el programa de Google Adwords y, a continuación, solo tenemos que insertar las palabras por las que queremos aparecer en los resultados. Este programa nos devolverá sugerencias de keywords, número de búsquedas mensuales y competencia de cada palabra.

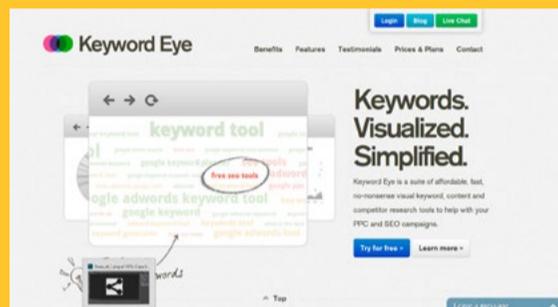
BUSCANDO LOS MEJORES TEMAS. PALABRAS CLAVE



Übersuggest

Übersuggest es otra web donde podemos nutrirnos gratuitamente de palabras clave que pueden interesarnos. Simplemente hemos de introducir los términos que nos interesan y la web nos devolverá un listado bastante útil.

A continuación, mostramos un vídeo de ejemplo del uso de Übersuggest:



Keyword eye

Keyword Eye es otra web donde podemos realizar búsquedas para términos relacionados con nuestro negocio de forma gratuita. Resulta muy sencilla de usar: solo tenemos que ir a la web e indicar varios parámetros, y Keyword Eye nos devolverá unos cuantos resultados que podemos utilizar.

Se puede ver su uso en el siguiente vídeo:



SEMrush

SEMrush posee una de las mayores bases de datos de palabras de Google, por lo que podemos utilizarla para extraer palabras clave que posteriormente se emplearán para el proyecto web.

A continuación, se muestra una guía sobre su uso.



- Cómo posicionar nuestros vídeos de YouTube
www.josegalan.es

BUSCANDO LOS MEJORES TEMAS. PALABRAS CLAVE



Mergewords

Mergewords es una web que nos permite combinar de forma rápida una lista de palabras clave.



Google Keyword Suggest Tool.

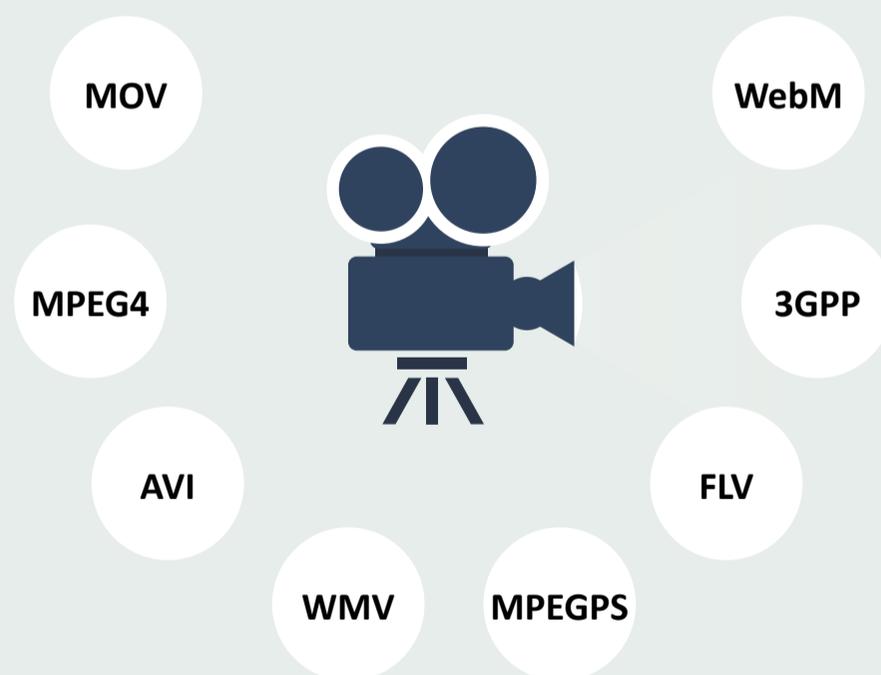
Esta web de Seochat puede resultar muy útil porque posibilita la extracción de información solo de YouTube, la cual posteriormente podemos aprovechar para tener sugerencias de temas para nuestros vídeos.



FORMATOS DEL VÍDEO

En primer lugar, hay que procurar que el vídeo que vayamos a subir a esta plataforma tenga unos niveles mínimos de calidad, tanto de imagen como de audio. Lo más recomendable es que el vídeo esté en alta definición (HD). Podemos incluir el logotipo de nuestra empresa en él de forma que no moleste al resto de elementos visuales o añadirlo al principio o al final del vídeo.

Los formatos de vídeo que admite YouTube son:



¿QUÉ TÍTULO PONER A NUESTRO VÍDEO?

A partir del estudio de palabras clave realizado previamente, debemos poner el mismo título al vídeo que la palabra clave que queremos posicionar. Por ejemplo, si buscamos posicionar el término «fontaneros Madrid», conviene titular el vídeo de la misma forma. Esto se puede hacer de dos formas: como por defecto en YouTube aparecerá como título el mismo nombre con el que estaba nombrado el archivo, bien se nombra el vídeo que tengamos con la palabra clave a posicionar o, una vez completada la subida del vídeo, se cambian las palabras en la zona de «Título».



Haz clic en "Publicar" para publicar el vídeo.

Información básica Obtención de ingresos Configuración av

Título

Descripción



CAMPOS DE DESCRIPCIÓN, ETIQUETAS Y MINIATURAS

En los campos de **descripción** y **etiquetas**, debemos incluir las palabras clave que queremos posicionar.

Descripción:

En este campo hay que introducir las palabras clave que queremos destacar. Si se trata de un negocio, es recomendable añadir también los datos de contacto, como el teléfono, la web o el e-mail. Asimismo, podemos incluir un enlace a la web de nuestro negocio y así derivar visitas a esta. Respecto a la extensión de palabras en este campo, es aconsejable añadir un texto de unas 400 palabras o más, pues una descripción larga será más beneficiosa para posicionar el vídeo.

 Introduce un título.

Incluye las palabras clave, datos de contacto, teléfono, web, email. Si es un post, enlaza el artículo.]



Cuando el vídeo aparece en los resultados de búsqueda, suelen mostrarse también las primeras palabras, por lo que no hay que olvidar poner algún término concreto de nuestro negocio.



CAMPOS DE DESCRIPCIÓN, ETIQUETAS Y MINIATURAS

Etiquetas:

Esta parte es muy importante. Hay que introducir las palabras clave por las que queremos posicionar el vídeo; si están compuestas por dos o más términos, conviene separarlas por comas, como en el siguiente ejemplo:



PROCESO TERMINADO

Haz clic en "Publicar" para publicar el vídeo.

Información básica Obtención de ingresos Configuración avanzada

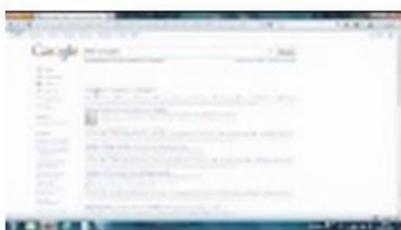
Animation

Descripción

Etiquetas (p. ej.: Albert Einstein, gatitos, comedia)

Consejo

Incluir sinónimos y palabras clave relacionadas en las etiquetas.



Miniaturas:

Cuando subamos nuestro vídeo, YouTube tomará por defecto una imagen de un fotograma como muestra. Es importante comprobar que nuestro vídeo esté correctamente representado por esa miniatura, y si no es así, cambiarla.

Es fundamental configurar correctamente los datos del canal. Aparte del nombre, podemos añadir fotografías, imagen de fondo, descripción y elegir un vídeo con impacto que sirva de presentación para usuarios no suscritos.

Nuestro canal de YouTube va a funcionar como una página web. Se le asignará una autoridad y, cuanto mayor sea, más fácil será si subimos vídeos a un canal con influencia que a uno nuevo. Para ganar reputación en el canal de vídeos, influirán factores como la antigüedad, el número de vídeos subidos, la frecuencia de subida, el número de suscriptores, las visualizaciones totales, los «*Me gusta*», los comentarios y los enlaces que puedan tener nuestros vídeos o si han sido insertados en otras páginas.

Truco para aumentar nuestro número de suscriptores.

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Yamimuc3'. The channel banner features a red circle with 'Y3' and the text 'GRAPHIC Y3 DESIGN'. The channel name 'Yamimuc3' is displayed with a subscriber count of 3,890. The main video is 'iPhone 5s Gold 32GB Unboxing' with 2,099 views. Below it, a section titled 'Videos subidos' shows a grid of recent uploads: 'iPhone 5s Gold 32GB Unboxing', 'iOS 7 Design Analyse | Meine Meinung zu Apples neuem...', 'Apple Keynote / WWDC 2013 Livestream', 'WWDC Apple Keynote 10 - 14 Juni | Meine Erwartungen an...', and 'Speedart | iOS 7 music player concept Re Design'. A sidebar on the right lists 'Meine Top Kanäle' and 'Canales populares en YouTube'.



En este punto entra en juego lo que se conoce como **SEO Off Page** o acciones que se pueden realizar para que nuestro vídeo se haga más popular.

Debemos compartir el vídeo en todas las redes sociales —Twitter, Facebook, Google Plus...— para que los usuarios interactúen con él, y provocar visitas para aumentar el número de visualizaciones, los «*Me gusta*» y los comentarios. De estos últimos podemos extraer mucha información para futuros vídeos, por lo que es importante contestarlos.

Todo esto provocará que nuestro vídeo sea más popular e irá escalando puestos en los rankings de búsqueda.

Link building

Como en toda página web, los enlaces que generamos a los vídeos van a favorecer mucho su posicionamiento, por lo que resulta muy recomendable trabajar esta parte e intentar ganar algún link desde otros sitios de Internet. Esto lo podemos hacer a través de dos vías: crear un link directo de texto a la url que se genera de nuestro vídeo en YouTube o insertar el vídeo en otra página web mediante un `iframe`, lo que se denomina «*embeber*» un vídeo. A continuación, podemos tomar la información del código desde la zona «*Compartir/Insertar*»:



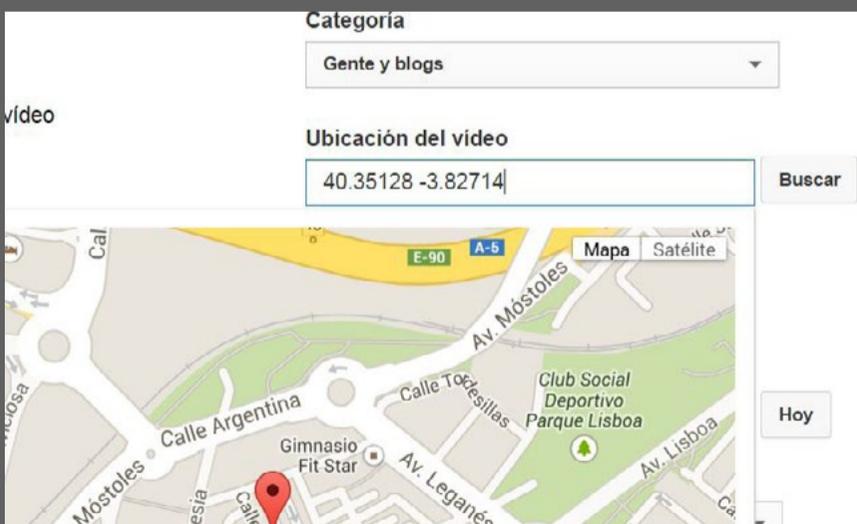
Esta última técnica también sumará visualizaciones a nuestro contenido cuando se reproduzca el vídeo en otra página. Finalmente, podemos comprobar si nuestro vídeo ha sido insertado en otras webs desde la zona de YouTube Analytics, ubicaciones de reproducción.

- Cómo posicionar nuestros vídeos de YouTube
www.josegalan.es

VÍDEOS EN BÚSQUEDAS LOCALES

Si hay un sitio donde funciona bastante bien el posicionamiento para vídeos con YouTube es en las **búsquedas locales**. Si tenemos un negocio, sería importante invertir recursos en la elaboración de un vídeo para intentar posicionarlo en los buscadores.

La competencia en estas búsquedas suele ser más baja de lo habitual, ya que el número de búsquedas por «*negocio más localidad*», sobre todo si es una población no muy grande, no tendrá muchas búsquedas, aunque lo bueno de ello es que el usuario está bastante enfocado. Por ejemplo, si buscamos «*cerrajeros Torreldones*» es porque con mucha probabilidad tengamos que hacer uso de ese servicio y con cierta premura.



Funciona muy bien para servicios de urgencia, como cerrajeros, fontaneros, asistencia general al hogar, aunque también podemos aplicar esta técnica si tenemos un negocio físico. Para posicionar nuestro vídeo por localidad, es muy importante rellenar el campo «*Ubicación del vídeo*» en la sección de «*Configuración avanzada*» cuando subamos o editemos el vídeo: buscar la localidad o calle en concreto, pulsar en «*Buscar*» y arrastrar el marcador rojo hasta el punto correcto de la zona en la que queramos ubicarlo.

MEDIR CON YOUTUBE ANALYTICS

La evolución de los vídeos se puede seguir desde la sección **YouTube Analytics**. Desde aquí podemos ver el rendimiento del canal con diversos datos de nuestros vídeos, como visualizaciones, minutos reproducidos, interacciones del público, datos demográficos, regiones geográficas desde donde se ven nuestros contenidos, fuentes de tráfico y otros datos interesantes que nos guiarán a la hora de adaptar y elaborar contenidos futuros.

Últimos 28 días (17/08/2014 – 13/09/2014)

Rendimiento



VISUALIZACIONES

219 ▲



MINUTOS DE VISUALIZACIÓN ESTIMADOS

319 ▼



INGRESOS ESTIMADOS TOTALES *

\$0,46

