

¿Cómo optimizar mi canal de YouTube?

data/social



HubSpot
GOLD
CERTIFIED AGENCY
PARTNER

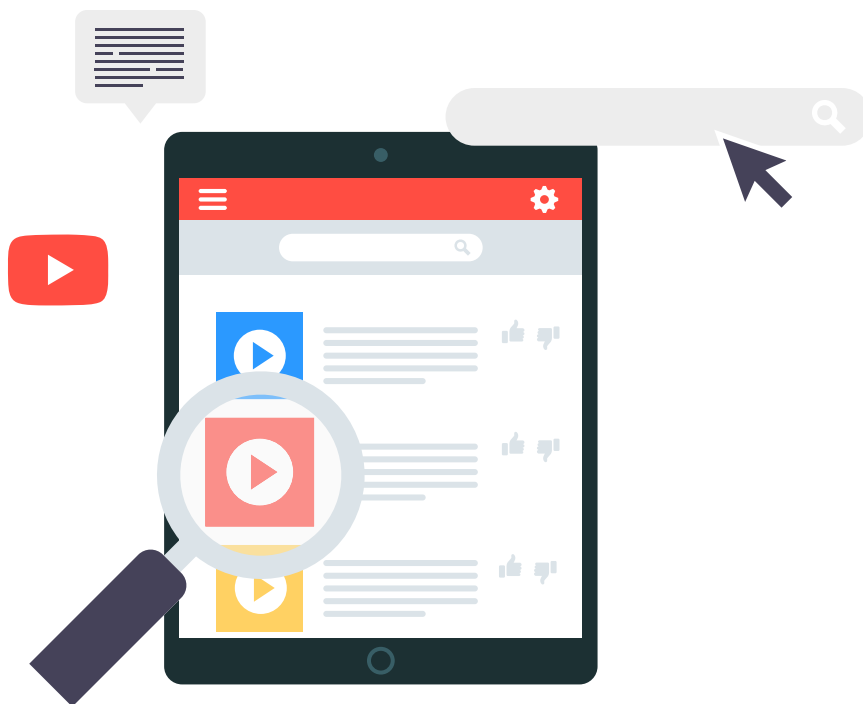
¿Cómo optimizar mi canal de YouTube?

INDICE

1. ¿Por qué debes hacer SEO en Youtube?	...Pag. 3
2. Primeros pasos: optimiza tu canal	... Pag. 5
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del canal • Descripción • Imágenes • Vídeo destacado • Enlaces a RRSS • Organización vídeos: las playlist • Verificación canal 	
3. A TENER EN CUENTA: Factores clave en el posicionamiento	... Pag. 9
<ul style="list-style-type: none"> • Link Building 	
4. LOS METADATOS	... Pag. 11
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué son los metadatos? • Títulos de los vídeos y keyword research (complementar) • Descripciones, tag description, tag title • Etiquetado 	
5. LAS MINIATURAS (thumbnail)	... Pag. 16
6. Data/consejos	... Pag. 17

¿Por qué debes hacer

SEO en Youtube?



Esta guía recopila los primeros pasos que han de darse en la puesta en marcha de un canal de YouTube. Aprende a optimizar las estrategias de Video Marketing de cara al posicionamiento orgánico. Te contamos los puntos más relevantes que habrá que abordar para implementar la estrategia SEO en la red social de vídeo más famosa del mundo.

Desde data/social, consideramos como obligatorio que tus vídeos aparezcan en el primer espacio destinado a los resultados de búsqueda orgánica. Esto reportará awareness, reconocimiento de marca y tráfico que permita la consecución de tus objetivos.

Y para que todo esto cobre sentido, empezamos describiendo brevemente el por qué es tan necesario establecer una correcta implementación SEO en YouTube.

Esta red se ha convertido en el segundo buscador a nivel mundial por detrás de Google. Es por ello que, si has decidido crear un canal, debes optimizarlo de la misma manera que optimizas tu blog o página web para que aparezca en los primeros resultados de la SERP.

Entonces, ¿debo esforzarme en el SEO en YouTube? Sí, claro, por supuesto, afirmativo... Será la manera en que los usuarios te sigan, tu estrategia en el canal comience a dar sus frutos y casi la única manera de tener relevancia para el buscador.

Como ocurre con el SEO tradicional en las páginas, este no ofrece resultados de inmediato. El posicionamiento orgánico requiere un trabajo continuado en el tiempo pero que nos aporta grandes resultados a medio y largo plazo.

Hay que tener en cuenta que si optimizamos de manera correcta nuestro canal de YouTube y los vídeo que subamos, obtendremos gran cantidad de tráfico de calidad. ¿A qué nos referimos con esto?

Obtención de tráfico pasivo:

Si, más vale ponerse la cara colorada una vez que ciento amarillo. Si los esfuerzos que hemos hecho, se han hecho bien, obtendremos un flujo de usuarios a nuestro canal constante, a diferencia de la publicidad que en el momento en el que se deje de hacer ya no nos visitarán.

Gratis:

Otro punto que se diferencia respecto a la publicidad. Si nos posicionamos bien, YouTube hará que recibamos usuarios todos los días. La palabra gratis, siempre mola.

Posibilidad de crecimiento real:

El SEO en la web está más extendido y generalizado que en Youtube. Con unas pocas buenas prácticas aplicadas correctamente lograremos posicionarnos por encima de la competencia.

Por tanto, si has decidido comenzar tu estrategia de video marketing queremos ayudarte a dar el primer paso para que puedas exprimir el canal y alcanzar los objetivos de posicionamiento que te hayas marcado.

Primeros pasos:

optimiza tu canal

2.1 Nombre del canal

La primera impresión cuenta y mucho. Elige un nombre para tu canal, debe ser apropiado, cercano y que se identifique con tu marca.

Es muy importante, nos ayudará a crear branding y una identidad de marca de cara a la comunidad. Como marca podemos optar por el nombre de tu empresa o compañía o bien por algo más creativo pero que siempre sea fácilmente identificable con tu marca y sus territorios.

2.2 Descripción

Podrás detallar la temática del canal en la pestaña de 'Más información de mi canal' dentro de "personalizar canal". No olvides incluir palabras clave y no superes la extensión de 300 palabras.

The image shows a screenshot of a YouTube channel page for 'Compartir en familia Santillana'. The channel has 23 subscribers. The banner features the text 'SABER MÁS SOBRE LA EDUCACIÓN DE TUS HIJOS' in large white letters on a background of hands holding a child. A red arrow points from the top of the page down to a blue button labeled 'PERSONALIZAR CANAL' in the channel header area. To the right of this button is another button labeled 'VERSIÓN BETA DE YOUTUBE STUDIO'. Below the channel header, there are navigation tabs: INICIO, VÍDEOS, LISTAS DE REPRODUCCIÓN, CANALES, COMENTARIOS, and MÁS INFORMACIÓN. The main content area shows a video titled '¿Qué es Compartir en Familia? | Compartir en Familia' with 2,838 views. To the right, there are sections for 'CANALES DESTACADOS' and 'CANALES POPULARES' listing channels like 'Las Ratitas', 'Badabun', 'MikelTube', and '#Refugio Mental'.

2.3 Imágenes

Lo ideal es que sea el logotipo de la marca y de una dimensión de 200 x 200 px.

La imagen de portada debe ser atractiva y descriptiva de la empresa, fácilmente asociable y reconocible. En este caso se recomiendan imágenes de 2.560 x 1.440 px.

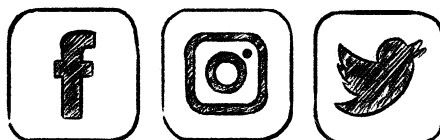
2.4 Vídeo destacado

Si alguna vez has tenido que hacer un video CV o tu carta de presentación en este formato, entonces te sonará. Si, es recomendable que para tu página principal crees un vídeo único y exclusivo que sirva como presentación del canal mostrando lo que más pueda interesar de él a los usuarios.

No tiene por qué ser muy largo, 30 segundos bastarán.

2.5 Enlaces a RRSS

Enlaza todas tus redes sociales y blogs. Si comunicas a tus seguidores sobre contenido nuevo que has subido aumentarás la posibilidad de que lo vean y puedan compartir. Además estarás haciendo link building.



Enlaces

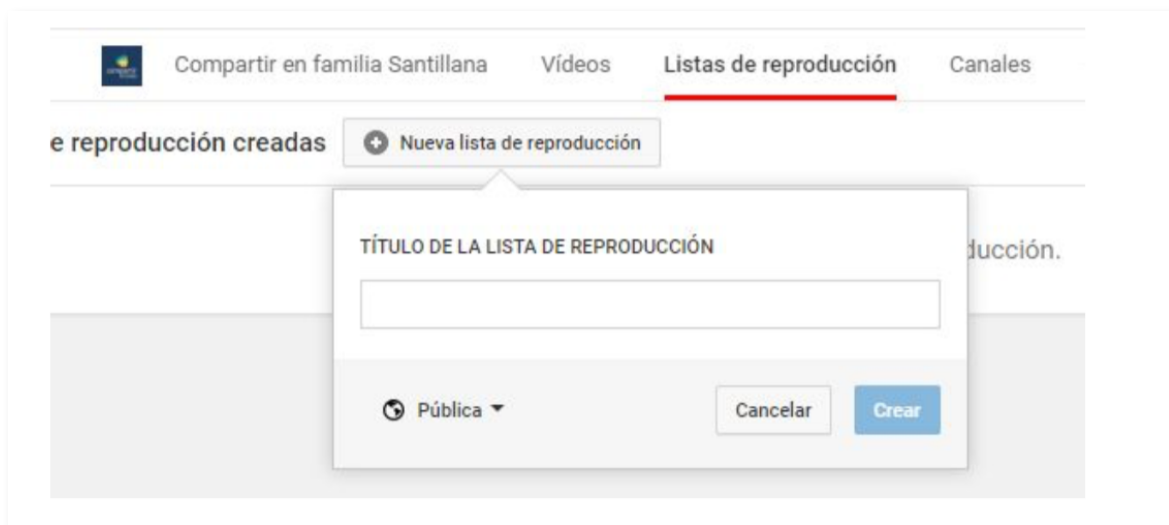
ENLACES PERSONALIZADOS

Superponer los primeros enlaces personalizados en la cabecera del canal

Facebook	https://www.facebook.com/compartirfamilia/	
Twitter	https://twitter.com/compfamilia	
Web	https://www.compartirenfamilia.com/	

2.6 Organización vídeos: las playlist

Se tendrán que crear playlist de nuestros videos por diferentes temáticas. De esta manera Google nos identificará mejor, nuestro canal lucirá como debe ser y además contribuirás a una buena usabilidad de tu canal para que los usuarios naveguen y encuentren el contenido sin problema. Además estarás aumentando el tiempo de permanencia de los usuarios en nuestro canal casi el doble.



Ejemplos:

[La tecnología y los adolescentes | Compartirenfamilia](#)

[Psicología positiva en tus hijos | Compartirenfamilia](#)

[Situaciones embarazosas con tus hijos | Compartirenfamilia](#)

2.7 Verificación canal:

Tiene sus ventajas ya que obtendremos una serie de privilegios.

Subir vídeos de duración superior a 15 min (aunque parezca mentira, en YouTube, cuantos más largos mejor).

Poder incluir anotaciones de nuestros vídeos de otras páginas.

Streamings.

Poder impugnar reclamaciones de Content ID.



A tener en cuenta

factores clave en el posicionamiento

3.1 Calidad del contenido

YouTube tiene muy en cuenta el tiempo total de visualización de tus videos para posicionarte mejor. Por lo tanto, debes cuidar el contenido que haces siendo relevante y de calidad.

La calidad de tu contenido ha de ser objetivo número 1 para retener a la audiencia y acumular tiempo de reproducción.

CTR (Click Trough Rate)

Es la tasa de clics en tus vídeos. Cuando un vídeo recibe muchos clics es un factor que YouTube tiene muy en cuenta para posicionarlo.

Ahora bien, evita los clickbaits o trampas de clics, con copys o imágenes muy atractivas que inciten a clicar pero que el contenido del video no tenga nada que ver con ese copy o sea un contenido muy pobre o de baja calidad.



Visualizaciones

El número de visualizaciones, como es obvio cuenta. Cuantos más suscriptores cuente el canal, es lógico que el número de visualizaciones también aumente.

YouTube quiere convertirse en una especie de TV online, por lo que ahora valora mucho el tiempo total acumulado de la visualización de nuestros vídeos.

Comentarios, 'Subscribes' y 'Shares'

YouTube no deja de ser una red social, y por ello toda la aportación humana es premiada por el buscador. Si alguien deja un comentario en tu vídeo ,sea bueno o malo, es porque ha causado un impacto y por tanto te ayudará a posicionar. Desde luego, habrá que propiciar que los comentarios sean positivos con un contenido de calidad para que tu marca se beneficie de ello.

Para que esto ocurra es fundamental cuidar, dinamizar y atender la comunidad: contesta comentarios, dudas , agradece los elogios y no entres en conflictos con tus usuarios más 'haters'.

Ten en cuenta que si los usuarios comentan o dan me gusta, seguramente acaben por suscribirse y/o compartir los vídeos. Y eso aumentará tu posicionamiento.

¿La mejor manera de conseguir suscriptores? Indícales que lo hagan al final del vídeo si el contenido les ha gustado.

Todo esto, lo veremos más adelante en el apartado 'cómo mejorar el engagement de tus vídeos'.

Link Building

Si tu contenido es compartido por los usuarios que lo consumen, YouTube pensará que tus vídeos son buenos e interesantes para el resto de la comunidad, por tanto aumentará la relevancia de tus vídeos y se posicionarán mejor. Si aportas valor al usuario tanto Google como YouTube mejorarán tu visibilidad.

¿Qué son los metadatos?

Exactamente son los: títulos, descripciones y etiquetas de tu vídeo. Así como las palabras clave que describen y optimizan nuestro contenido.

The infographic is divided into two columns. The left column contains three sections: 'Estrategia' with a target icon, '¿Por qué funciona?' with a star icon, and 'Cómo conseguirlo' with a list icon. The right column contains three sections: 'Tiempo invertido' with a clock icon, 'Impacto' with a star rating, and 'Efecto' with a list icon. Each section has a title and a brief description.

Estrategia
Escribe descripciones, etiquetas y títulos optimizados para tu contenido.

¿Por qué funciona?
Los metadatos ayudan a YouTube a indexar tu contenido y son fundamentales para generar reproducciones procedentes de resultados de búsqueda y de vídeos sugeridos.

Cómo conseguirlo
Utiliza palabras clave y formatos optimizados al escribir metadatos para tus vídeos.

Tiempo invertido
Mínimo
Entre 0 y 5 minutos

Impacto
★★★★★ 5 de 5

Tipo de optimización
 Preproducción Producción
 Publicación Postpublicación

Efecto
Tráfico de búsqueda, reproducciones, tráfico de vídeos sugeridos y suscriptores

¿Es importante optimizarlos?

- Son fundamentales para el posicionamiento, ya que ayudan a YouTube a indexar nuestro contenido y a los usuarios a encontrarlo en toda la plataforma.
- Son clave para que nuestro contenido pueda aparecer en los resultados de búsqueda y en los vídeos sugeridos. Y por tanto, para conseguir visitas y suscriptores al canal.
- Gracias a los títulos, los usuarios y sistemas de YouTube tendrán más claro de qué va nuestro contenido, por lo que deberemos incluir palabras clave relevantes que lo describan. También es importante tener en cuenta que **los títulos y las miniaturas son elementos complementarios** que trabajan conjuntamente para contar de manera coherente la historia de nuestro contenido.

Tenemos que hacernos esta pregunta: si el título y la miniatura de nuestro vídeo aparecieran en una búsqueda, ¿harías clic en ellos?

Para que todo esto tenga sentido debemos:

- Incluir palabras clave relevantes y descriptivas cerca del inicio del título. Para encontrar estas palabras clave podremos ver los resultados que arroja el autocompletado del buscador, algo muy sencillo y gratuito
- Seremos breves al redactar los títulos para que no tengamos que acortarlos porque contengan demasiados caracteres.
- Presenta el contenido de manera precisa, ya que los títulos confusos pueden provocar una disminución en el número de espectadores, lo que tendría un impacto negativo en la audiencia y el tiempo de reproducción.
- Procura que los títulos refuercen el objetivo de las miniaturas correspondientes. Ambos deben contar una historia coherente que invite al usuario a hacer clic en el vídeo.
- Actualiza los títulos para que sigan siendo relevantes y no dejen de generar reproducciones con el paso del tiempo.

Vídeos sobre “consejos”

Los videos que tengan que ver con consejos sobre usos de la tecnología, alimentación, etc...los meteremos con el siguiente título:

Verbo “Ver” + Consejos para un uso responsable del móvil
 + MARCA;
**Indicar que Marca debe ir en mayúscula*
 Ejemplo: Ver consejos para el uso del móvil en adolescentes – COMPARTIRENFAMILIA

Otros ganchos que podemos usar son palabras como ‘consejos’, ‘como’, ‘errores’, ‘ventajas

- Consejos para el uso del móvil en adolescentes | COMPARTIRENFAMILIA
- 5 consejos para el uso del móvil en adolescentes | COMPARTIRENFAMILIA
- Errores en el uso del móvil en adolescentes | COMPARTIRENFAMILIA



Descripciones, tag description, tag title

Como ocurre con el título, el campo de descripción es un elemento más que valioso para que los espectadores y los sistemas de YouTube entiendan el objetivo de nuestro contenido. Solo aparecerán las primeras líneas de la descripción en los resultados de búsqueda o en la sección visible de la página de visualización, así que deberemos poner más atención en estas palabras.

- Describe el contenido de manera precisa en tres frases breves como máximo, que aparecerán en la parte visible de arriba.
- Incluye en tu descripción palabras clave relevantes que puedan facilitar la búsqueda de contenido.
- Podemos incluir elementos que amplíen la experiencia de usuario:
 - Llamadas a la acción que animen a la suscripción
 - Vídeos relacionados
 - Listas de Reproducción
 - Vincular nuestro contenido con otros vídeos o canales que quieras compartir o recomendar
 - Enlaces a tu blog, web o redes sociales...
- Importante: si añades en la descripción bloques de palabras clave o metadatos engañosos estarás infringiendo las Condiciones de Servicio de Youtube.

Etiquetado

Las etiquetas son palabras clave descriptivas que ayudan a los sistemas de YouTube a poner tus vídeos al alcance de nuevos espectadores.

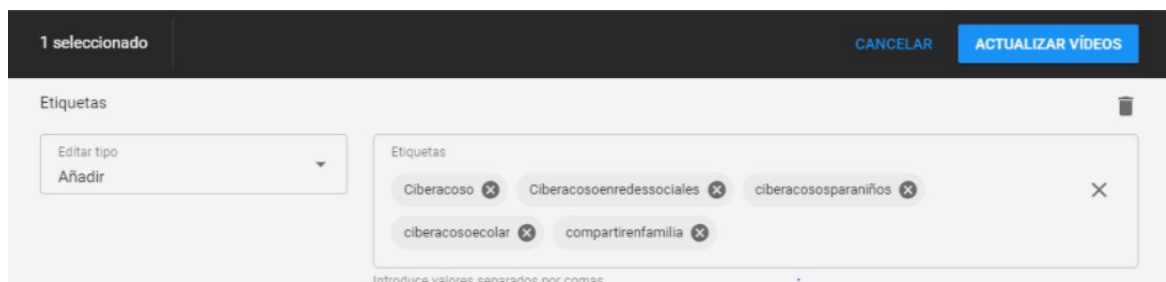
Crea etiquetas exclusivas que resuman los temas principales del vídeo, el destino, actividades... (por ejemplo: Educación en las aulas, tecnología responsable, vida saludable en casa, etc.).

También es posible incluir un conjunto de etiquetas estándar que puedan aplicarse a todos tus vídeos y que expliquen el contenido de tu canal (por ejemplo: educación, tecnología, aprendizaje, etc.).

Data/consejo: *espía las etiquetas de tu competencia para saber cómo posicionan y además incluye en tus etiquetas tu nombre de canal. Haciendo esto facilitarás que tus vídeos aparezcan en los vídeos relacionados de la columna derecha.*

Cada vídeo debe contener palabras clave específicas y relevantes del contenido. Añadelas de forma natural y no añadas miles de etiquetas.

- Coloca las etiquetas siempre por orden de relevancia:
 - Las más importantes al principio y las más genéricas al final. Este punto es muy importante para el posicionamiento del vídeo.
- El espacio para las etiquetas es limitado, por lo que debes seleccionar lo fundamental y más destacado.
- Las etiquetas deben ser breves (una o dos palabras es lo recomendable), precisas y concretas.
- Las palabras clave que utilices en el título también debes incluirlas en las etiquetas del vídeo.
- Haz uso de las comillas (") para representar etiquetas con varias palabras.



Las miniaturas

(thumbnail)

Estrategia
Crea miniaturas de tus vídeos personalizadas y de alta calidad que representen fielmente el contenido.

¿Por qué funciona?
Las miniaturas actúan como minipósteres de marketing de tus vídeos, ya que atraen espectadores a tu contenido y los convencen para que hagan clic en tus vídeos.

Cómo conseguirlo
Diseña y sube miniaturas personalizadas para tus nuevos vídeos. Actualiza las miniaturas de los vídeos de tu archivo.

Tiempo invertido
Moderado
Menos de 1 hor

Impacto
★★★★★ 5 de 5

Tipo de optimización

<input type="radio"/> Preproducción	<input type="radio"/> Producción
<input checked="" type="radio"/> Publicación	<input type="radio"/> Postpublicación

Efecto
Tráfico de búsqueda, reproducciones y tráfico de vídeos sugeridos

Directrices

Las miniaturas se muestran en diferentes tamaños y formatos en toda la plataforma y fuera de ella. Asegúrate de utilizar una imagen **nítida y potente** que **llame la atención** sea cual sea su tamaño.

- **Alta resolución clara y centrada** (640x360 píxeles como mínimo con un formato de imagen de 16:9)
- Imágenes brillantes y con alto contraste
- Primeros planos de rostros
- Imágenes visualmente atractivas
- Imágenes bien enmarcadas y con buena composición
- Primer plano destacado sobre el fondo
- Buena visualización a tamaño grande y pequeño
- **Imágenes que representen fielmente el contenido**
- **Diseña miniaturas que refuercen el título de tus vídeos:** asegúrate de que, en combinación, le den una idea coherente al espectador de lo que va a ver.

data/consejos

- **Todos los videos** del canal de Youtube deben disponer de **títulos marketizados**.
- Escribir **metadatos** completos y detallados que sigan formatos y estrategias de **palabras clave**.
- Comprobar que el **título** tiene un máximo de **60 caracteres**.
- Comprobar que las **descripciones no** tienen **más de tres líneas**.
- Crea y sube una **miniatura atractiva** de alta resolución, con gancho, de efecto wow...
- **Revisa** el vídeo subido y los metadatos publicados para comprobar que todo sea correcto.
- **Optimiza** los metadatos y el branding de tu canal, **crea** secciones para organizar el contenido y un **tráiler del canal**, y emite contenido a los suscriptores a través del feed.
- Utiliza publicaciones del canal e indica que te gusta un vídeo para publicar tu contenido en el feed e incluir vídeos de otros canales.
- Pasa el vídeo de oculto a público cuando tenga 2000 reproducciones, se posicionará mejor.
- Transcribe tu vídeo para que sea más localizable por Google, esto además añadirá valor para gente que tenga problemas de audición. Pero ¡jojo! si el video también está en tu blog, procura que la transcripción sea diferente ya que si no Google lo detectará como contenido duplicado.

¡Muchas gracias!

data/social

