



Чек-лист по YouTube



Создание канала, оптимальная настройка:

- ☐ Имя канала должно быть привлекательным и соответствовать характеру выкладываемого контента
- ☐ В разделе «О канале» присутствует соответствующее общему характеру канала информация (описание), присутствуют ссылки на связанные аккаунты
- ☐ Собраны ключевики, по которым будет продвигаться канал
- ☐ На баннере канала имеется ссылка на ваш сайт и соц. сети
- ☐ Аккаунт Youtube привязан к Google Analytics
- ☐ Во вкладке «Каналы» приведены похожие на ваш или рекомендуемые вами каналы
- ☐ Разрешена функция «Показывать в видео аннотации и оповещения»
- ☐ Канал на Youtube связан с главным сайтом, имеется значок такой связи - подлинности
- ☐ Разрешена функция «Отображать мой канал в рекомендациях других каналов»
- ☐ URL имеет простой вид - ЧПУ, то есть является человеко-понятным
- ☐ Канал имеет лого
- ☐ Канал на Youtube выполнен в одной общей стилистике
- ☐ Фоновая картинка канала хорошо смотрится, как на компьютере, так и на телефоне/планшете



Видеофайл до загрузки:

- ☐ Собрать семантическое ядро по продвигаемым запросам
- ☐ Вставить ключевое слово в название видеофайла. Например: «seo_продвижение.mp4». Используйте совместимые с Youtube форматы
- ☐ В «Свойстве» видеофайла укажите его имя, тему, комментарии, теги, категории и т.д. с использованием ключевых слов
- ☐ Видео длиной 2-3 минуты улучшают поведенческий фактор, так как такие видео обычно смотрят до конца
- ☐ Видеофайл должен иметь высокое качество

После загрузки:

- ☐ Добавить ключевое слова в заголовок видео.
Длина заголовка не должна превышать 60 символов. Иначе он может обрезаться
- ☐ Длина описания может варьироваться.
Однако без кнопки «Еще» отображается только около 100 символов
- ☐ Описание видео должно быть понятным целевой аудитории и не слишком длинным
- ☐ В описании должно присутствовать вхождение ключевых слов.
Оно должно быть релевантным содержанию, иначе Youtube может ограничить показ видео
- ☐ Если вы продвигаете сайт, то в описание можно разместить ссылку на него и призыв к действию. Ссылка должна располагаться в начале описания
- ☐ В конце описания можно добавить название видео и ссылку само на себя.
Это увеличивает вероятность получения обратных ссылок
- ☐ Добавьте стенограмму видео для тех, кто смотрит без звука.
В нее также нужно вставить ключевые слова



- ☐ Добавьте в свое видео титры, выделив ключевые слова
- ☐ Также для удобства в описание нужно добавить тайм код с использованием ключевых слов
- ☐ Также в описании можно использовать теги (10-15 штук). Они должны соответствовать содержанию видео и его тематике. Хештеги можно взять с околотематичных популярных каналов
- ☐ В дополнительных настройках можно отнести свое видео к определенной категории. Что поможет ему появляться среди похожих видео
- ☐ Загрузите собственное изображение для ссылки на результат вашего видео. Максимальный размер файла: 2МБ, рекомендуемый размер изображения: 1280 x 720, формат: JPG, GIF, BMP, PNG. Превью-картинка видео должна соответствовать содержанию вашего видео
- ☐ Заголовок на превью должен быть ярким и быть продающим. Он должен легко считываться. Проверьте на всех устройствах
- ☐ Для повышения популярности канала используйте

В первое время после загрузки видео:

- ☐ Поставьте лайк под новым видео
- ☐ С помощью специальных сервисов пропингуйте свое видео, используя ключевые слова. Это поможет поисковикам быстро его проиндексировать
- ☐ Рассказать о выходе нового видео в социальных сетях. Особенно в Twitter, Facebook и VK
- ☐ Отвечайте на комментарии так, чтобы их автор вернулся и продолжил дискуссию. Благодарите за положительные комментарии



Продвижение видео:

- ☐ Google Adwords можно использовать для прямой рекламы на самом Youtube
- ☐ Чтобы попасть в «Тренды», необходимо набрать не меньше 50 000 просмотров в течение часа после публикации
- ☐ Так же этому способствует активность пользователей, большой % вовлечения в первое время после залива, хороший CTR видео баннера
- ☐ Размещение информации о выходе нового ролика в соц. сетях также способствует продвижению
- ☐ Еще один способ продвинуть свой ролик – реклама у тематических инфлюенсеров (подарки, спонсорство, продакт-плейсмент, совместное видео)



Еще больше полезной
информации на www.rbk.money