

[YouTube](https://ythunder.com/)的订阅人数绝不是一个“虚荣指标”，如果你能够吸引到更多的订阅者，也就意味着你将在这个全球第二大搜索引擎的视频平台上获得更多的自然流量。

而且，如果你的目标是靠[YouTube](https://ythunder.com/)变现，则必须达到一定的用户量级才能“解锁”更多盈利功能。例如，你至少需要1000名订阅者才能成为[YouTube](https://ythunder.com/)增加YouTube观看次数：[ythunder.com](https://ythunder.com/)

合作伙伴并开始获得广告收入。

即使你只是单纯地想为品牌做数字营销，而不想成为[YouTube](https://ythunder.com/)红人，订阅者仍然非常重要。

因为在[YouTube](https://ythunder.com/)用户每天观看的10亿个小时视频中，有70%是由[YouTube](https://ythunder.com/)算法决定的。这意味着当你的订阅者数量增加，并为你带来一定的点击量、观看时长和参与度时，你触达新用户的概率就会提高。

但是，如何使看过你视频的用户都能够成为订阅你[YouTube](https://ythunder.com/)频道的粉丝呢？

下文中提到的各种做法，其可操作性由简单到复杂。而且，你不要抱着一劳永逸的心理，一次性能够解决所有问题，而是在每次发布新视频的时候，运用上其中的一个技巧，或者每周实施一个。

**免费获得**[**YouTube**](https://ythunder.com/)**粉丝的16个技巧**

**1、要求观众订阅你的频道**

要求用户订阅你的频道无非是再简单不过的方法了，有时你需要做的只是一个及时的提醒而已。红色的订阅按钮通常很难被忽略，但是你可能还需要提醒用户点击订阅按钮旁边的“铃铛”图标，以打开消息提醒，以便在你发布新视频时，他们能够及时地进行观看。

如果这两点你都做到了，不要忘记添加一个订阅说明，告诉用户订阅你的频道之后，他们能够得到什么。

另外，在向用户“求关注”时，你要注意选择合适的时机。例如，在你提供了有用的信息或者让他们发笑之后及时出击。而且，不要过于频繁地请求关注，否则很容易引起人们的反感。

**2、在视频末尾预告你接下来要制作的视频**

用户会选择订阅你的[YouTube](https://ythunder.com/)频道，证明他对你的内容抱有期待。如果你的内容很合他的胃口，刚看完一个视频的用户肯定希望能够看到更多。

你可以在视频末尾宣传你的下一个视频，并明确说明为什么下期视频不容错过，这是鼓励人们订阅的有效方式。

这种做法需要注意的就是内容的排期，你需要对你要制作的内容有个良好的掌控力。

**3、与你的观众进行互动并结交朋友**

如果你能够通过回复评论和“回关”（以形成互相关注的关系）来与观众建立密切的联系，那么他们可能会更愿意持续关注你的作品。

而且，如果你有幸得到红人（大V）的关注或者评论，请牢牢把握这个机会，试图与他建立合作关系，因为，毕竟风水轮流转，没准未来你会比他更红，所以这种互帮互助的做法，何乐而不为呢？你甚至可以打入“红人社区”，以获得更多的推广资源和渠道。

而且，一旦你与粉丝之间形成良性互动，你其实可以从他们的评论中汲取到很多的创作灵感。

**4、更新你的频道图片**

每个点进你[YouTube](https://ythunder.com/)频道的人都会看到你的横幅图片，可谓是一个“门面担当”。

你的横幅图片必须简练、与品牌基调相符且具有足够的视觉吸引力，并且已针对所有设备进行了优化，否则一些你想传达的细节可能会被各种社媒按钮所遮盖。（时尚杂志Vogue的示例）

**5、缩略图要体现品牌特色**

视频缩略图，即视频封面是一张1280px x 720px的静态图，这是除了视频标题外，你能够吸引人们点击你视频的大好机会。

你需要思考的是，新访客访问你的视频主页时，能得到什么样的第一印象？是井然有序、专业还是扑面而来的好品质。

但无论如何，你需要透过所有的缩略图向访客明确传达你的品牌形象，例如使用相同的字体、相同的配色或相同的构图，使人们下意识地知道他们正在看的是你频道中的视频。

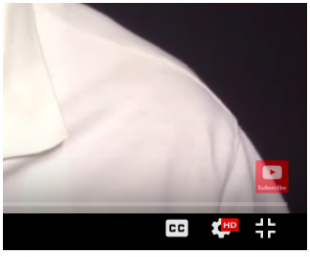
**6、将视频植入到你的网站或博客中**

在你的网站上植入视频不仅能够很好地利用谷歌算法来提升你的网站搜索排名，而且，就[YouTube](https://ythunder.com/)订阅者而言，在正确的位置植入相关性高的视频，对本身就对相关内容感兴趣的他们来说，他们会更愿意订阅你的频道以关注你其他的内容。

**7、在视频中使用**[**YouTube**](https://ythunder.com/)**工具**

结束屏幕：指的是当前播放视频结束（[YouTube](https://ythunder.com/)的算法自动播放下一个视频）前，视频末尾的静止图片，你可以在这时候提醒人们订阅你的频道或插入其他的号召性用语。

品牌水印：这是另一种订阅按钮，即使用户处于全屏观看模式，你的水印也会悬停在视频上，如图所示：



**8、巧用播放列表**

设计合理的播放列表是帮助你增加频道观看时长的好方法。比较推荐的几种播放列表形式如下：

•聚合你的精选内容

•推荐与当前视频相关或类似的内容

•视频分为上下集/系列视频

•按主题/产品系列分类

总之，要设法让人们有兴趣连续点击你的多个视频，在你频道内停留更长的时间，并愿意为了关注你后续的内容订阅你的频道。

**9、举办竞赛/抽奖**

如果你想在短期内提高参与度，或者想突破订阅人数过于稳定、止步不前的现状，那么你可以考虑举办一场[YouTube](https://ythunder.com/)竞赛。

要注意的两点包括：一是设置对你的受众有吸引力的奖品，二是强调参赛方式必须要订阅你的频道并打开消息提醒。

**10、设置“百万粉丝福利”感恩放送**

当你的订阅人数达到了一个漂亮的整数时，你可以与你的粉丝一起庆祝，并向其表示感谢，甚至可以推出“百万粉丝福利”之类的回馈。

**11、持续定期地发布视频**

关于视频的发布频率，通常情况下，初期你可以每周发布一个视频，而后，随着频道内各项指标总体向好，你可以将发布周期延长至3至4周发布一次视频。

理论上，更多的视频应该会带来更多的播放时长，但为了长期可持续的增长目标，

还是要以质量而不是数量为先。

如果你的目标是将观看者转化为订阅者，那么你首先需要关注的则是质量，再者才是数量。

如果你能够保证持续地上传视频，那么用户会认为你将会在未来推出更多高质量的内容，他们则更有可能点击订阅。

**12、通过其他社媒渠道吸引观众**

如果你在Facebook、Twitter、Instagram或Pinterest也有粉丝社群，那么你就可以利用这些社群交叉推广你的[YouTube](https://ythunder.com/)频道（例如，在社媒账户的个人资料页面放入你的[YouTube](https://ythunder.com/)视频链接）。

而且，你还可以跨渠道交叉发布视频内容，从而将资源充分利用。

另外，如果你希望能够吸引到更多的订阅者，你可以在视频正式上线前，在各个社媒平台发布预告片或宣传短片，并放入你的[YouTube](https://ythunder.com/)频道链接，以吸引更多的人访问你的[YouTube](https://ythunder.com/)主页。

**13、利用关键字研究的结果去为视频添加标题，并定义你的细分市场**

在视频标题中，运用正确的关键字能够帮助你源源不断地获得播放量，是非常重要且需要不断重复的一个步骤。

你需要去了解近期人们在[YouTube](https://ythunder.com/)上搜索哪些与你的选题相关的热门关键字，这将有益于你为新视频添加标题并选择标签，而且你还可以从中获取下一个视频选题的灵感。

你可以借助SEO工具（例如，谷歌关键字优化师Google Keyword Planner）来帮助你找出相关关键字，那些“竞争得分较低，但搜索量较高”的话题关键字都是不错的选择。

这么做不但可以帮助你避免制作出根本不会有人搜索的视频或视频标题，而且，

还可以帮助你避免，在你的视频发布之前，平台上已经有了非常多类似的内容，那样你的视频就很难出彩或者排名不好。

**14、生产有足够创意和新意的内容**

你的视频中应该有80%的内容选题以SEO为参考，去吸引更多的流量，余下的20%视频应该作为你的增值内容或者独家创意视频。如果你的内容有新意，能够突破市面上已有的模式或思路，那么相信人们会非常愿意订阅你的频道。

**15、制造话题性视频以及常青视频**

本文所提到的另一个“80/20”规则即，你的内容比例需要做到：80%常青内容和20%话题性内容。

因为常青的内容对于增加频道的总体观看时长很重要，毕竟季节性较强的视频（如万圣节视频）并不是在全年都有热度和观众。但是，如果你想刺激用户进行订阅，话题性的内容也是需要有的。

因为话题性内容具有时效性，人们都喜欢及时跟进新闻热点或八卦，例如NBA决赛或颁奖典礼通常都是全国性的关注焦点，那些希望自己能够在第一时间关注到相关内容的用户会非常乐意订阅你的频道。

**16、与其他频道合作**

你可以设法与其他[YouTube](https://ythunder.com/)创作者合作，并充分利用彼此的粉丝群进行互推，这可以算是一个双赢的做法、

增加YouTube观看次数：[ythunder.com](https://ythunder.com/)