



**Timanttista digiä,
joka tuo tuloksia.**

YouTub -videoiden optimointi

Pikaopas

Tervehdys ystävänäni



Kalleinta on sisältö, joka ei tavoita yleisöään. Miten otetaan haltuun kanava, johon ladataan 400 tuntia uutta sisältöä joka minuutti?

Tässä pikaoppaassa jaamme vinkkejä YouTube-kanavan optimointiin. Videot ovat tulevaisuus ja näyttökertojen saaminen YouTubeessa on entistä vaikeampaa tarjonnan lisääntyessä.

Lukemalla tämän pikaoppaan opit esimerkiksi, kuinka optimoit videoidesi sisältöä, kuinka optimoit videoidesi tekniikan ja mitä sinun tulee ymmärtää YouTubeen tarjoamasta datasta. Tervetuloa mukaan!

Tiina Räisänen
Toimitusjohtaja
tiina.raisanen@verkkoasema.fi

Kanavan optimointi

1. Ikonikuva ja kansikuva

Nämä toimivat kanavasi käyntikorttina. Kuvien tulisi heti kertoa mistä kanavalla on kyse.

2. Kanavan tekstikuvaus

Mitä? Kenelle? Milloin?

3. Linkit muihin kanaviin

Kerro mistä muualta sinut löytää. Lisää kansikuvan päälle linkit verkkosivullesi ja muihin some-kanaviin.

3. Soittolistojen hyödyntäminen

Olisi hyvä ryhmitellä videoita eri soittolistoille, näin katsojien on helpompi hahmottaa minkä tyyppistä sisältöä on tarjolla.

4. Esittelyvideo

Tee Esittelyvideo uusille katsojille. Kerro mistä kanavalla on kyse ja houkuttele uusia katsojia tilaamaan kanava. Muista kertoa kuinka useasti uutta sisältöä on odotettavissa.

5. Tilaaajien saaminen

Välitä kanavasi linkki aina tilauskehottuksen kera. Tämä onnistuu lisäämällä kanavan linkin perään seuraava: `?sub_confirmation=1`

Lisää videoihisi aina tilauslinkki (katso ohjeet Videoiden tekniikka -kohdasta).

6. Räätelöity URL

Kun olet lisännyt kansikuvan ja kanavan kuvan, kanavasi on ollut olemassa vähintään 30 päivää ja sinulla on vähintään 100 tilaajaa, voit hankkia itsellesi räätälöidyn URL-osoitteen valmiiksi generoidun kirjainrimpsun sijaan. [Lue lisää täältä!](#)

HOX!

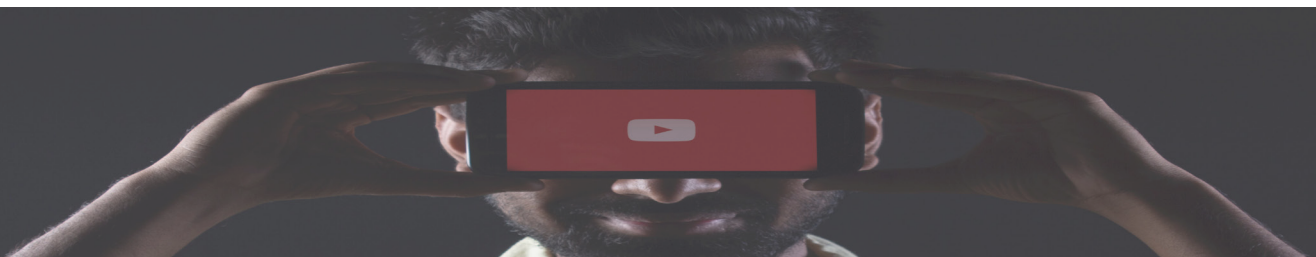
Jaa videosi soittolistojen kautta. Näin katsoja päätyy soittolistallesi katsomaan videota ja YouTube ohjaa katsojan automaattisesti soittolistan seuraavaan videoon.



Videoiden sisällön optimointi

YouTuben vinkkelistä kanavasi arvon määrittää se, kuinka kauan sisältösi jaksaa pidellä katsojaa YouTubessa. Eli mikä on videoidesi Watch time? Videoiden arvo määrittyy täysin sen perusteella, katsotaanko niitä kokonaan vai herpaantuuko huomio jo alkumetreillä. Optimoinnin kannalta on siis olennaisinta saada katsoja pidettyä videoidesi pauloissa mahdollisimman pitkään.

1. Mieti videoidesi teema etukäteen. Mitä ja kenelle? Kun tiedät ja tunnet kohderyhmäsi, sisältösi puree todennäköisesti paremmin. Älä yritä tehdä kaikkea kaikille.
2. Mieti videoidesi tyyli etukäteen. Tyyliä ovat esimerkiksi: How-to-videot, motivoivat/inspiroivat videot ja viihdyttävät videot (haastevideot ja My Day-videot).
3. Jotta kanavasi voisi menestyä, uusien videoiden julkaisujen pitää olla säännöllisiä. YouTuben algoritmien näkökulmasta 1 video / viikko on minimitahti. Ideoi aiheita etukäteen, jotta tuotantotahti pysyy vauhdissa. Katso [täältä](#) miten rakennat rutiinin sisällöntuotannolle.
4. Miten esiinnyttään?
 - Ole oma itsesi: Aitous ja innostus näkyy.
 - Harjoitus tekee mestarin.
 - Älä yritä olla täydellinen.
 - Katso videoitasi ja opi niistä. Jos huomaat ärsyttäviä maneeereja tms., niin kiinnitä niihin huomiota seuraavaa videota kuvatessa.
 - Ideoi videon sisältö etukäteen. Mieti tarinan kulku, mutta älä lue paperista!



Videoiden sisällön optimointi

5. Aloita videosi selkeällä lupauksella. Mistä on kyse ja mitä katsoja saa videon katsomisesta? Unohda turha jaarittelu tai pohjustus, vaan siirry suoraan asiaan. Katso [tästä](#) esimerkkiä.
6. Editoi videoosi mukaan grafiikkaa tai elävöitä muuten sisältöä. Ihmisen huomio herpaantuu herkemmin ns. yksitoikkoisesta visuaalisesta näkymästä. Eläydy videolla (muuta äänen tempoa tai volyyimia / näytä tunteita / naura / liiku) tai hyödynnä editillä saatavia visuaalisia virikkeitä.
7. Monesti kysellään videon optimaalisesta kestosta. Sisällön kannalta optimaalinen kesto on juuri se aika kun tarinasi kertomiseen menee. Koska YouTube mittaa sisällön katsomisaikaa, niin luonnollisesti pidemmillä videoilla on mahdollista saada enemmän katsomisminuutteja. Itse pidän videoiden optimaalisena mittana kaikkea 3 ja 10 minuutin välillä. Tärkeintä on, että tarinasi jatkuu jämäkästi eteenpäin ilman jaaritteluja ja sisällöllä on arvoa katsojalle jokaisen minuutin ajan.



Videoiden tekniikan optimointi

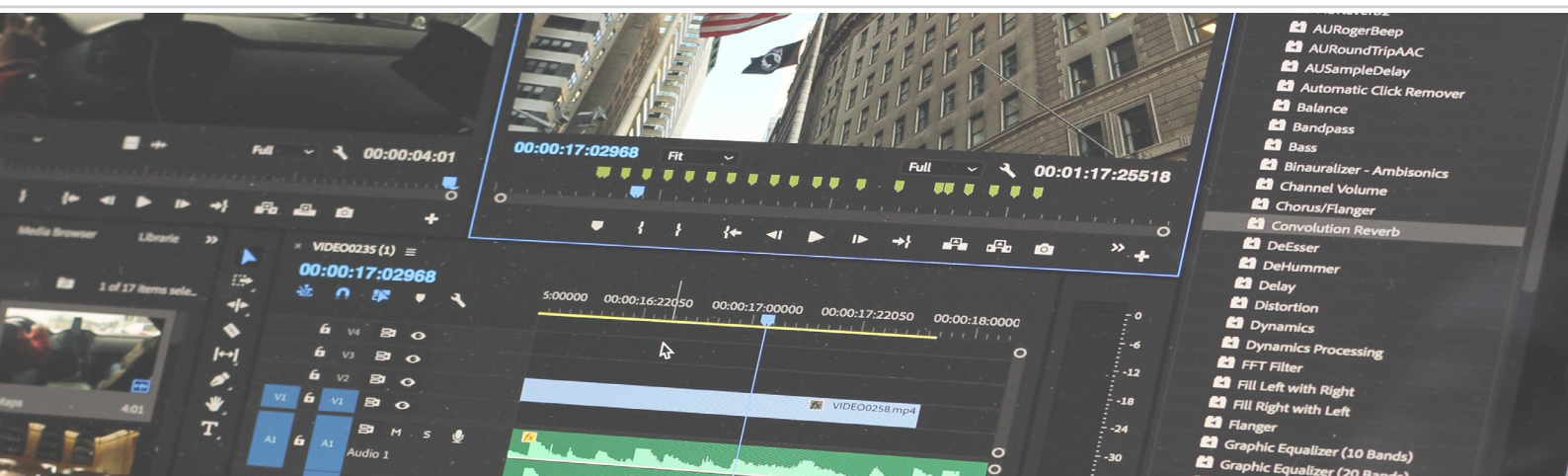
Youtube Creator Studiossa pääset muokkaamaan videoita myös niiden julkaisun jälkeen. Kanava tarjoaa useita eri mahdollisuuksia optimoida videoita ja houkuttaa katsomaan myös lisää julkaisujasi. Käyn läpi lyhyesti ne ominaisuudet, jotka ovat mielestäni ne tärkeimmät videoiden näkyvyyden kannalta.

Nimi. Nimeä videosi siten, että ne ovat riittävän lyhyitä ja näkyvät myös mobiililaitteissa. Hyvä otsikko vetoaa tunteisiin tai houkuttelee muilla tavoin klikkaukseen. Olisi hyvä, että jo otsikko sisältäisi sen avainsanan, jolla toivot videosi löytyvän.

Kuvas. Tähän kenttään kirjoitetaan lyhyt kuvaus videon sisällöstä. Kaksi ensimmäistä riviä ovat tärkeimpiä – ne houkuttelevat klikkaukseen sekä sisältävät optimoitavan avainsanan.

Tagit. Nämä ovat avainsanoja, jotka kuvaavat videosi sisältöä parhaiten. Tagien suunnittelussa voit käyttää apunasi mm. Googlen KeywordToolia. Avainsanoja ja avainsanayhdistelmiä pitäisi olla videossa vähintään 5-10 kappaletta ja olisi hyvä, että 1-2 avainsanaa toistuisi kaikissa videoissasi, sillä näistä syntyy kanavan teema.

Pikkukuva. YouTube generoi sinulle automaattisesti tarjolle 3 erilaista pikkukuvaa, mutta suosittelen, että tekit videoille erikseen thumbnail-kuvan. Thumbnailkuva voi nostaa reilusti videosi klikkausprosenttia, mikäli se erottuu joukosta ja houkuttelee katsojaa. Hyödynnä värejä ja kontrasteja, tiivistä otsikko, käytä kasvoja.



← **Henkilöbrändi hakusessa? Vastaa ensin 2 kysymykseen.** Video

PERUSTIEDOT LISÄTIEDOT PIKKUKUVA

Nimi (pakollinen) ?
Henkilöbrändi hakusessa? Vastaa ensin 2 kysymykseen.

Kuvaus ?
Jotta voit rakentaa itsellesi henkilöbrändin, sinun täytyy ensin vastata kahteen kysymykseen: Miksi? ja Miten? Jotta henkilöbrändi olisi yleisön silmissä uskottava, sinulla täytyy olla vahva syy siihen miksi teet sitä mitä teet. Intohimon ja osaamisen yhdistäminen tuottaa yleensä toivotun lopputuloksen.
Löydä Tiina täältä:
Youtube: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLO9Pcik0LbV5SztPvwhn4WE6p4w1P9> Oo

Tagit
 henkilöbrändi x asiantuntijamaine x ammattimaine x henkilöbrändäys x
 social selling x sose x some x sosiaalinen media x sosiaalinen myynti x
 social selling b2b x social selling 2018 x some strategia x

Anna pilkuilla erotetut arvot

Tiedot
Tilastot
Editointi
Kommentit
Käännökset
Muut ominaisuudet

Asetukset
Uusimmat muutokset
Lähetä palautetta

Videon perusominaisuuksien muokkaustila

← **Henkilöbrändi: Mikä pelottaa? 5 vinkkiä pelkojen taklaamiseen!** Video

PERUSTIEDOT LISÄTIEDOT **PIKKUKUVA**

Automaattisesti luodut pikkukuvat

Yksilöity pikkukuva

VALITSE KUVATIEDOSTO

Tiedot
Tilastot
Editointi
Kommentit
Käännökset
Muut ominaisuudet

Asetukset
Uusimmat muutokset

Räätälöity videon pikkukuva (thumbnail)

YouTubeen työkalut optimointiin

Voimme optimoida myös itse videota YouTubeen tarjoamien työkalujen avulla.

YouTube-kortit (YouTube cards)

On tärkeää ristiinlinkittää videot keskenään, aivan samoin kuin verkkosivuilla kannattaa ohjata käyttäjää linkkien avulla seuraaviin mahdollisesti kiinnostaviin sisältöihin. Linkitys onnistuu YouTubeen kortti-ominaisuudella. Tämän avulla saat sisällytettyä itse videoihin linkin seuraavaan, mahdollisesti katsojaa kiinnostavaan sisältöön. Lisää ohjeita [tästä](#).

Vesileima eli kanavan brändäys

Voit kanava-asetuksista käydä lisäämässä vesileiman automaattisesti kaikkiin videoihisi. Vesileima (esim. yrityksesi logo) ilmestyy videolla aina samaan aikaan (voit määritellä sen erikseen) videon oikeaan alakulmaan. Vesileimaa klikkaamalla katsoja voi helposti tilata kanavan. Tätä ei siis tehdä jokaiselle videolla erikseen, vaan se asetetaan kanavan asetuksista kaikkiin videoihin. Lue lisää [täältä!](#)

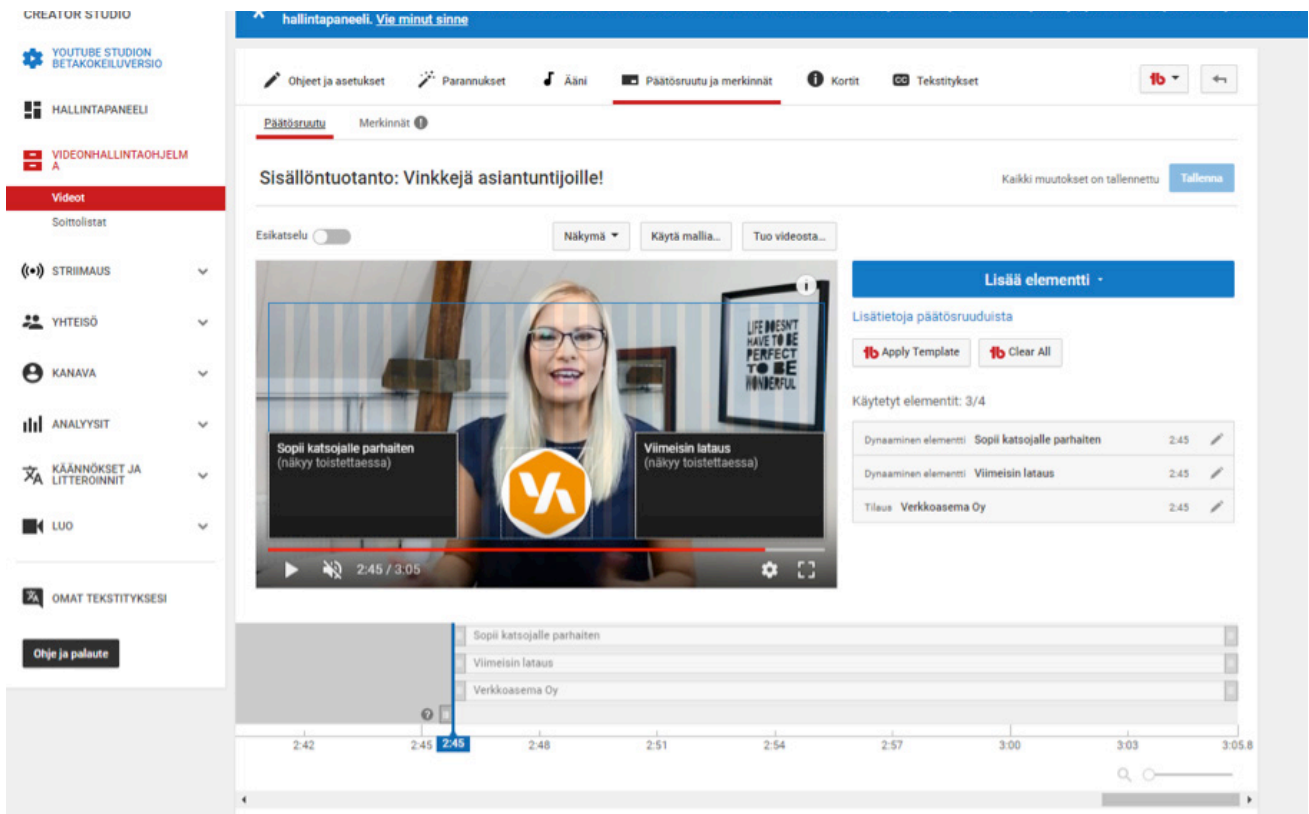
Päätösruuu ja merkinnät

Videoiden loppuun voi ja kannattaa lisätä päätösruuu, joissa YouTube automaattisesti ohjaa katsojaa esimerkiksi suosituimpaan videoon ko. soittolistalta tai uusimpaan julkaisemaasi videoon. Tavoitteena on saada katsoja jatkamaan katseluita kanavasi muiden videoiden parissa. Päätösruuuun on mahdollista saada myös linkki ”Tilaa kanava tästä”. Lisää ohjeita [täällä](#).



Myyjä - älä piinaa ostajaa!

Tältä Youtube-kortti näyttää itse videolla.



Päätösrutujen lisääminen videolle. Ominaisuus ei vielä vuonna 2018 ole tarjolla uusimmassa Creator Studio -versiossa.



YouTube data

YouTube tarjoaa analytiikkaa videoiden kehittämisen tueksi. Kuten jo aiemmin todettiin, YouTubeille tärkein mittari on ”Watch time” eli se, kuinka kauan katsojat katsovat videoita. Näyttökerrat eivät siis ole olennaisin mittari, vaan se kuinka kauan yleisö viihtyy kanssasi. Voit tarkastella omaa dataasi Creator Studion kautta.

Tärkeimmät mittarit ovat mielestäni:

1. Katseluaikaraportti, eli **yleisön pysyvyys**. Täältä löydät tiedon siitä, kuinka kauan yleisö pysyy keskimäärin kanavallasi. Yleisesti pidetään >50 % lukua hyvänä tunnuslukuna yleisön pysyvyydelle.
2. Liikenteen lähteet kertovat kanavat, joista katsojat tulevat. Erityisesti kannattaa kiinnittää huomiota ”Videoehdotus”-kohtaan. Mitä laadukkaampana YouTube pitää sisältöäsi (=katsojat viihtyvät), sitä enemmän alat saada YouTube omia suosituksia kanavallesi.
3. Mistä tilaajat tulevat? Tämä kohta löytyy Vuorovaikutusraportista, kohdasta ”**Tilaajat**”.

Menestystä tubettajan matkallesi!

Jäikö jokin kohta askarruttamaan?

Ota yhteyttä, niin jutellaan asiasta lisää.

Tule siis piipahtamaan Torikatu 26:ssa ja tarjoan sinulle neuvojen lisäksi kahvit.

**Ystävällisin terveisin,
Tiina**

Timanttista digiä, joka tuo tuloksia.

Asiantuntijavinkit:
verkkoasema.fi/asiantuntijavinkit