



創作者手冊 [2]

2012 年 2 月

目錄

- 3 簡介
- 4 手冊結構
- 5 圖示與圖例定義
-
- 6 序章：YouTube Analytics (分析)

節目規劃與製作

- 14 黃金 15 秒
- 18 號召性文字
- 23 固定的上傳時間與上傳頻率
- 28 收視強棒節目
- 31 交叉宣傳與協同合作
- 37 檢查清單

發佈與最佳化

- 39 中繼資料
- 44 縮圖
- 47 註解
- 52 播放清單與影片回應
- 57 頻道頁面
- 63 觸及所有目標對象
- 68 檢查清單

社群與社交媒體

- 70 與觀眾互動
- 75 網誌推廣活動
- 78 其他社交媒體
- 84 檢查清單
-
- 86 附錄
- 87 影片上傳檢查清單
- 88 中繼資料關鍵字資源
- 89 詞彙解釋

簡介

歡迎使用「YouTube 創作者手冊」第二版！這個版本擁有嶄新介面，並針對新版頻道設計增設了全新章節，還有大量更新資訊，目的是協助您全面掌握並善用新的網站配置。

我們很高興能為合作夥伴提供這項絕佳的資源，當中彙整了重要提示、最佳做法和策略，可協助您培養觀眾群。我們希望這些資訊能讓您在發揮創意的過程中，更加得心應手，另外我們也會帶領您將頻道提升到更高層級。首先，我們會針對您可能有一些疑問做出說明，例如「創作者手冊」提供哪一類的資訊，以及如何運用這個新的資源工具達成廣告目標。

“ 想要在 YouTube 獲得成功，最重要的訣竅就是製作優質內容，並且熱愛自己的作品，這正是最佳化的不二法門。 ”

製作優質內容並無絕對準則

「創作者手冊」並非提高收視率的指引大全或必勝秘笈；當中所收錄的最佳做法、最佳化提示和推薦策略，目的是協助您在 YouTube 上培養觀眾忠誠度及參與度。我們在設計這些建議和提示內容時，不斷鼓勵創作者多嘗試運用各種不同的方式，也期待創作者能創新並發掘出自己的方法。

從手冊內容延伸創意，讓頻道獨樹一格

我們瞭解，並非所有策略或最佳化方法都適用於每位 YouTube 創作者。每項資訊到了傑出的創作者手中，都將以不同方式套用至五花八門的頻道和類別；YouTube 正是因此而無比精彩。「創作者手冊」必須加上您的創意，才能發揮最大效用。這份資源將說明如何有策略地構思內容、哪些元素是最佳化重點，同時鼓勵您不斷嘗試新事物。使用「創作者手冊」時，您還必須加入自己的創意、熱情和決心，才能製作優質內容；「創作者手冊」並無法取代上述任何一種成功要素。

資訊無涯，學無止盡

YouTube 從合作夥伴身上獲得許多寶貴經驗，我們也持續在尋找新的訣竅和趨勢，隨時與您分享。隨著平台不斷改良與新的功能陸續發佈，「創作者手冊」會不斷更新，納入新的策略、提示和最佳化方法，讓您隨時保持領先。記得經常返回查看更新資訊，才能隨時掌握各種培養觀眾群的訣竅，並利用新功能有效觸及更多使用者。

手冊結構

「創作者手冊」分為三節：節目規劃與製作、發佈與最佳化，以及社群與社交媒體。每一節都會提出幾種培養 YouTube 觀眾忠誠度及參與度的最佳化方法或策略。我們將分階段說明這些「最佳做法」，協助您掌握每個重點，並引導您採取行動。



總覽頁面

內容摘要：

- 策略：簡短說明
- 奏效因素：理由分析或背景資訊
- 方法說明：執行方法的簡短說明。

視覺圖例指南：

- 時間成本：預估所需作業時間。
- 作用：列出最佳化方法將對哪些指標發揮作用。
- 影響程度分級：預估最佳化方法或策略將對所列指標發揮多大作用。
- 最佳化類型：註明最佳化方法或策略是在製作階段、發佈期間，還是在社群或推廣活動中完成。

詳細資料

- 深入並詳盡地說明最佳做法的重要性和執行方式。

範例說明

- 提供範例和/或不同的方法或變化範例。

操作步驟 (以及 Analytics (分析) 提示)

- 一旦您掌握了策略或最佳化方法，就能開始採取行動。本頁將概述基本步驟，協助您上手。
- 操作步驟頁面也會提供「Analytics (分析) 提示」，說明如何測量與追蹤頻道成效變化，以及哪些指標可能會因這些變化受到影響。

圖示與圖例定義

進度列

進度列會出現在頁面頂端，顯示每個最佳做法的說明進度。

時間成本



最低：
0 至 5 分鐘



稍低：
少於一小時



中等：
1 小時以上

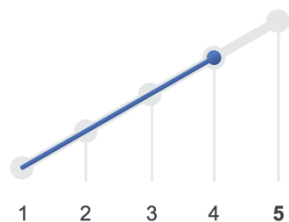


最高：
一整天或更久

作用

受最佳化方法影響的指標：收視率、訂閱人數、影片排名、參與度...

影響程度分級



1：一般

3：強

5：最強

最佳化類型

Pre-Production

在製作階段前完成實作

Production

在製作階段期間完成實作

Publishing

在影片上傳時完成實作

Post-Publishing

在影片發佈後完成實作

序章

YouTube Analytics (分析)

YouTube Analytics (分析) 對於所有內容創作者來說，不僅是一項強大的工具，更是一項珍貴資源。這項工具可針對您的頻道、影片和觀眾提供深入分析。Analytics (分析) 需搭配「YouTube 創作者手冊」使用，有助於您規劃最佳化方法的優先順序，衡量新策略的影響程度，並且評估您的頻道成效。

除了這個 YouTube Analytics (分析) 初步總覽章節以外，手冊的每個操作步驟頁面也都含有「Analytics (分析) 提示」，目的是針對您所做的變更評估影響程度。

YouTube Analytics (分析)

策略：

定期使用 YouTube Analytics (分析) 評估您的頻道成效，以及分析不同指標的變化或趨勢。

奏效因素：

Analytics (分析) 可為創作者提供實用的情報，協助他們製作更好的影片、執行或衡量最佳化方法，以及研擬具策略性的節目規劃。

方法說明：

熟悉 YouTube Analytics (分析) 產品。定期評估頻道成效，並根據結果修改內容或策略。

時間成本

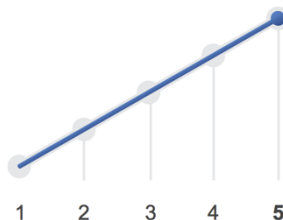


中等：
1 小時以上

作用

- 參與度
- 訂閱者
- 觀看次數
- 社群活動

影響程度



最佳化類型



YouTube Analytics (分析)

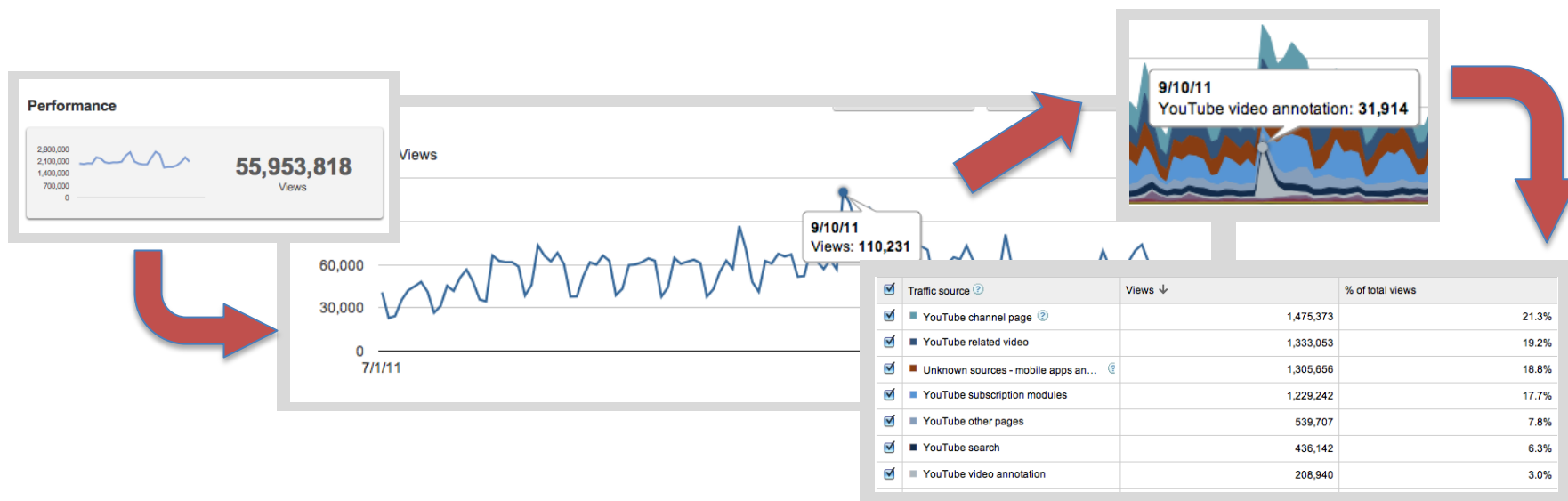
YouTube Analytics (分析) 是一項功能強大的工具，為您提供有關內容、觀眾和節目規劃的實用資料和數據分析。

YouTube Analytics (分析) 所顯示的資料不僅有助於您瞭解頻道的節目規劃和製作決策，還能協助每位創作者更靈活地善用自己建立的影片。

找出數據高點和變化背後的「故事」

YouTube Analytics (分析) 的用途不僅限於提供頻道成效摘要；只要您多加利用這項工具，就能深入瞭解您的內容、觀眾和策略。只要掌握正確的資訊和使用方式，創作者就能釐清各指標間的因果關係和關聯性，進而推敲出各種培養觀眾群的訣竅。數據背後都有一個故事，關鍵就在您的解讀能力。

- 由淺入深消化資料；先從較大層面或較長時段的指標著手研究，再針對有趣或特殊的資料展開進一步評估。單一指標中的變化或高點將帶動您分析其他相關指標。舉例來說，當收視率有變化時，您將循線調查流量來源，接著可能會鎖定特定影片。
- 比較不同指標間的相互變化，瞭解其中的關聯性。
- 不要只著眼於您的最新影片；運用 Analytics (分析) 看看哪些封存影片持續為您帶來卓越成效。
- 分辨頻道內容的輕重緩急，從成效最佳的影片開始最佳化。



YouTube Analytics (分析)

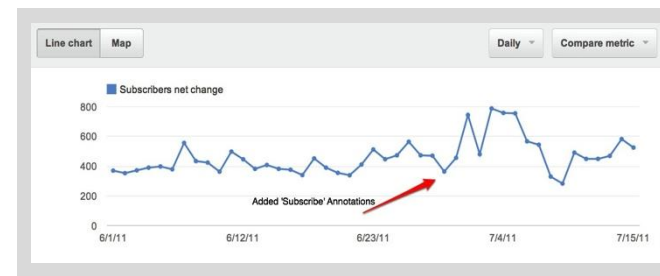
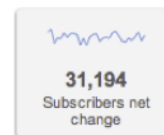
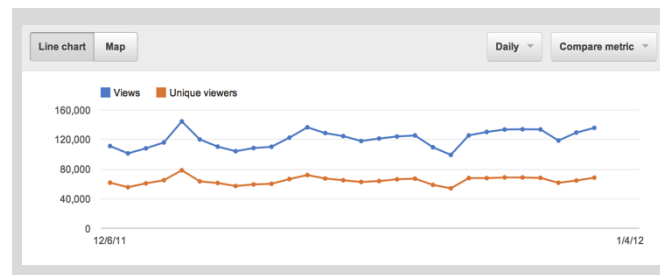
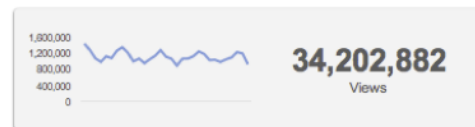
收視率

- 找出收視率最高的日期、週別和個別影片進行分析，找出影片致勝關鍵。在確定高收視率的原因或刺激要素後，建議您多加運用；您可以透過新穎且具創意的方式，重複使用主題或影片專題，也可以修改時間和資源的分配方式，將以往成效卓越的影片類型設定為創作目標。
- 針對持續帶來卓越成效的封存影片進行最佳化。
 - 確認影片所附註解有助於提高訂閱人數、促進社群互動（評論），以及提高您的頻道或其他內容的流量。
 - 善用舊影片做宣傳，將流量導向至新上傳的內容或活動。
- 根據目前的影片數據趨勢，設定發佈時間表、擬定播放清單策略，或是重整頻道。
- 將收視率與不重複觀眾數進行比較，瞭解每位觀眾看了多少內容，以及內容的規劃與呈現方式是否合宜。

訂閱人數

- 針對訂閱人數遽升或驟跌的日期或影片展開調查，進一步瞭解引起觀眾共鳴的要素。
- 找出訂閱人數最多（相對於觀看次數）的影片進行分析，瞭解這些影片吸引觀眾訂閱的原因。
- 評估在影片中加入「訂閱」號召性文字或註解的影響。

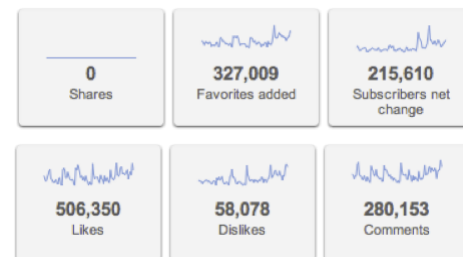
Performance



YouTube Analytics (分析)

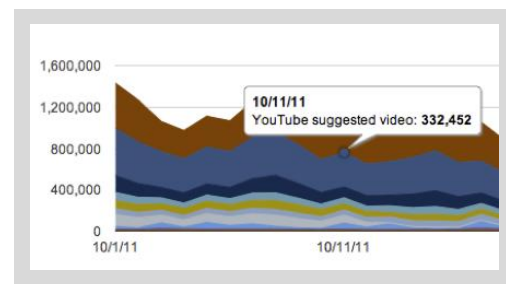
社群互動：表示喜歡、加入最愛、評論、分享

- 評估社群互動比例 (相對於總觀看次數)，全面掌握成功吸引最多互動的影片。
- 找出成功吸引最多互動 (相對於觀看次數) 的影片，深入瞭解哪些影片能夠提升觀眾的參與度，同時分析原因。
- 評估在影片中加入各種促進互動 (評論、表示喜歡或加入最愛) 的號召性文字和註解有多大影響。



流量來源

- 每個流量來源內可能有多個不同的高點和低點，請仔細查看各個來源中的變化，進一步瞭解整體收視率。收視率的漲跌可能是因所有流量來源的變動而導致，也可能是單一來源的影響。
- 從頻道層級和個別影片層級分析觀眾是如何發掘您的內容，以便做出饒富創意或具策略性的決策。當您檢閱個別影片時，可以看到其他透過推薦影片或相關影片刊登位置吸引流量的特定影片。
- 新版首頁為觀眾提供了新的頻道探索方式；您可以透過流量來源，在這些新的來源中，找出能夠提高影片的收視率的新來源。
- 仔細查看與每項變更相關的各個流量來源，藉此評估全新中繼資料策略、縮圖最佳化方法或網誌推廣活動計劃的影響力。
- 查看特定影片的流量來源，評估交叉宣傳或其他用於吸引頻道流量的活動成效。
- 查看新上傳的項目或頻道有多少觀看次數是來自訂閱模組，據此判斷頻道訂閱者的活躍程度。

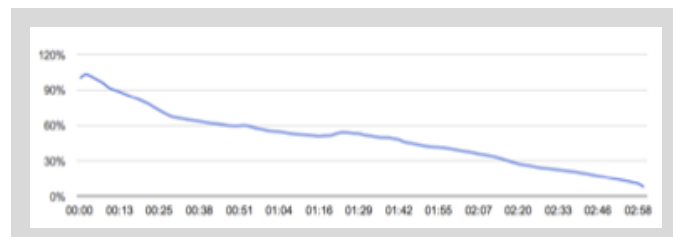


Traffic source	Views	% of total views
Unknown sources - mobile apps ...	11,456,299	33.5%
YouTube suggested video	10,685,328	31.2%
YouTube search	3,826,870	11.2%
YouTube channel page	1,942,301	5.7%
YouTube featured video	1,688,276	4.9%
YouTube features	1,684,068	4.9%
YouTube video annotation	1,122,134	3.3%
YouTube subscription modules	1,000,101	2.9%

YouTube Analytics (分析)

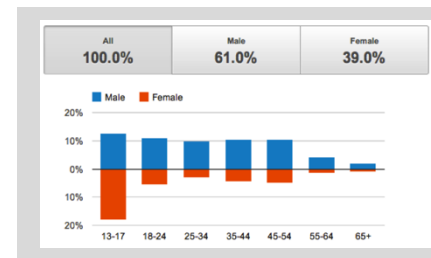
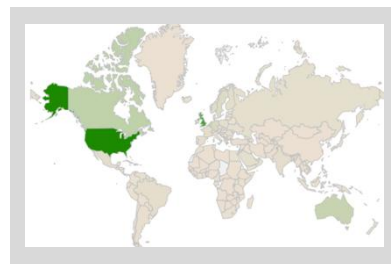
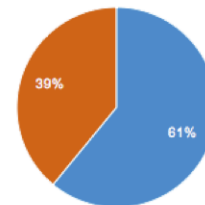
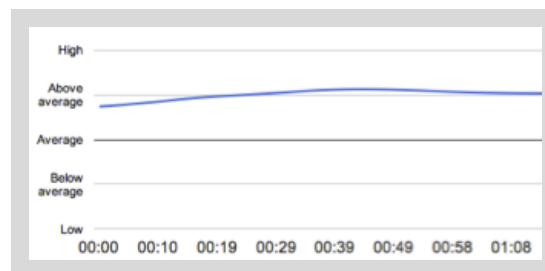
觀眾續看率

- 「相對」續看率圖表會將您的影片成效與其他相同長度的影片成效進行比較。「絕對」續看率圖表則會顯示影片每 10 秒的觀眾續看率。
- 仔細分析圖表，進而改善影片的格式或節奏，找出最理想的影片長度。找出影片中觀眾最感興趣的部分 (高點)，以及觀眾快轉略過或捨棄不看的部分 (低點)；這些模式將突顯出影片內容和/或包裝需要改變之處。



客層與地理位置

- 分析觀眾所在地理位置、性別和年齡，以進一步瞭解您的觀眾，同時掌握讓他們產生共鳴的特定影片或內容。
- 根據目前的觀眾群或新的目標對象設計策略和影片。
- 追蹤客層隨著時間或依據您發佈的不同類型內容所出現的變動，藉此掌握觀眾群的變化趨勢。
- 找出您的內容在哪些國家/地區最受歡迎，為國際觀眾群將內容最佳化。如果您的內容在外語地區的成效卓越，建議您擷取音訊來製作字幕，並啟用字幕功能，為影片加上特定語言的字幕。



YouTube Analytics (分析)

操作指示步驟

1. 熟悉 YouTube Analytics (分析)

探索 YouTube Analytics (分析) 並閱讀說明文件，以瞭解每一項指標的評量對象及其代表的意義。

2. 定期評估成效並追蹤最佳化狀態

將 Analytics (分析) 加入您的 YouTube 工作流程中，以掌握您的影片以及頻道整體表現。

記錄您執行新的最佳化方法或變更策略的時間。執行變更之後，您就可以在數天或數週後追蹤成果以及影響程度。

3. 參考每一節中的「Analytics (分析) 提示」

每一節最後的「Analytics (分析) 提示」可協助您在每個區域使用這項工具。

4. 根據您的資料評估結果，進行節目規劃或做出饒富創意的決策

在您評估過頻道表現後，即可根據您的研究結果，決定要採取哪些行動。

找出屬於您的成功之道。找出某些影片成效卓越的原因，並以這些成功經驗為基礎，進行節目規劃，做出有創造性的決策。

找出特定影片或格式成效不彰的原因，並據此調整未來的策略，以免觀眾不再觀賞影片或影片成效停滯不前。

5. 追蹤執行變更之後的成果

根據先前的資料進行變更後，可追蹤相關指標，看看這項變更是否達成了預期的成果。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

仔細追蹤所有指標的高點與低點，並為每個指標設定目標。透過 Analytics (分析) 及可下載的報告，在執行新策略或最佳化的過程中，持續記錄頻道表現狀況。

第一節

節目規劃與製作

- 14 黃金 15 秒
- 18 號召性文字
- 23 固定的上傳時間與上傳頻率
- 28 收視強棒節目
- 31 交叉宣傳與協同合作
- 37 檢查清單

黃金 15 秒

策略：

使您的影片從開頭就引人注目。

奏效因素：

觀眾的注意力持續時間很短。從一開始就抓住觀眾的目光，再設法增加整部影片的吸引力。

方法說明：

透過製作和影片結構來完成。

時間成本

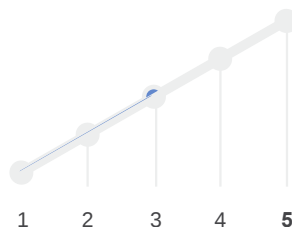


稍低：
少於一小時

作用

- 參與度
- 訂閱者
- 影片排名
- 觀看次數

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Production

Publishing

Post-Publishing

黃金 15 秒

許多觀眾會在 10 到 15 秒之內決定是否要繼續看完您的影片。觀眾的注意力持續時間很短，而且只要按一下滑鼠就可以離開，放棄觀賞您的影片。影片的內容最好能讓觀眾在幾秒內就能瞭解，一定要趁早抓住觀眾的心，使他們有理由在此停留。

首先要引人注目...

- 觀眾第一眼看到的東西必須要夠吸睛，吸引力可能來自個人風格或是影片內容。
- 個人風格的方式應該要向觀眾發言/表示歡迎，可以問個問題，激發觀眾的好奇心，吸引人看完影片其餘的部分。
- 為影片內容製作「前導廣告」；在開頭以快速剪輯方式預告接下來的影片內容。

...稍後展示品牌宣傳和包裝

- 品牌宣傳、快閃簡介和包裝可以讓您的內容呈現專業質感，但這並非影片的主角。
- 讓內容或個人風格成為影片最耀眼的主角，給觀眾一個誘因在片頭簡介過後繼續看完影片。
- 如果您確定品牌宣傳是極具吸引力的內容，能夠帶給觀眾樂趣，那您也可以使用 (參閱範例)。
- 包裝和品牌宣傳應該輕薄短小。我們認為 5 秒是最佳長度。

影片內容是什麼？

- 在許多紀實類節目的個案中，讓您的觀眾瞭解影片內容，以及接下來會看到的內容，是很重要的。如果觀眾在影片開頭就搞不清楚這部影片在講什麼，就會選擇離開。

吸引目光



簡短品牌宣傳 (選擇性)



用優質內容留住觀眾



範例

吸引觀眾優先，品牌宣傳其次

- /sxephil



將品牌宣傳製作成引人注目的內容

- /CollegeHumor



引人注目的影片開頭

- /Vsauce (3 種開頭)



- /FoodWishes



- You!



黃金 15 秒

操作指示步驟

1. 瞭解您內容的參與度和觀看趨勢

使用 Analytics (分析) 提供的工具，進一步瞭解您的影片在觀眾參與度和觀眾續看率方面的表現。注意力持續時間短暫或影片開頭的注意力或續看率下降表示您必須最佳化這些影片的黃金 15 秒。

2. 為您的內容和觀眾找出正確的「鈎勾」或開頭

每部影片內容都不同，因此您必須根據影片內容，找出最適合的影片開頭。根據您的類別、內容和目前參與度趨勢，採用不同方式處理每部影片的開頭。

3. 多方嘗試

嘗試不同的方法，看看何者成果最佳，能夠吸引觀眾看完整部影片，降低過早放棄觀看的狀況。

4. 將吸引人的內容放在最前面

無論您想採用何種方法，影片的黃金 15 秒都必須引人注目、饒富興味或者充滿樂趣，讓觀眾想要繼續看完影片其他部分。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

使用 Analytics (分析) 的觀眾續看率圖表來追蹤觀眾觀賞您的內容的變化狀況。最佳化您的影片開頭可以降低觀眾在開頭就放棄觀看影片的狀況，增加觀看時間和注意力持續時間。

號召性文字

策略概念：

在影片播放期間，引導觀眾採取行動，藉此培養觀眾群。

奏效因素：

觀賞線上影片是一種互動體驗。提醒您的觀眾採取行動將會帶來更多活動，並協助您建立參與度和觀眾群。

方法說明：

透過製作和/或註解來完成。

時間成本

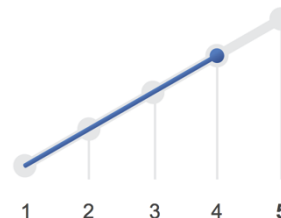


最低：
0 至 5 分鐘

作用

- 參與度
- 訂閱者
- 影片排名
- 觀看次數

影響程度



最佳化類型



號召性文字

線上觀賞影片是一種互動及社交體驗，內容創作者仰賴觀眾的行動幫助他們邁向成功，但是除非您經常提醒觀眾，否則觀眾大多不會採取行動。

您所製作和發佈的影片應包含特定的號召性文字 (CTA)。根據訊息內容，您可使用影片的開頭、中段和結尾來引導您的觀眾採取行動。號召性文字應該儘量簡明扼要。過多的提示會造成困擾。您的目標是以最簡單的方式讓觀眾採取行動



在 YouTube 應該引導您的觀眾去做的重要動作

訂閱

- 影片中應該要加入號召性文字，鼓勵觀眾訂閱您的頻道。
- 給他們訂閱的誘因，例如每週會有更多精彩的影片、絕不會錯過任何一集……等等。

造訪您的頻道或觀看更多影片

- 鼓勵觀眾觀看更多內容並引導他們進行操作。
- 告知觀眾您的頻道資訊以及任何必要情報。
- 邀請觀眾觀看相關影片或播放清單中的下一集。



請注意，以任何方式提供獎勵 (例如提供贈品或獎品給按下喜歡或將影片加入最愛的觀眾) 刺激影片點擊，都違反了 YouTube《服務條款》與《社群指南》。

喜歡/新增至我的最愛/分享

- 鼓勵觀眾按下 [喜歡]、[新增至我的最愛] 或 [分享] 影片，可讓影片出現在網路上更多地方。
- 觀眾如果按下「喜歡」和「新增至我的最愛」，即會向他們的社群宣傳您的影片，這會帶來新的觀眾。
- 如果觀眾在社交網站分享您的影片，就等同於向所有的朋友和追蹤者評論您的影片。
- 請觀眾提出任何與影片相關的問題，並鼓勵他們留下評論。
- 提出特定的問題或二選一問題將可增加評論數。



這些提示是在評論中促進對話發生的絕佳方式。

號召性文字

有許多方式可以和您的觀眾溝通，包括在影片內放入號召性文字。在許多例子中，對觀眾說話可能是最有效的方式，不過還有很多有效的方法可以提醒您的觀眾採取一些行動。

在影片中置入號召性文字的方法和類型

拍攝訴求影片

- 以誠懇的方式直接對攝影機說話，讓觀眾願意傾聽並採取行動。在影片中讓影片的人物、角色或主持人提醒觀眾採取行動是很重要的。

註解

- 如需詳細資料，請參閱「註解」一節 (第 47 頁)
- 如果您不想讓角色在影片中直接面對觀眾，可以使用註解。
- 如果號召性文字並非影片內容的一部分，那麼註解就是放入號召性文字的絕佳方式。
- 使用註解來更新並將新的號召性文字加入舊影片中。

影片內圖表和「結尾選擇卡」

- 您可在影片中使用圖像式的疊加層提出特定的號召性文字。
- 為您的影片建立圖表來鼓勵訂閱、評論或分享。在影片上傳之後，您可以使用「聚光燈」註解，將這些圖表設為可點擊狀態。
- 建立影片「結尾選擇卡」，顯示於您的影片結尾，用來引導觀眾前往更多內容，鼓勵他們訂閱或造訪您的頻道網頁。您可以只建立一個範本，並同時顯示於多部影片的結尾，用來引導觀眾採取特定行動。

影片說明

- 如需詳細資料，請參閱「中繼資料」一節 (第 39 頁)。
- 利用影片說明中的可用空間，放入可讓觀眾進行操作的訊息和連結。
- 利用連結促使您的觀眾訂閱、前往您的頻道頁面、開啟播放清單或造訪您的網站與社交媒體。



在註解中加入重要的號召性文字，就能將再利用內容進行最佳化。

號召性文字

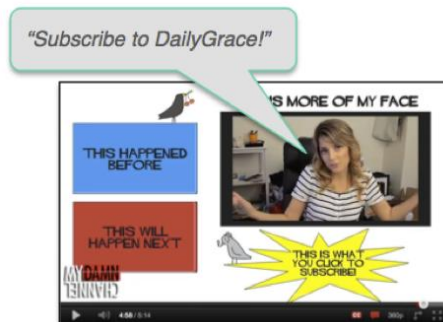
範例

訂閱

- /MysterGuitarMan



- /DailyGrace



- You!



詢問特定問題

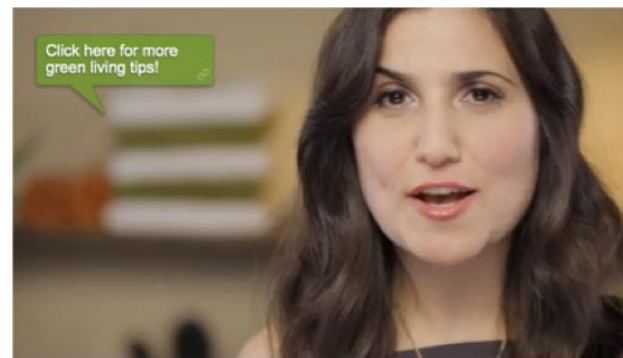
- /KnowYourMeme

"What side of the 'Pony War' are you on? Let us know in the comments below!"



更多內容 (註解)

- /eHow



請注意，以任何方式提供獎勵 (例如提供贈品或獎品給按下喜歡或將影片加入最愛的觀眾) 刺激影片點擊，都違反了 YouTube《服務條款》與《社群指南》。

號召性文字

操作指示步驟

1. 決定想要的行動

決定您希望觀眾對每部影片採取的行動。參與主要社群活動 (例如訂閱和觀賞更多內容) 的提示內容應該放入大部分影片中，不過還是要根據您的內容和整體目標評估正確的行動。

2. 選擇正確的方法和刊登位置

根據您的內容來決定是否要對攝影機說話、發表訴求以及使用圖表和/或註解，選擇正確的方法讓您的觀眾採取行動。

根據效果來安排每則號召性文字要在影片中顯示的位置，安排位置時，請注意不要讓觀眾分散注意力，千萬不要在觀眾看完影片前就引導他們離開。

3. 將號召性文字放入/新增至影片

影片中應該包含號召性文字拍攝影片、建立包裝、撰寫影片說明和新增註解時，請記住這些重要元素。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

透過 Analytics (分析) 中的「訂閱」圖表和「社群參與度」圖表，追蹤觀眾對號召性文字採取的行動有什麼變化。在您的影片中放入號召性文字，應該會提高觀眾對社群活動的參與度，包括訂閱您的頻道、加入最愛、表示喜歡和發表評論。



請注意，以任何方式提供獎勵 (例如提供贈品或獎品給按下喜歡或將影片加入最愛的觀眾) 刺激影片點擊，都違反了 YouTube《服務條款》與《社群指南》。

固定的上傳時間與上傳頻率

策略概念：

以固定時間和頻率在頻道發佈內容，並在頻道上保持活躍，並根據熱門話題發表相關內容。

奏效因素：

上傳頻率以及其他平台參與度會影響排名演算結果，並關係到能否持續吸引觀眾注意。培養觀眾群時，請記住「穩定的內容會帶來穩定的觀眾群。」

方法說明：

根據您的觀眾群，找出適當的發佈時程，讓您投資製作的內容能獲得最大效益。

時間成本

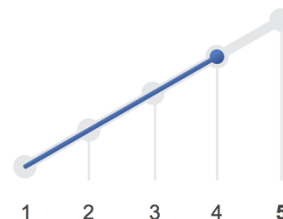


中等：
1 小時以上

作用

- 頻道觀看次數
- 訂閱者
- 影片排名
- 觀看次數

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Production

Publishing

Post-Publishing

固定的上傳時間與上傳頻率

在 YouTube 上有很多很棒的影片，因此保持觀眾的關聯性、參與度、興趣和注意力是很重要的。頻道資訊提供內的活動就是保持觀眾參與度的最佳方式。「餵養」您的頻道資訊提供！

上傳頻率和參與度

- 規律而頻繁地發佈內容會提高您經過演算後的排名，並且幫您增加觀眾人數。每週最少新增一部影片是不錯的目標，不過最適當的內容數量還是要根據您的觀眾、目標和內容來決定。排定上傳頻率可以讓您的觀眾定期看到新內容，並促使他們經常回訪您的頻道。
- 為觀眾保持活躍的資訊提供活躍的資訊提供仰賴經常上傳影片，但也關係到觀眾在平台上的參與度，包括評論、加入最愛、喜歡和管理您的播放清單。
- 在定期發佈內容的間隔期間，也要經常維護頻道的內容和保持參與度。如果您的頻道節目有季節性，或是在定期節目製作期間會休息一陣子，不要忘了在休息期間找一些方法來維持您的觀眾群。在您發佈主要影片的間隔期間，必須讓觀眾對您的頻道保持興趣。

讓您的產品發揮最大效益

- 充分利用您投入製作的成本。發揮創意，多方嘗試，找出能夠更穩定產出內容的方式。利用您投入的製作成本產出更多影片的方式，包括建立跟大型製作相關的補充內容，以及採用節省資源的製作技術。
- 利用現有的內容，建立對您的觀眾有吸引力的影片，像是影片特輯、NG 片段、幕後花絮、摘要重述、精選片段，預告片、影音網誌、評論影片等等。
- 將長篇內容剪接為簡短的版本做為影片的前導廣告、預告片或預覽片段。這些濃縮版影片會向觀眾介紹您的長篇內容，讓他們有興趣觀賞完整版。



使用註解、播放清單和其他連結讓觀眾從預覽內容中可以直接連到完整的影片。



「穩定的內容
造就穩定的觀眾群！」
- Freddie W, 頂尖的 YouTuber

固定的上傳時間與上傳頻率

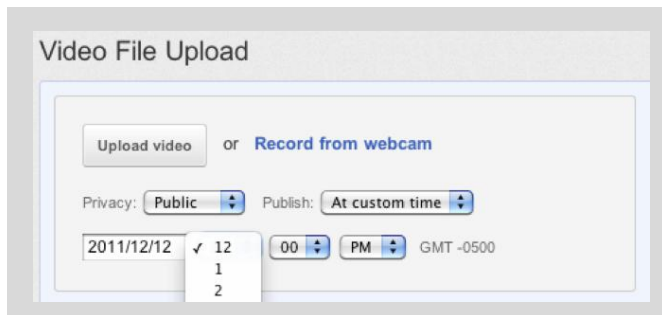
某些促進電視觀眾收視率的趨勢和觀賞動力也同樣適用於網路。固定影片發佈時間表、節目規劃和適時發佈等，都是線上影片成功與否的關鍵因素。

設定時間表

- 可能的話，盡量固定在每週的某一天發佈影片。在固定時間發佈影片可為您的頻道建立一種讓觀眾信賴的結構。如果觀眾知道新的劇集何時會發佈，您就更有機會留住觀眾，並讓他們回訪您的頻道。
- 運用時間表排定節目。如果您的頻道上有多種影片類型或同一處有多個系列節目，請為每個系列類型排出時間表，做為您頻道中不同項目的節目規劃。



Tip 利用 YouTube 的排程發佈功能來建立您的時間表。



及時發佈

- 只要適合您的觀眾，不妨以相關內容針對流行的主題做出回應。不必太拘泥於固定發佈時間。對於線上影片來說，時機是很重要的一件事。讓您的影片成為話題事件、竄升搜尋趨勢或熱門新聞的一部分，能讓某些內容一夕爆紅。新聞、政治、體育、實況報導和時事意見等內容可以讓您藉由熱門話題而增加知名度。
- 除了定期節目之外，適時增加這類回應內容和補充內容，可以讓您的頻道找到新的觀眾。



Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
27	28	29	30	Dec 1	2	3
4	5 Mon. Episode	6	7 How-To Episode	8	9 Fan-Friday Videc	10
11	12 Mon. Episode	13	14 How-To Episode	15	16	17
18	19 Mon. Episode	20	21 How-To Episode	22	23 Best of 2011 Epi	24
25	26 Mon. Episode	27	28	29	30	31 New Year's Eve

固定的上傳時間與上傳頻率

範例

補充內容 (幕後花絮/前導廣告)

- /TheMomsView

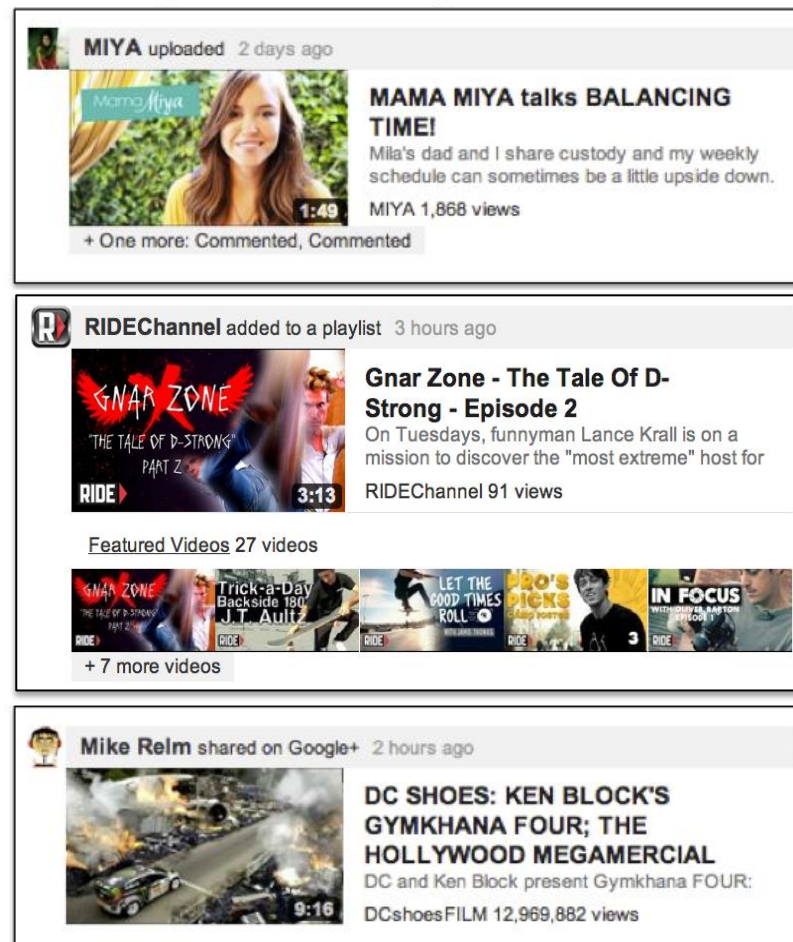


補充內容 (評論影片)

- /BarelyPolitical



透過上傳影片和其他方式保持活躍的資訊提供



固定的上傳時間與上傳頻率

操作指示步驟

1. 為您的內容設計適當的時間表

設計時間表時，需考量影片類別和內容，可能會有現有的趨勢可供參考。例如，電影通常在星期五上映，因此如果您要發表評論或提供電影報導的相關影片，就得考慮上述的電影上映時間，再決定恰當的影片發佈日。

如果您設定了時間表，必須向新舊觀眾清楚說明發佈劇集的時間和頻率。您可以透過影片、劇集說明或是在頻道的其他品牌宣傳位置，向觀眾說明影片的發佈時間。

2. 讓您所投資的產品發揮最大效益。

想辦法從您的拍攝和製作過程中粹取出更多內容。

透過製作技術，盡量縮短製作時間並增加可利用內容。

為您的主要專案或影片製作補充內容，可以用較簡易的方式製作。捕捉幕後花絮鏡頭，保留 NG 片段記錄，建立影音網誌風格來更新或評論影片。

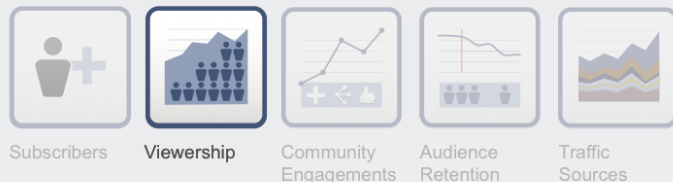
3. 盡量提高您的上傳頻率

越多內容會帶來越多觀眾以及更亮眼的演算排名結果。穩定地發佈內容會培養並留住穩定的觀眾群。

運用其他參與方式（評論、播放清單等等）向觀眾展現頻道的活躍形象。

在定期發佈或系列節目換季期間維護您的內容和活動。

Analytics Tip



利用 Analytics (分析) 中的觀眾人數圖表，找出哪一天是頻道觀看次數的高點，或者觀眾的動向是否與您排定的時間表相符。瞭解當您在頻道中新增內容時，會獲得多少觀看次數，然後找出製作投資和獲取觀看次數之間的平衡點。

收視強棒節目

策略概念：

建立、發佈和/或包裝與收視強棒節目相關的內容。

奏效因素：

收視強棒節目有助推升搜尋趨勢表現、增加專欄推薦機會和觀眾興趣，同時也會帶動廣告客戶宣傳活動。

方法說明：

根據節目行事曆建立並發佈內容。運用播放清單和其他包裝方式將您的內容塑造成收視強棒節目。

時間成本

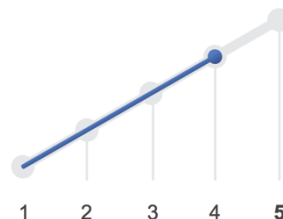


稍短：
少於一小時

作用

- 宣傳活動
- 觀看次數
- 探索
- 外部網站流量

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Production

Publishing

Post-Publishing

收視強棒節目

為什麼 Discovery 頻道每年都有「鯊魚週」？為什麼許多情境喜劇在十月底都會有萬聖節主題劇集？為什麼 Today Show 在情人節前一週會請相關專家上節目？這些問題的答案就是：收視強棒節目。

收視強棒節目是宣傳活動、贊助商/廣告客戶和收視趨勢一整年圍繞的文化活動。趁著強檔電影上映、體育活動、節慶假日和小眾活動期間，讓您所製作的內容曝光。這個策略適用於所有的合作夥伴。任何頻道都能建立或參與跟頻道特定觀眾相關的收視強棒節目。



規劃您的內容

- 建立節目行事曆，找出與您的頻道及觀眾相關的收視強棒節目。
- 以即將展開的事件為中心來建立影片，讓宣傳和收益機會大為提高，並且能透過觀眾群和搜尋趨勢來獲利。
- 以新的方式重新包裝先前的內容，做為收視強棒節目。重新利用舊的片段，將這些片段放在新建立的內容中，就能建立新的影片。建立播放清單來重新整理您的影片，並針對即將發佈的收視強棒節目進行規劃。



標題和標記可以幫助您重塑影片品牌形象，建立與收視強棒節目的關聯。多加利用內容相關的封存檔案

搶先造成話題

- 至少要在收視強棒節目開始的幾天前發佈相關內容。線上影片與電視、電影不同，因為線上發佈的影片有「長尾效應」。事件的前幾週的「口耳相傳」的重要性不亞於事件實際發生的當天，前者甚至可能更重要。事件發生時與發生後，影片都會持續留在網路上，但如果能提早發佈影片，則會有較大的原動力。
- 適當的發佈時間取決於關注特定事件的熱情持續時間。

收視強棒節目

操作指示步驟

1. 建立節目行事曆

建立接下來幾個月的節目行事曆找出與您的頻道相關且對觀眾別具意義的主要收視強棒節目。

挑選 (或自己創造) 讓您想要投注更多資源、時間或內容的收視強棒節目。

2. 發佈與收視強棒節目相關的影片

根據收視強棒節目建立影片，並策略性地決定收視強棒節目相關影片的發佈時機。

運用額外的時間與資源、善用人才或與其他頻道協同合作製作收視強棒影片，這會讓您獲得更多觀眾目光和搜尋量。

針對您為頻道和觀眾創造的里程碑或「專屬標誌」，投注大量時間以慶祝或製作特殊內容。將週年紀念日塑造成特殊活動或者替特定星期或月份排定特別節目。

3. 執行網誌推廣活動

將您的收視強棒影片發送到相關網誌、網站和線上社群，讓這些網站的讀者能夠瀏覽收視強棒節目相關內容。

撰寫影片內容的簡短描述，並說明為什麼這些內容非常適合目標網站讀者。在說明推廣活動的電子郵件中置入連結和內嵌程式碼。

(請參閱「網誌推廣活動」一節，第 75 頁)

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

使用 Analytics (分析) 中的觀眾人數資料來追蹤規劃內容後所造成觀眾人數變化。使用「流量來源」資訊可讓您追蹤觀看次數，這些次數統計分別來自搜尋、首頁、精選影片或是內含收視強棒節目宣傳影片的網誌。

交叉宣傳與協同合作

策略概念：

與其他創作者合作，並在各頻道之間進行交叉宣傳。

奏效因素：

交叉宣傳會引導觀眾瀏覽內容或頻道，而與其他創作者協同合作可能是接觸新觀眾並增加觀看次數最有效的方法之一。

方法說明：

建立向相關觀眾交叉宣傳您的內容的策略。找出並聯繫那些與您有相似觀眾群的頻道，規劃有創意的協同合作方式。

時間成本

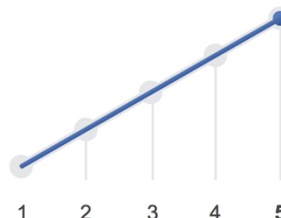


最高：
一整天或更久

作用

- 頻道觀看次數
- 訂閱者
- 觀看次數

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Production

Publishing

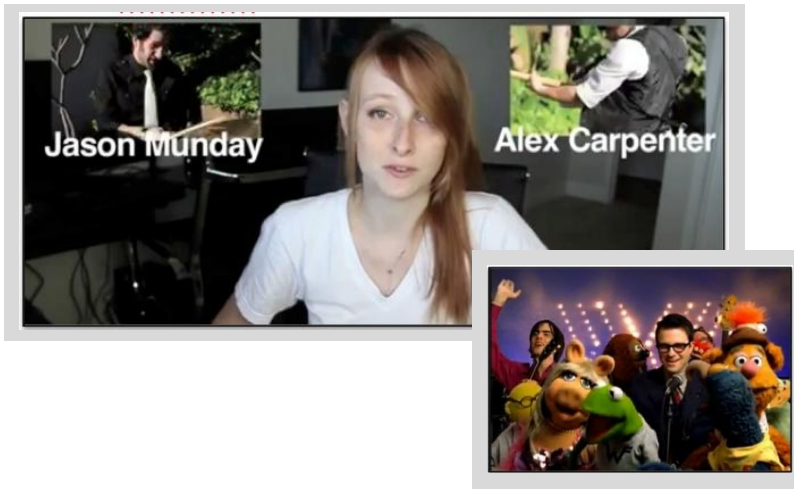
Post-Publishing

交叉宣傳與協同合作

跨頻道交叉宣傳以及與其他線上創作者協同合作，是拓展觀眾和訂閱者最有效的方法之一。在 YouTube 上尋找那些已經吸引了不少觀眾的頻道，以此為起點接觸新觀眾。

無論您的頻道是哪種類型 (影音網誌、品牌宣傳、喜劇、音樂) 都應該優先找出相似或相關頻道，以便合作進行交叉宣傳，並以雙方都同意的方式協同合作。您必須先建立您的內容、頻道以及觀眾群，其他頻道才能夠支援或參與。

MeekaKitty 宣傳音樂家來賓



Weezer 與 The Muppet Studio

一般最佳做法

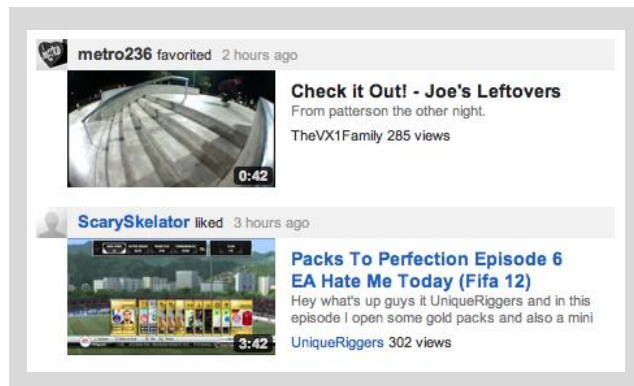
- 找出與您的觀眾相關或是能吸引相似客層的頻道，進行交叉宣傳與合作。
- 在頻道中出現、邀請明星來賓或提供內容給其他頻道，反之亦然。善用彼此的觀眾群，從中找出新的觀眾。
- 善用「遠端」協同合作，發揮創意。錄製談話影片、用影片進行回應或是與您頻道中的其他影片合併製作新影片。
- 讓觀眾可以輕易從一處移動到另一處。透過註解、播放清單、說明中的連結和影片中清楚的指示，告訴觀眾如何看到更多影片。
- 交叉宣傳期間要在頻道上積極活動。回應新觀眾的評論。展示您最好的內容，並與新的觀眾互動，建立良好的第一印象。例如，以新的方式為頻道進行品牌宣傳，或是精心挑選最佳影片或播放清單 (參閱第二節的「頻道最佳化」，第 57 頁)。

交叉宣傳與協同合作

影片內宣傳

- **明星來賓：**在其他頻道的內容中出現或客串演出，是和其他創作者及頻道合作的絕佳方式。您可以結合來自各頻道中的元素，或單純置入其他頻道的主題。
- **尖叫：**尖叫可以是來自正在宣傳的頻道的實際剪輯片段前導影片或單純是個可能成功的推薦的說明。找出簡短、驚人或緊張的片段，讓觀眾對於號召性文字所指向頻道更感興趣，想要一探究竟。

確認您已透過說明中的註解和連結連往其他頻道。



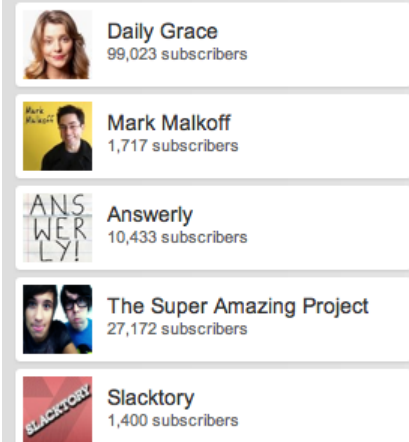
頻道宣傳

- **推薦活動：**「喜歡」，「加入最愛」或「評論」其他頻道上您想要宣傳的影片。這項被動宣傳會出現在您的活動資訊提供，讓您的訂閱者參考。

訂閱者方塊分享

- 在您頻道網頁上的「其他頻道」模組是連結您所管理或您要宣傳的其他頻道的絕佳方式。使用者訂閱您的頻道時，他們也可以選擇訂閱您所列出的其他頻道。
- 讓其他頻道將您列於清單中，而您也將這些頻道選入您的清單，透過這種方式進行交叉宣傳。

Other Channels



利用 VidStatsx.com 找出成功的頻道並比較訂閱者成長情況。

交叉宣傳與協同合作

共用的主題

- 與其他製作者一起整理並建立一些彼此關聯、互為補充的影片。將兩組內容聚焦在同一個強棒收視活動上，或是製作調性/主題/觀點相似的補充影片。
- 透過播放清單、註解、陳述、影片說明和連結，讓觀眾認識所有交叉宣傳中的頻道。
- 考慮將多部影片串連成「鏈」，形成循環 (例如製作人 A 以一部前導影片或一則對於製作人 B 的影片推薦作為自己的影片結尾，而在 B 的影片中又連結到製作人 C，依此類推，最後回到 A) 無論觀眾從哪裡開始，迴圈中的所有影片都能獲得新的觀眾和潛在的訂閱者。



範例

明星來賓協同合作與交叉宣傳

- /FreddieW 和 /EpicMealTime



- /Weezer 和 /TheMuppetStudio



「與許多人合作是絕對必要的，也是在網路上製作影片的必經過程。」

- KassemG, 頂尖 YouTuber

How Will You Do it?

交叉宣傳與協同合作

操作指示步驟

1. 建立您的頻道吸引力

在聯繫其他頻道進行協同合作之前，要先以優質的內容與忠實的觀眾群來建立您的價值。

在您的頻道上建立一些罕見、突出、引人注目或特別的內容，這會使其他頻道樂意支援或與您合作。不只是內容，更可延伸至製作支援、人才運用、拍攝地點等等。



擁有獨一無二的內容是讓您能在頻道剛起步時吸引其他人合作的一種方式。

2. 瞭解並尋找相關創作者和頻道

瞭解與您的頻道觀眾群相似的其他頻道。

3. 建立有吸引力的交叉宣傳機會，以及協同合作影片

與擁有相似內容和相關觀眾的頻道及創作者一起建立協同合作影片。

根據每位創作者想要從交叉宣傳中獲得的益處設定明確的目標。與其他入密切合作，確保每個頻道都能將合作的機會與獲益最大化。

在交叉宣傳期間適度調整您的頻道、內容和參與度，為新來的觀眾提供最佳體驗，讓他們加入頻道訂閱的行列。

持續更新並重整較低強度的宣傳策略，例如在您的「其他頻道」清單中加入精選頻道，以及宣傳您所推薦的活動。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

在 Analytics (分析) 中檢視觀眾人數圖表和訂閱者變化，追蹤交叉宣傳的功效及成果。評估您的內容/頻道的「黏性」，並且衡量額外觀看次數所帶來的訂閱人數，瞭解與交叉宣傳之間的關聯性。在宣傳活動結束幾週後，有多少新的觀眾留下來？

檢查清單



創造獨一無二、引人注目、趣味十足或深具知性的精彩內容。



為影片的黃金 15 秒進行最佳化。



在影片中或註解中置入特定的號召性文字。



為您的頻道設定固定週期的時間表，最大化您的製作投資，以提升發佈影片的頻率。



建立節目行事曆並找出跟您的觀眾有關的收視強棒節目，然後據此建立內容。



找出內容相似和/或觀眾有相關性的頻道，再與他們合作建立有效的交叉宣傳機會和協同合作影片。



利用 Analytics (分析) 深入瞭解您的觀眾群，藉此改善您的內容，也有助於您開發高效益的節目和製作策略。

第二節

發佈與最佳化

- 39 中繼資料
- 44 縮圖
- 47 註解
- 52 播放清單與影片回應
- 57 頻道頁面
- 63 觸及所有目標對象
- 68 檢查清單

中繼資料

策略概念：

為您的內容撰寫最佳化的標題、標記和說明。

奏效因素：

中繼資料可協助 YouTube 將您的內容編入索引，這對於透過搜尋和推薦影片累積觀看次數相當有用。

方法說明：

在為您的影片撰寫中繼資料時使用最佳化的關鍵字與格式。

時間成本

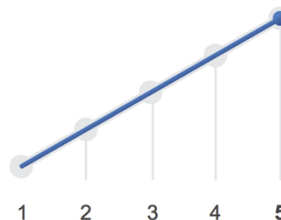


最低：
0 至 5 分鐘

作用

- 影片排名
- 觀看次數
- 搜尋流量
- 推薦影片流量

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

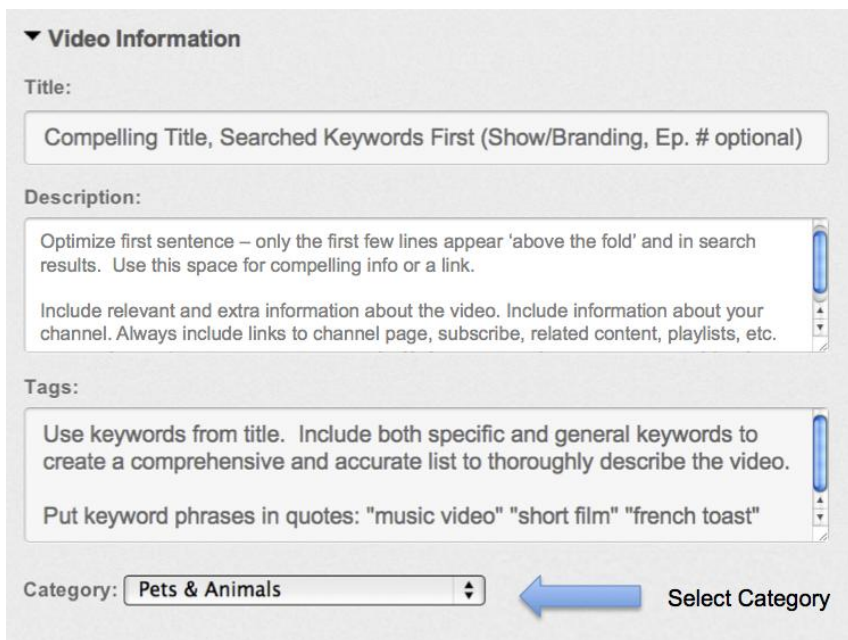
Production

Publishing

Post-Publishing

中繼資料

YouTube 是世界上第二大的搜尋引擎；最佳化您的影片可讓您從中獲益。中繼資料是指影片週邊的各種資訊：標題、標記、說明、縮圖。這個資料設定會交給 YouTube 進行影片內容運算，再編入索引以提供搜尋服務、精選影片、相關影片和廣告放送等功能。



▼ Video Information

Title:

Compelling Title, Searched Keywords First (Show/Branding, Ep. # optional)

Description:

Optimize first sentence — only the first few lines appear 'above the fold' and in search results. Use this space for compelling info or a link.

Include relevant and extra information about the video. Include information about your channel. Always include links to channel page, subscribe, related content, playlists, etc.

Tags:

Use keywords from title. Include both specific and general keywords to create a comprehensive and accurate list to thoroughly describe the video.

Put keyword phrases in quotes: "music video" "short film" "french toast"

Category: Pets & Animals  **Select Category**

最佳化提示總覽

(請參閱附錄中的關鍵字資源)

標題

- 引人注目
- 將關鍵字擺在最前面
- 將品牌宣傳放在最後面
- 準確傳達內容

說明

- 將開頭的一二個句子最佳化
- 將最有吸引力的資訊放在最前面
- 置入關鍵字、連結
- 頻道說明、實用資訊

標記

- 融合一般性和特殊性
- 按照次序
- 多樣化且數量龐大
- 用括號括住關鍵詞組：「短片」

以中繼資料做為包裝

中繼資料也可以用在包裝或重塑影片。為封存影片標題新增相關的關鍵字有助於您在新的搜尋趨勢或收視強棒節目中重新運用影片。



請記住，為您的影片使用誤導性的中繼資訊違反《YouTube 服務條款》的規範

中繼資料

標題

標題是一項重要的工具，不僅說明內容，也能吸引使用者點擊您的影片。您可將標題想成是宣傳詞或雜誌封面小標，可強烈引起潛在觀眾的興趣，但在進行設計和撰寫的同時也需顧及關鍵字及排名演算的結果。

- 使用相關和最吸引人的關鍵字，儘可能「引起觀眾點擊關鍵字的慾望」並提高搜尋流量，不過也務必精確描述內容。
- 將關鍵字放在標題開頭，將品牌宣傳 (例如您的節目和頻道名稱) 放在最後。
- 主動更新目錄影片的標題並進行最佳化，以保持相關性並透過影片的「長尾效應」累積觀看次數。



How to Prepare and Cook a Turkey

Learn **how** to make a perfect **turkey** for your next Thanksgiving feast.
by AsianCookingmadeEasy | 3 years ago | 108,387 views



Harry Potter vs. Voldemort Rap : Original Short

Exclusive! **Harry Potter vs. Voldemort** in an epic rap battle to determine who is the ultimate wizard! Indy Mogul features the **Voldemort** make-up ...
Full Episode: Season 2, Episode 21b | by indymogul | Backyard FX

標記

- 為您的頻道建立一套「一般標記」，以便套用到您所發佈的任何影片。這些標記應該是可適用於您所製作大多數內容的一般標記，例如「電影製作」、「動畫」、「喜劇」、「有趣的影片」、「寵物影片」等標記。
- 撰寫與影片內容相關的標記時，最好混合特定和一般關鍵字。
- 使用適當數量的標記，貼切傳達您的影片內容。
- 每當新的搜尋趨勢成形時，利用相關標記不斷更新並最佳化您的封存影片。

格式

- 使用適當的標記格式，確保影片能正確編入索引中。
- 結合一般關鍵字和特定關鍵字。
- 為詞組加上引號，例如“哈利波特”
- 將影片標題原樣複製，在標記中使用一模一樣的字詞順序。

Tags:

"Harry Potter" Voldemort rap trailer "Original Short" "Funny Videos" comedy "Movie Spoof" "Special Effects" "Test Film" Hip-hop "Harry Potter"

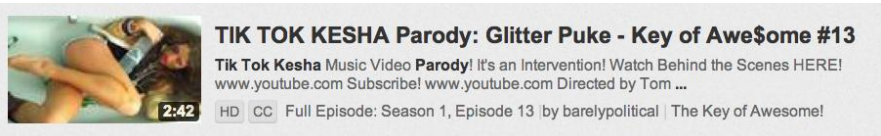


只在中繼資料的標記部分新增標記。在您的影片說明中增加其他標記會形成垃圾訊息，可能會使影片遭到移除或在搜尋中降級，帳戶也可能遭到終止。

說明

說明可同時向觀眾及 YouTube 的演算法告知影片有何內容，同時也很適合在此加上無法在影片中提供的額外資訊。您所發佈的每部影片都會接觸到新的觀眾。說明是另一個關鍵機會，能讓這些新觀眾瞭解您的頻道及頻道所提供的內容。提供連結讓觀眾前往您的頻道、訂閱或觀賞更多內容。

- 請在您的說明開頭先說明最相關的資訊，並使用最有力的用語，因為影片觀賞網頁的「不需捲動位置」以及搜尋結果縮圖旁只會顯示說明中的前幾句話。



- 撰寫您的說明時，也請納入標題和標記中所用的關鍵字，以及額外的相關關鍵字。
- 一定要加入的資訊：
 - 您的頻道網頁連結
 - 訂閱連結
 - 相關內容的連結，或影片中所提及網站/影片/頻道/使用者的連結。
 - 社交媒體連結。
 - 連結前應一律加上「http://」，才能變成可點擊的超連結。

- 每集的說明中皆加入重複出現的「關鍵字宣傳詞」。關鍵字宣傳詞是用來描述您頻道的幾句話，但撰寫時特別納入幾個有助於搜尋能見度的關鍵字。在劇集說明中重複這種宣傳詞可以讓新觀眾知道您的頻道、協助納入正確關鍵字並增加您的影片搜尋相關性。
- 在每集說明中列出您頻道的節目推出時間表。
- 讓您所有影片的說明遵循相同的結構或範本，讓您的觀眾獲得一致感，並提高影片彼此間的關聯性、提升在「相關影片」中的排名。

MORE BARELY:

Subscribe!

http://www.youtube.com/subscription_center?add_user=barelypolitical

Facebook!

<http://www.facebook.com/thekeyofawesome>

Get the songs on iTunes!

<http://itunes.apple.com/us/album/the-key-awesome-deluxe-edition/id374349910>

操作指示步驟

1. 運用關鍵字資源工具

使用關鍵字產生器工具協助您為上傳的影片和/或頻道產生關鍵字，並進行測試。

2. 建立「一般關鍵字」、「關鍵字宣傳詞」和「一般頻道連結」

根據您頻道的內容、主題和觀眾，建立一般關鍵字清單，以便套用到您的頻道和大多數的上傳影片。這些關鍵字應以類別、屬性、較大的主題、節目名稱等等為主。

寫下二到四個句子，說明您的頻道並納入與您的內容相關的關鍵字。加入新劇集的推出時間表及其他相關資訊。

建立可顯示在每集說明中的連結清單。

3. 為每個新上傳影片 (以及封存影片) 最佳化中繼資料

擬定引人入勝、準確達意，並且以關鍵字為主體的標題。先提出關鍵字，然後再提到品牌或節目名稱。

儘量多填入相關且適當的標記。加入您的「一般關鍵字」和關於該集的特定標記，藉以撰寫混合一般標記和特定標記的清單。遵循正確的格式。使用關鍵字產生器工具。

撰寫詳盡、實用並以關鍵字為主體的單集說明。撰寫說明時務求第一句就引人入勝。加入與該集或您的頻道相關的資訊或實用的資訊。加入您的「關鍵字宣傳詞」、連結清單。

藉由更新中繼資料以反映最新搜尋趨勢、收視強棒節目或其他可能與內容相關的關鍵字，可讓您為封存的影片重新打造品牌，或持續保持最佳狀態。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

使用 Analytics (分析) 中提供的「流量來源」資料，來追蹤在您將中繼資料最佳化後，來自搜尋流量和推薦影片流量的觀看次數變化。使用關鍵字工具和 Google Analytics (分析) 以更加瞭解哪些關鍵字會吸引觀眾觀賞您的內容。



縮圖最佳化

策略概念：

為您的影片建立優良、高品質的自訂縮圖，最好能準確反映影片內容。

奏效因素：

縮圖就像您內容的迷你行銷海報，可吸引人們點擊您的影片，因此相當重要。

方法說明：

為新影片設計自訂縮圖並上傳。更新封存影片的縮圖。

時間成本

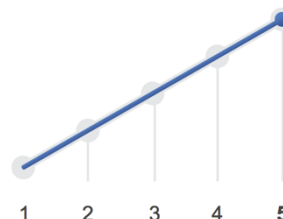


稍短：
少於一小時

作用

- 影片排名
- 觀看次數
- 搜尋流量
- 推薦影片流量

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Production

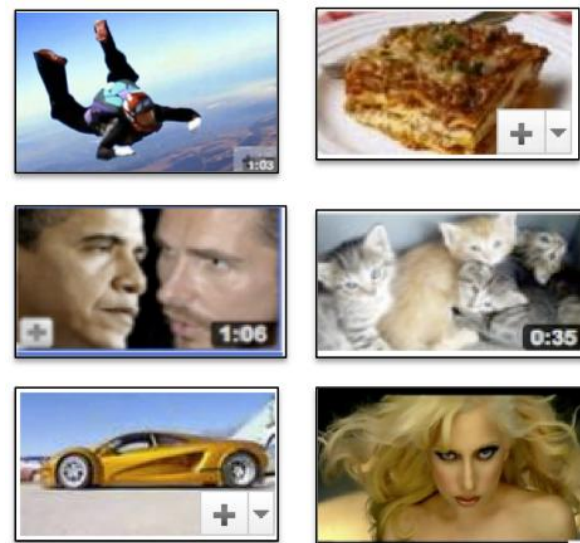
Publishing

Post-Publishing

縮圖最佳化

縮圖以及您的影片標題就像您的 YouTube 內容的迷你行銷海報。您最好一律製作自訂海報框架，隨影片檔案一併上傳。以下是您可依循的幾條基本原則，不過最適合的海報框架仍視您的影片內容而定。

- 清晰、聚焦，高解析度 (最小 640 像素 x 360 像素，長寬比 16:9)
- 明亮，高對比
- 臉部特寫
- 視覺上引人注目的圖像
- 構圖良好
- 前景鮮明突出
- 縮小或放大觀看都一樣好。
- 精確傳達內容



縮圖對於搜尋、相關影片流量以及頻道網頁最佳化作業都很重要。影片的圖像快照是在 YouTube 上吸引觀眾的最重要最佳化途徑之一。



請務必上傳高解析度的縮圖，讓您的縮圖在整個網站上都呈現鮮明清晰的樣貌。

不理想

理想



縮圖應該準確傳達影片中的內容，不可含有過於明顯的性暗示。

縮圖最佳化

操作指示步驟

1. 在拍攝影片時，將最佳化方式謹記在心

拍攝您的影片時，留意讓內容能轉換出效果良好的縮圖。

在拍攝時適當打光、注意構圖並捕捉引人注目的圖像，會讓您擁有較好的材料可供縮圖使用。

考慮在拍攝影片的同時也拍攝照片，以擷取可用作縮圖的圖片。

2. 建立優良縮圖

使用影片中的畫面及其他補充性的畫面 (應相關/適當) 來製作自訂縮圖，展現影片中的最佳瞬間畫面。

使用相片編輯軟體來調整圖片的大小、修改圖片，或將數張圖片合併在一個框架中。

對圖片套用調整對比度及亮度之類的效果，讓圖片更顯眼、色彩更鮮明。

將縮圖調整到顯示在 YouTube 網站上的實際大小然後預覽，瞭解當圖片縮小時是否仍能吸引目光。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

追蹤當您將縮圖最佳化後，觀賞人數有何變化。使用 Analytics (分析) 中提供的「觀賞人數」圖表和「流量來源」資訊，來追蹤來自搜尋、首頁資訊提供或推薦影片的觀賞人數是否增加，因為在這兩條途徑中縮圖是吸引點擊的關鍵。

註解

策略概念：

在您的影片上使用註解，可增加觀賞人數、參與度和訂閱人數。

奏效因素：

註解是 YouTube 的獨家功能，可吸引觀眾繼續觀賞更多內容、促進社群針對您的影片採取行動，並增加新的訂閱者。

方法說明：

上傳影片後，對所有影片新增相關實用註解。在封存影片中使用註解，直接導向新活動或內容。

時間成本

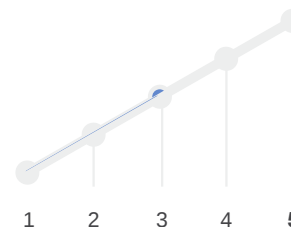


最低：
0 至 5 分鐘

作用

- 影片排名
- 參與度
- 訂閱者
- 觀看次數

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Production

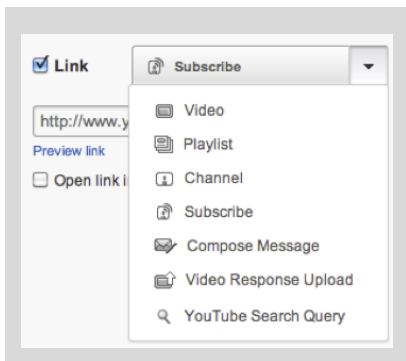
Publishing

Post-Publishing

註解是您可放置在 YouTube 影片上的重疊文字。使用註解的方式有很多種，製片者也在持續尋找新穎、富有創意、策略性的方式，將註解運用在影片上。

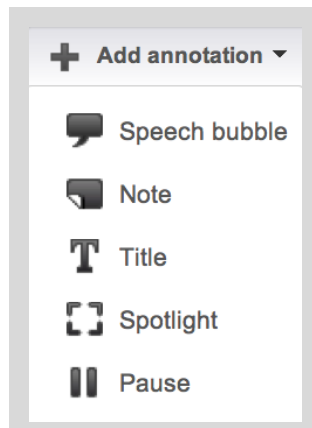
註解使用實例

- 補充其他資訊。
- 當做動態、可編輯的文字圖層。
- 當作導覽元素 (前往特定時間碼或下一集/上一集)。
- 當做影片上的訂閱按鈕。
- 可讓使用者點擊影片區域或進行互動。
- 透過影片內的區域將觀眾導向您的頻道頁面。
- 向觀眾提出指定問題，並請觀眾透過評論回應。
- 鼓勵社群活動，例如按下影片的喜歡按鈕，或將影片加入我的最愛。
- 其他內容的連結：影片、播放清單、頻道、完整版本。
- 為舊影片新增動態內容。



註解類型

- 您可以自訂註解的各項設定：大小、顏色、類型、連結，以及註解的顯示時間。
- 不同類型的註解有其適用的需求和策略，請使用最適合您影片的註解。
- 使用聚光燈註解，可讓使用者點擊影片內的區域。
- 您可以自訂註解的其他許多設定，包括：大小、顏色、類型、連結，以及註解的顯示時間。
- 不同類型的註解有其適用的需求和策略，請使用最適合您影片的註解。
- 使用聚光燈註解，可讓使用者點擊影片內的區域。
- 聚光燈註解的文字只會在觀眾將滑鼠游標停駐在註解上方時顯示。觀眾的滑鼠游標不在註解上方時，註解只會顯示部分大綱。這類註解相當適合新增低調但又方便觀眾點擊的註解。
- 將註解設定為可點擊狀態，並且為註解與 YouTube 上的各個位置或活動建立連結。您也可以將註解設定為可點擊狀態後在新視窗開啟，讓觀眾不必離開原本的影片。



一般最佳做法

- 儘量不要將註解放置在影片下半部三分之一的地方。廣告重疊會覆蓋底下的註解。
- 小心不要擋到實際影片內容。
- 運用您的最佳判斷，決定註解的刊登時間、位置、樣式，以及每集影片要使用的註解數量。不要用太多註解轟炸觀眾，因為會帶來「彷彿垃圾訊息」的感覺，造成反效果。

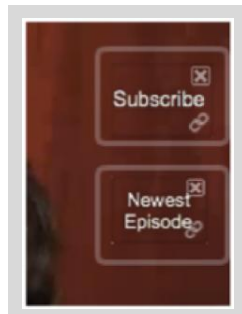
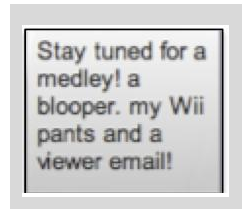
「結尾選擇卡」範例：聚光燈註解可讓觀眾點擊圖片。

- /Smosh

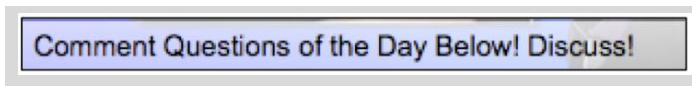
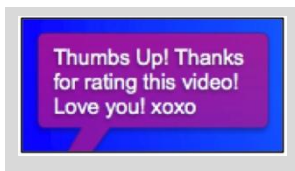
- /HISHE



如果連結的影片會在所屬播放清單中播放，請將「&list=(playlist ID HERE)」新增至網址後面。



其他用法：



一致的導覽註解

有些頻道成功運用註解範本增加人氣，也就是在所有影片的相同位置放置同一種註解。例如：

- 訂閱按鈕：可讓觀眾直接從您的影片上輕鬆訂閱頻道。觀眾只要按下訂閱按鈕，這個註解就會將您的頻道加入觀眾的訂閱項目。
- 最新影片/下一部/上一部：同系列其他影片或最新影片的連結。在影片中加入可連結到最新內容的註解，有助於您運用所有影片，帶動最新內容的流量。



其他註解策略

- 影集開頭的號召性文字：請觀眾表態自己「喜歡」或要將影片「加入到最愛」。
- 提問：提問越具體通常越有效。
- 相關影片，或影片提及的其他內容。
- 內容的其他相關資訊或補充資訊。
- 在影集結尾反覆顯示訂閱按鈕和其他號召性文字。
- 創意思考！註解的使用方法有很多種，您不妨動動腦，思考如何運用這項獨



YouTube 播放器框架的最底部可能偶爾會覆蓋註解，請儘量避免在底部放置註解。

註解

操作指示步驟

1. 瞭解如何建立註解

瞭解各個類型的註解及其使用方式，以及如何製作及編輯註解。

2. 發佈之後，將註解新增至新上傳的影片中

決定最適合您的內容和觀眾的註解。避免製作會干擾觀眾的註解或濫用註解。使用註解顯示號召性文字，鼓勵觀眾使用社群互動功能，例如將影片加入我的最愛、喜歡的影片，以及分享影片等。

決定是否有任何靜態註解適合您的影片。新增「訂閱」註解和/或「最新一集」註解，這些註解隨時可為觀眾提供整部影片的簡易導覽。

在片尾使用註解，可將觀眾導向其他影片、您的頻道，或讓觀眾執行其他動作，例如訂閱頻道等。建立「結尾選擇卡」並加入影片，然後使用註解讓觀眾可以點擊「結尾選擇卡」。

3. 更新高人氣封存影片的註解

為高人氣封存影片新增及更新註解，有助於讓這些觀眾觀看新計劃或新上傳的影片。

使用註解重新包裝舊內容，並搭配更新的中繼資料，將舊內容用於新用途。

4. 創意思考

多多實驗，改變註解的使用方式，協助您提升參與度、累積觀眾群，或單純改善影片內容，更添影片吸引力。

新增元素時，預先設想要如何在上傳影片後透過可點擊的註解來強化影片。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

註解對各項衡量指標造成的影響，端視您的用途以及您引導觀眾所做的動作而定。如果您使用註解引導觀眾進行社群動作、吸引訂閱者及連結到其他影片，則可追蹤這些衡量指標的整體成長。如需評估特定動作或計劃的成效，則可著重該動作或計劃。

播放清單與影片回應

策略概念：

使用播放清單和影片回應，將您的內容整理成一組一組的影片。使用播放清單為節目分組、訂定內容主題或規劃內容。

奏效因素：

播放清單可協助您將內容整理為有意義的影片組別，增加觀眾觀看的影片數量，並讓觀眾更易於瀏覽您的內容。

方法說明：

為不同組別的影片建立播放清單。將新上傳的影片新增至相關播放清單，並將這些影片設為其他影片의 影片回應。

時間成本

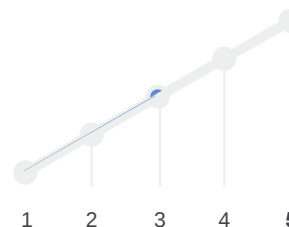


稍短：
少於一小時

作用

- 參與度
- 訂閱者
- 影片排名
- 觀看次數

影響程度



最佳化類型

Pre-Production
Production
Publishing
Post-Publishing

播放清單與影片回應

您可以使用自己的內容或其他頻道的影片建立播放清單，也可以同時使用兩者來建立。播放清單可當作內容整理工具，或建立者可以將播放清單為觀眾建立其他觀看體驗。播放清單可以顯示在您的頻道上，也會顯示在搜尋結果和推薦影片

播放清單整理法

播放清單可有效整理影片，不論要將影片分成群組或觀看組別都不是問題。如果您的頻道提供多樣化節目或主題內容，播放清單可幫您整理所有影片。使用播放清單讓頻道易於瀏覽。

- 將不同的節目分門別類，放到所屬播放清單，在頻道上顯示這些播放清單，並且為觀眾將影片連在一起。
- 為特定主題或收視強棒節目建立組別。使用標題和縮圖為組別標示品牌。
- 建立播放清單主打觀看次數最多的內容和最新的上傳內容，即可建立目錄觀看與您影片的連結。
- 如要讓某組影片一直一起顯示在觀看頁面上，請將一份清單設為「系列播放清單」。這個選項相當適合系列內容使用。系列播放清單中的影片不能加入其他播放清單。

播放清單搜尋

Revision3 Holiday Gift Guide

Our shows share their picks for the best gifts for your friends and family this



播放清單觀看體驗

- 建立者也可以使用播放清單串聯影片，建立長時間的觀看體驗，也就是串聯個別影片建立長版內容。
- 您可以為影片建立專屬的簡介影片，介紹您剪輯的整組影片。
- 您也可以建立「插頁式」影片，讓這些影片在您規劃的播放清單影片之間顯示，提供上下文和評論。有時候也稱為「代管」播放清單。



這些播放清單上的特定影片也會單獨顯示在網站上，考慮要怎麼使用註解、訊息和中繼資料告訴使用者這些影片是清單的一部分。

- 使用播放清單模式觀看影片時評論影片，就能將「播放清單評論」新增至清單的每個影片。觀看這份播放清單的觀眾可以在影片下方看到這些評論。

播放清單觀看體驗

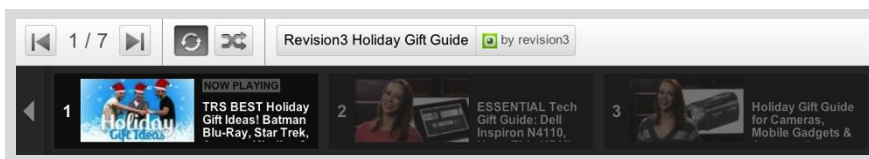


播放清單與影片回應

最佳化的播放清單和影片回應

- 為播放清單下標題、選擇標記及撰寫說明時，應使用中繼資料和關鍵字。
- 為您的播放清單選取最佳縮圖。您可以選擇清單中任一部影片的縮圖。
- 您可以重新排序影片，為觀眾建立最佳線性觀看體驗。
- 在說明中建立這些影片的連結，表明播放清單影片的建立者。
- 管理影片的影片回應。您可以自行開放使用者將影片設為對您內容的回應，或限制只能使用您的內容進行回應。
- 使用影片回應可讓您用自己的相關內容填滿影片周圍。
- 請觀眾提交影片回應也是與觀眾互動的一種方式。

(播放清單體驗範例)



宣傳播放清單

- 系統會在您的資訊提供上發佈您建立影片或將影片加入播放清單的動作，藉此通知訂閱者。將影片新增至播放清單，是另一種發佈資訊提供的方式，還可以廣播內容。
- 上傳影片向訂閱者介紹播放清單，並使用註解、訊息和連結讓使用者觀看播放清單。
- 在頻道頁面上放置播放清單，並將播放清單嵌入網站。



評論你的播放清單，因為他們的評論會包含你的播放清單連結。宣傳播放清單的影片或整個播放清單時，請使用正確的網址。如要與「自動播放」播放清單模式的影片建立連結，請確認網址含有「&list=」。設定成在播放清單中播放影片的網址，如右所示：youtube.com/watch?v=xxxx&list=xxxx。

播放清單上的觀眾評論

If you press 1 and 8 really fast, he says Cuddly <3
[LauraJordanRavenclaw](#) 2 days ago in playlist [Cool Things to Know – LEANBACK #7](#)

範例

頻道上的播放清單

Featured Playlists



Uploaded videos
by Revision3 - Internet TV



Favorite videos
by Revision3 - Internet TV

資訊提供的「已新增至播放清單」



adultswim added to a playlist 21 hours ago



Mary Shelley's Frankenhole: A Chillax Zone

Joe meets the new owner of the bar, Blanket Jackson.

adultswim 304 views

[Frankenhole: H.G. Wells' Scary Monster Contest!](#) 10 videos



+ 7 more videos

「代管」播放清單範例

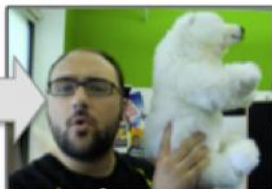
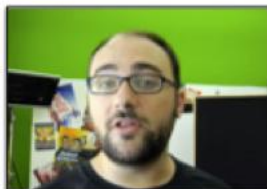
Hosted Intro Video

Curated Video 1

Interstitial Video

Curated Video 2

Hosted Outro



播放清單與影片回應

操作指示步驟

1. 為您的內容和頻道設定播放清單策略或使用方式

每個頻道都大不相同，因此請尋找適合您內容和觀眾使用的播放清單和影片回應方式。

決定播放清單策略應會如何影響您製作或發佈內容的方式 (例如，為播放清單製作的影片應遵守專為觀看整組連結影片而設計的架構)。

2. 為您的頻道建立播放清單

建立不同的播放清單，依組別或主題整理影片。

按照中繼資料策略和播放清單最佳化的要求。使用關鍵字撰寫吸引人的標題、最佳化播放清單的標記，並大量使用關鍵字為播放清單撰寫資訊豐富的說明。

從播放清單的影片中選出最佳縮圖當作播放清單的主要圖片。

3. 新增影片並維護播放清單

上傳新影片時將影片加到相關播放清單，並且維護現有播放清單，讓播放清單推陳出新、引人注目，提供與新舊觀眾相關連的內容。

將新上傳的影片新增為相關的影片回應，或封存高流量的影片。

4. 整理頻道頁面上播放清單的排列和顯示方式

排列並整理頻道頁面上的播放清單，方便頻道訪客瀏覽。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

追蹤播放清單建立後觀眾總人數的變化情形。使用 YouTube Analytics (分析)、觀眾人數圖表和頻道造訪數據，評估您的頻道訪客如何觀賞頻道網頁上的內容。Analytics (分析) 提供播放清單中特定影片的觀看次數。

頻道頁面最佳化

策略概念：

設計頻道頁面的顯示圖片、中繼資料、版面配置和背景，並使其最佳化。為您頻道的資訊提供調整正確的分享設定。

奏效因素：

設計良好、井然有序且提供最佳化搜尋的頻道頁面可以吸引更多觀眾，讓頻道提供更豐富的資訊給訂閱者，並塑造專業形象。

方法說明：

設計自訂背景、最佳化頻道中繼資料、善用頻道範本，並且透過資訊向訂閱者發佈正確的互動內容。

時間成本

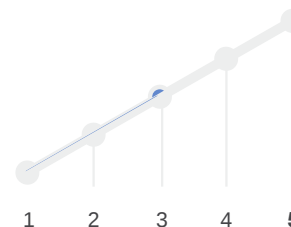


稍短：
少於一小時

作用

- 頻道觀看次數
- 訂閱人數
- 停留時間
- 觀看次數

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Post-Publishing

Publishing

Post-Publishing

頻道頁面最佳化

最佳化 YouTube 頻道頁面的方式有很多種，都能提高頻道人氣，並且讓頻道提供一致即時的內容。設定並最佳化頻道頁面時，應考量視覺品牌宣傳、頻道中繼資料，以及頻道組織。

品牌宣傳

- 為頻道網頁自訂引人注目的外觀。
- 使用您的品牌特色。讓觀眾在造訪您的頻道時感覺自己與節目中的人物或角色相連，而不只是與品牌或標誌互動。
- 運用頻道標頭正上方的圖片點擊空間。判斷哪些連結較為重要必須顯示在這裡，並且將這個區域設計得可以吸引觀眾點擊。這個橫幅圖片上的連結可用來宣傳任何活動，不論是否在 YouTube 上。
- 在背景圖片中或頻道說明中加入頻道的上傳時間表。公開時間表特別適合擁有多個內容系列的頻道使用。
- 在「編輯頻道」面板上傳頻道行動版觀看體驗的特定圖片。
- 在頻道右側欄顯示社交媒體帳戶連線，以及其他網站或頻道的連結。

人氣

- 上傳解析度為 1600px x 1600px 的顯示圖片，即使解析度變低也可辨識。這個顯示圖片會是您頻道在全網站的代表圖示。
- 撰寫頻道說明時，請具體描述頻道，並擷取相關頻道關鍵字，包括上傳時間表和內容詳情等相關資訊。
- 說明的前 45 個字元會顯示在頻道瀏覽器和整個網站上，這個網站就是觀眾發現您頻道的網站。
- 您可以編輯「頻道頁面」標題，完整呈現您的品牌。
Tip 如要達到頻道宣傳的最佳效用，請用心經營頻道顯示圖片和頻道說明的前 45 個字元。



頻道頁面最佳化

YouTube 頻道頁面顯示頻道影片內容的主要方式有兩種：透過資訊提供或透過精選分頁 (使用頻道範本和精選影片模組)。資訊提供是頻道的重要宣傳工具，顯示在頻道頁面上，並且可以顯示在首頁上供訂閱者使用。

資訊提供

- 資訊提供會通知目前的訂閱者您的頻道活動。根據預設這些活動包括：上傳、喜歡影片、將影片加入播放清單、發佈公告、撰寫評論、訂閱頻道，以及將影片加入我的最愛。
- 不會每週上傳影片的建立者可以使用資訊提供，宣傳您在網站上的其他活動，輕輕鬆鬆提供新資訊給訂閱者。沒有上傳影片時的活動有助於維持活躍且相關的資訊提供。
- 建議您完善規劃網站上的活動。按照既定時間表播送其他內容的「規劃」活動。每週固定幾天將影片加入播放清單，並且按下訂閱者可能會喜歡的內容的喜歡按鈕。
- 如果您大量上傳內容或在網站上相當活躍，請調整分享設定，讓資訊提供顯示適當比例的上傳和活動通知，吸引觀眾注意。

Overview	Sharing and Connected Accounts You can choose to automatically share YouTube activity on YouTube and you Don't worry, we'll never share information about activity on private videos. <table border="0"> <thead> <tr> <th>On Youtube</th> <th>On connected accounts</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>☒ Upload a video*</td> <td>☒ Upload a video</td> </tr> <tr> <td>☒ Favorite a video</td> <td>☒ Favorite a video</td> </tr> <tr> <td>☒ Like a video</td> <td>☒ Like a video</td> </tr> <tr> <td>☒ Comment on a video</td> <td>☒ Comment on a video</td> </tr> <tr> <td>☒ Subscribe to a channel</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> * Public video uploads are always shared on Youtube	On Youtube	On connected accounts	☒ Upload a video*	☒ Upload a video	☒ Favorite a video	☒ Favorite a video	☒ Like a video	☒ Like a video	☒ Comment on a video	☒ Comment on a video	☒ Subscribe to a channel	
On Youtube		On connected accounts											
☒ Upload a video*		☒ Upload a video											
☒ Favorite a video		☒ Favorite a video											
☒ Like a video		☒ Like a video											
☒ Comment on a video		☒ Comment on a video											
☒ Subscribe to a channel													
Profile Setup													
Playback Setup													
Email Options													
Sharing													
Privacy													

On Youtube

- ☒ Upload a video*
- ☒ Favorite a video
- ☒ Like a video
- ☒ Comment on a video
- ☒ Subscribe to a channel



在網站上宣傳您的活動，可建立有效的平台為觀眾規劃內容。就算您沒有上傳內容，您的頻道都會成為大家得知最佳內容的源頭！

頻道頁面最佳化

YouTube 頻道頁面現在可以將內容整理成範本。展示播放清單、最近上傳的影片、其他頻道和範本，可讓建立者按照自己上傳、規劃，以及想要列入精選的內容，量身打造頻道平台。

範本、模組和版面配置

- 每個頻道範本強調的內容類型都不同。下列為五個不同的範本：
 - 建立者：展示播放清單。適合經常將內容規劃成播放清單、一個頻道擁有多個節目，或每天上傳多個剪輯片段的建立者使用。
 - 部落客：主要顯示最近上傳的影片或精選播放清單。適合在頻道上傳同類型系列內容，並且想要觀眾最先得知最近上傳的內容的建立者。
 - 聯播網：聯播網範本適合展示其他頻道的頻道使用。聯播網頻道可以透過播放清單和其他活動規劃多個頻道的活動。
 - 全部模組：由於結合了播放清單和重點頻道，因此「全部模組」範本可讓建立者平均展示觀眾可能會喜歡的自有頻道內容和其他頻道的內容。
 - 即時：專門展示即時串流內容 (僅限啟用即時串流的合作夥伴使用)。
- 為您的頻道選擇最合適的範本，建立最佳的內容和時間表規劃。
- 播放清單在新的頻道介面占有一席之地，因此請使用適當的播放清單策略，最佳化您的頻道版面配置 (參閱「播放清單與影片回應」一節，第 52 頁)。
- 「精選影片」模組可以在頻道範本上展示一部影片。這部影片可用來介紹您的頻道內容、展示主題收視強棒節目，或以系列內容的形式顯示最新影片。
- 您可以設定頻道將訂閱者導向資訊提供，並將一般觀眾導向您的 [精選影片] 標籤，讓各類觀眾都能享有獨特的體驗。如果您真得這樣設定頻道，建議您使用精選影片播放器，播放精選膠卷或頻道歡迎影片，並為目標對象選取最佳的內容版面配置。
- 啟用「其他頻道」模組，宣傳您的其他頻道或相關頻道。這個模組是建立頻道交叉宣傳的絕佳功能。



Tip 使用者訂閱您的頻道時，系統也會將這裡列出的頻道列為建議頻道。

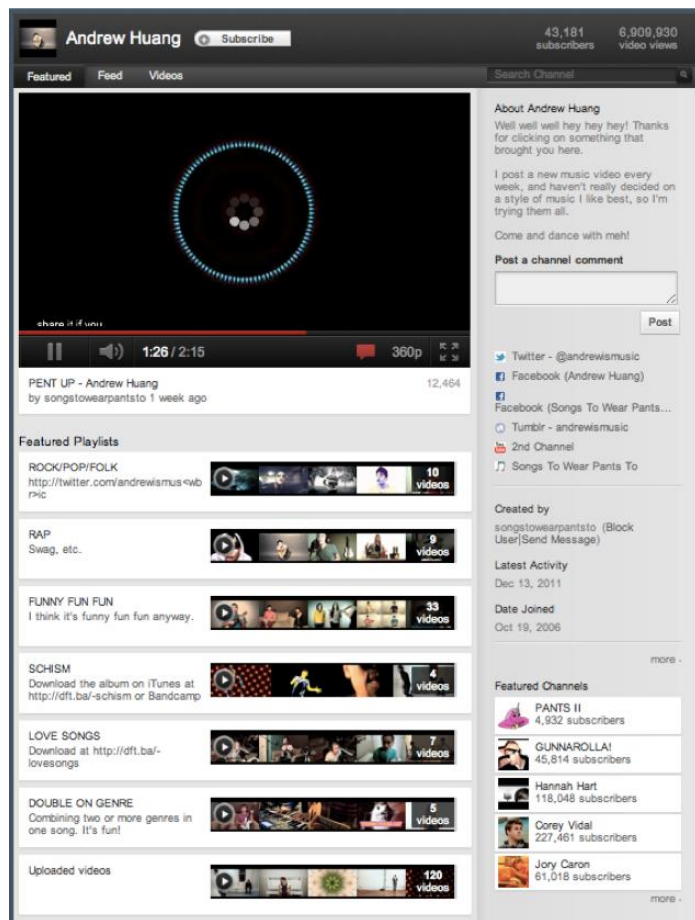
頻道頁面最佳化

發佈與最佳化

範例

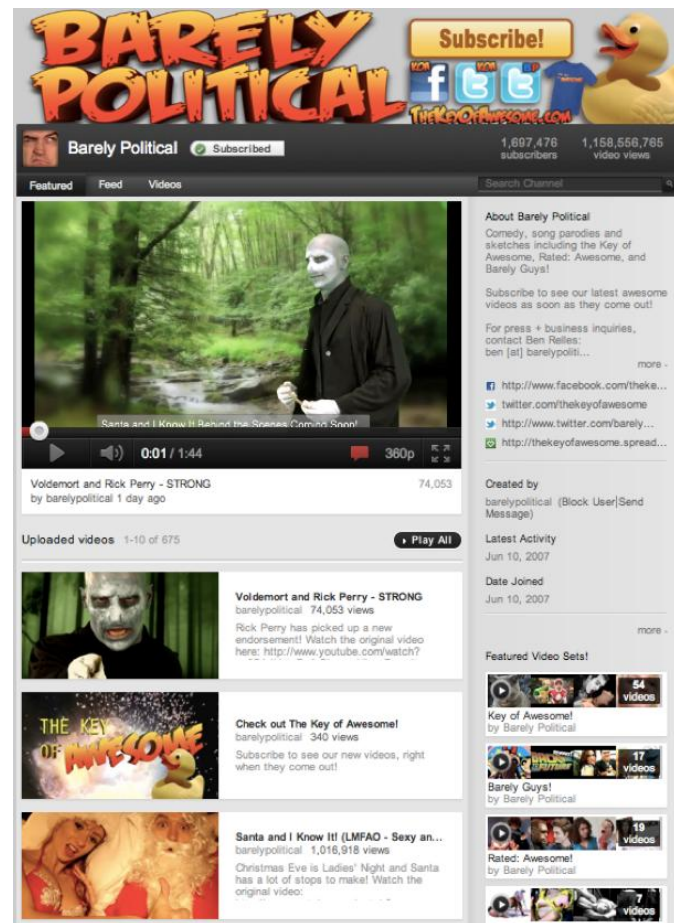
建立者範本並啟用其他頻道模組

- /SongsToWearPantsTo



部落客範本並啟用頂端品牌宣傳功能

- /BarelyPolitical



頻道頁面最佳化

操作指示步驟

1. 設計最佳頻道背景

為頻道設計引人注目的桌布，展現頻道的個人風格、特性或內容。

您可以啟用頻道橫幅圖片的點擊功能，讓使用者點擊橫幅圖片。確保這部分的圖片點擊區包含您最主要的連結。

在其他網站也可點擊的品牌宣傳：確保頻道頂端的圖片點擊區包含您最主要的連結。

為行動版觀看體驗上傳圖片。

建立與頻道相關並能在搜尋結果中突出的出色顯示圖片。

2. 最佳化頻道中繼資料

撰寫一則鋪陳完善的最佳頻道說明，內容包括發佈時間、節目說明和其他相關資訊。利用前 45 個說明字元清楚呈顯頻道內容。

放置您的網站、社交媒體和其他相關網站的連結。

3. 選擇範本、啟用「精選影片」和「其他頻道」模組、管理資訊提供

探索頻道頁面可用的所有功能和模組，然後使用這些功能和模組展示與觀眾最相關的內容類型。

啟用「其他頻道」模組，推廣其他頻道並進行交叉宣傳。啟用最近活動資訊提供和頻道意見功能，提升頻道參與度。

將資訊提供當作另一種建立內容的形式，需要定期更新並確保顯示的內容符合觀眾喜好。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

追蹤頻道收視率的變更，和最佳化頻道中繼資料和縮圖一樣，都可以增加搜尋結果的點擊數和頻道頁面的觀看次數。追蹤訂閱者成長率。在頻道頁面上安裝 Google Analytics (分析)，協助您追蹤造訪次數，以及訪客在頻道停留的時間。

向所有觀眾播放

策略概念：

最佳化影片並建立內容，盡可能向最多觀眾播放。

奏效原因：

跨越語言/文化的藩籬，您可以向新的觀眾播放影片，有助於收視率成長。

方法說明：

使用線上工具為影片建立字幕，並且建立超越文化差異的內容。

時間成本

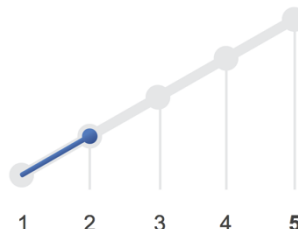


中等：
1 小時以上

作用

- 參與度
- 訂閱者
- 影片排名
- 觀看次數

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Production

Publishing

Post-Publishing

向所有觀眾播放

YouTube 是國際化的平台，觀眾來自世界各地。多費點心思為潛在觀眾製作最佳化內容，讓影片儘可能向更多觀眾播放。製作外語觀眾和聽力不佳的觀眾也能觀看的內容，可拓展新的觀眾群。

建立國際內容

- 您的內容可能已經受到世界各地觀眾的喜愛 (查看 Analytics (分析)), 不過還是要繼續加強，看看內容是否還能改動，更加符合世界各地的文化。
- 運用全球歡迎的跨文化角色或主題，例如動畫、舞蹈、動物，或是沒有對白的強烈視覺畫面。
- 將影片焦點放在特定區域的流行趨勢上。
- 將您的固定內容與其他國家/地區的大型收視強棒節目結合，並為這些大型活動套用國際策略。
- 如果出現良機，建議您另外建立一個頻道，專為其他區域或語言的觀眾提供內容。

加入全球社群

- 尋找世界上的其他頻道，這些頻道提供的內容與您的內容相關或類似。
- 如果您的內容有翻譯版本，建議您與世界其他區域的頻道合作或交叉宣傳。
- 邀請其他語言的使用者為您的內容配音或錄製音檔。
- 使用 Analytics (分析) 找出您的頻道目前吸引了哪些區域的觀眾，然後使用這些語言提供更多服務。



向所有觀眾播放

您可以最佳化目前的內容，吸引更多觀眾。YouTube 提供各種功能協助您為影片建立原文字幕和多種語言的翻譯字幕。此外，您可以使用「中繼資料」功能擷取全球搜尋。

建立原文字幕

您可以提供自己的原文字幕和腳本，也可以使用 YouTube 的多種功能建立並翻譯音訊內容的腳本。腳本是文字版本的影片音訊內容，可與影片一併上傳至 YouTube。您可以使用腳本為影片目前的語言建立原文字幕，或為其他語言建立翻譯字幕。

- 請將您建立好的影片字幕軌或腳本上傳至 YouTube。
- 上傳影片字幕軌之後，YouTube 就能啟用「自動翻譯」功能，自動將字幕軌翻譯成 58 種語言（準確度不一致）。
- 如要建立影片的腳本，請寫下所有音訊內容並上傳。
- 使用第三方字幕建立工具或請粉絲幫您建立字幕。



下載或編輯 YouTube 自動字幕所建立的影片腳本當作起點，再進一步編輯成更準確的字幕（如需建立影片字幕的詳情請造訪「YouTube 支援」）。

全球觀眾適用的中繼資料

- 為影片新增字幕可增加影片在網站上的顯示次數。如果您的影片提供多語字幕，影片會顯示在這些語言的搜尋結果中。
- 在上傳多語內容時，視情況提供原文和譯文的中繼資料和註解。
- 搜尋系統會自動偵測影片標題、說明及其他中繼資料使用的文字。同時使用英文和另一種語言顯示標題、標記和說明，可提升不同搜尋字詞的人氣。



Comment the video and ask me your questions
Commentez la vidéo et posez-moi vos questions

For english subtitles :
click on CC button

向所有觀眾播放

發佈與最佳化

範例

雙語中繼資料

- /tartofraises1



- /megwin



與全球頻道協同合作

- /Faireset with /MysteryGuitarMan



Analytics (分析) 列出的全球觀眾

Top locations by views	Views
1. United States	1,100,263
2. United Kingdom	210,100
3. Canada	130,737
4. Germany	105,417
5. Thailand	82,073
6. Australia	80,432
7. Vietnam	73,471
8. Russia	73,146
9. Sweden	67,137
10. France	62,170

向所有觀眾播放

操作指示步驟

1. 建立內容時要考量所有觀眾

分辨可以吸引全球新觀眾的機會。將最受歡迎的影片改編成多種語言版本。

將目前適於翻譯的內容重新編輯，為不同語言製作音訊。

識別不同國家/地區的收視強棒節目活動和影片，或為更多語言排定最佳化效能的優先順序。

2. 與全球頻道交叉宣傳及協同合作

查看 YouTube Analytics (分析) 判斷相似的頻道之間，哪一個頻道擁有各個國家/地區最多的觀眾。

變更 YouTube 首頁底部的國家/地區設定，探索全球影片和頻道。

3. 為目前的影片新增字幕

根據 YouTube Analytics (分析) 提供的不同區域流量來源，排定各種語言的優先順序。

將腳本上傳至 YouTube 或請粉絲幫忙建立字幕，為指定語言建立字幕。

使用 YouTube CaptionTube 可讓粉絲/訂閱者直接將字幕新增至影片。

4. 使用多語中繼資料和註解最佳化影片

如果您的影片有字幕，請使用註解通知觀眾，或在影片內容中載明。

如果建立的內容為多語取向，請使用雙語撰寫中繼資料，並從主要觀眾群語言開始。

撰寫並新增雙語註解。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

使用流量來源和區域資訊追蹤影片提供字幕之後，是否能替頻道吸引更多觀眾。監控影片評論，看看您的內容是否吸引了更多不同語言的觀眾。

發佈與最佳化

檢查清單

每個頻道發佈影片的方式和策略都有所不同，下列簡單實用的檢查清單提供一些您在上傳影片後，需要採取的重要動作。影片的製作過程，以及影片上傳後的最佳化和社群互動，都一樣重要。

上傳



按照關鍵字策略和格式，撰寫詳盡的中繼資料。



建立並上傳出色搶眼的高解析度縮圖。



抽查即時影片和已發佈的中繼資料。

發佈



為影片新增社群號召性文字、訂閱按鈕和相關內容連結等註解。



根據您整理頻道頁面上傳內容的方式，將影片設為頻道頁面的精選影片。



針對頻道中某部熱門相關影片，將影片設為該部影片的影片回應。



將影片新增至頻道的相關播放清單，以及適當的 YouTube 節目季清單中。



交流與推廣活動 (參閱第三節)

第三節

社群與社交媒體

- 70 與觀眾互動
- 75 網誌推廣活動
- 78 其他社交媒體
- 84 檢查清單

與觀眾互動

策略概念：

與觀眾互動，並在影片或頻道中提及觀眾。

奏效原因：

與觀眾互動可為內容培養忠實觀眾，並且提升觀眾參與度。頻道的參與可以引導評論中的對話和使用者的動作。

方法說明：

建立以觀眾為主軸的內容，並透過平台上的社交功能與觀眾打成一片。

時間成本

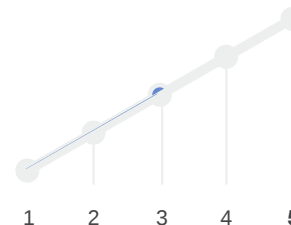


中等：
1 小時以上

作用

- 參與度
- 訂閱者
- 影片排名

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Post-Publishing

Publishing

Post-Publishing

與觀眾互動

線上影片是可以雙向溝通的社交媒體。由於人們無法與電視互動，但卻可以與頻道互動，因此才會深受線上影片和網路影集的吸引。與觀眾互動是這個媒介的重要功能。告知觀眾並聽取回應。

讓觀眾覺得您有聽到他們的聲音並且是頻道的一份子，可鞏固觀眾的忠誠度並增加觀眾對您頻道的投資。您的粉絲會成為您的社交團隊，因此開放粉絲幫您宣傳品牌一定能取得最佳成效。



詢問觀眾意見

- 請觀眾在看完影片後提供觀點、創意或意見。請觀眾針對您嘗試的新花樣發表感想。
- 在影片或在給觀眾的訊息中顯示特定問題。特定問題可鼓勵觀眾發表更多回應，並且引導影片和頻道的對話內容。
- 請觀眾按下 [喜歡] 按鈕、提供評論，以及將影片加入我的最愛等方式，在社交媒體和 YouTube 上積極宣傳您的影片。
- 要求觀眾為您的影片提供影片回應、混製影片或粉絲版本。

強調觀眾

- 在影片中強調觀眾和觀眾提供的內容。無論是在節目中提及觀眾評論或使用者提交的內容，都能讓觀眾覺得自己受到重視，並且繼續支持您。
- 建議您為影片要使用的內容設定標準，例如，使用者必須訂閱您的頻道。這可增加訂閱人數。
- 透過所有劇集與觀眾互動。評論影片 (回應/顯示使用者評論) 和影音網誌 (直接通知觀眾/與觀眾對話) 可讓您輕易建立並發佈額外內容，並且使用不同於一般劇集的方式通知觀眾。

與觀眾互動

沒有觀眾甘於只當一名觀眾，每位觀眾都想成為社群的一份子，參與頻道活動，並且透過評論、訊息等功能與頻道互動。確認您是對話的一部分，並可完美代表您的品牌。如果您的影片擁有足夠的收視率，就會自行產生社群，不需您的協助。

與粉絲和社群互動

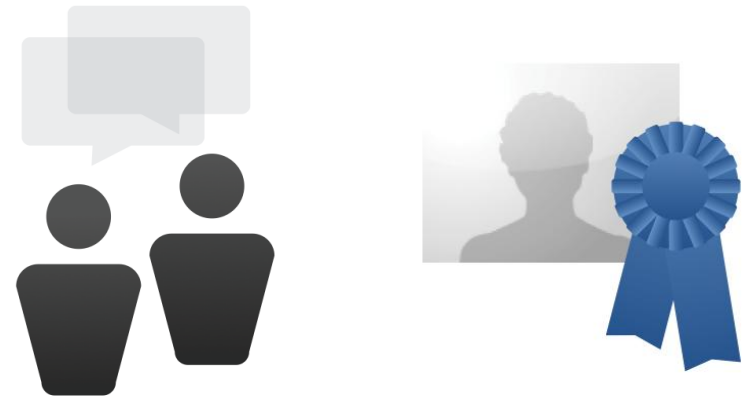
- 回應評論。這應為您社交策略中重要的一環。評論是與觀眾互動、討論特定劇集的最佳平台，觀眾看到您的回應之後，會發表更多評論。
- 發佈影片之後的幾小時內，回應評論，因為第一批觀眾就是您的核心觀眾，所以較早發表評論可提升影片在搜尋內容中的排名。
- 在您上傳的影片中，系統會將您的評論固定在評論區段的頂端，彰顯您與粉絲的互動。
- 成為一為活躍的 YouTube 社群和平台使用者。發表評論、將影片加入我的最愛，並且經常在網站上活動。
- 視情況與 YouTube 之外產生許多新觀眾的地方的評論者互動，例如網誌、網站或其他線上社群。

向粉絲/訂閱者發佈訊息

- 使用「YouTube 公告」公佈事項，這些公告會顯示在訂閱者的資訊提供中。
- 視情況在回應或訊息中放置號召性文字，但不要太刻意。例如，「喜歡這部影片就多多分享！」

獎勵您的社群和超級粉絲

- 尋找可回饋社群 (包括 YouTube 內外社群) 的方式，感謝他們長期支持頻道。除了在影片中表達您的謝意之外，想想看其他獎勵方式，例如粉絲商品，或透過「非公開」影片分享粉絲專屬內容。

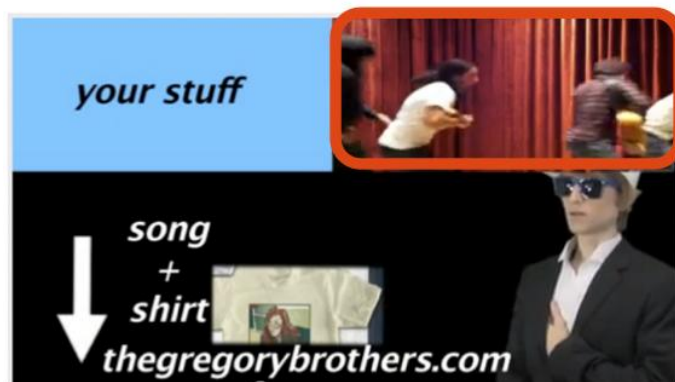


與觀眾互動

範例

強調觀眾

- /schmoyoho



徵詢觀眾意見

- /BarelyPolitical



使用觀眾評論/感謝觀眾

- /iJustine



上傳者的評論會顯示在頂端

- /TheIndieMachines



與觀眾互動

操作指示步驟

1. 設定您自己的互動策略

使用您喜歡的方式為您、您的內容和頻道，感謝觀眾的參與，並讓觀眾覺得自己相當重要。

2. 建立以觀眾為主軸的內容

決定是否要在一般影片中穿插可與觀眾交流的片段，或另外製作影片讓您與觀眾互動。

建議您為自己的內容建立影片或片段，提及觀眾或加強與觀眾互動的功能。

3. 使用平台的社交功能

回應評論、傳送公告、使用好問工具，以及回應觀眾來信。不要只關心自己的內容，也要經常與其他影片互動。

4. 每次上傳之後都會花時間與觀眾進行互動

每當您上傳新影片時，投入時間與您的觀眾互動。在社交媒體向觀眾張貼訊息，並在影片引發初期討論熱潮時參與其中。

5. 要求粉絲提供意見和支援

藉由詢問特定問題，鼓勵並引導影片的討論內容。

在您做出變更或嘗試新花樣時，請觀眾提供意見回饋。詢問節目創意或新影片的概念。

請觀眾協助您達成基準或是擬定節目規劃計劃。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

在 Analytics (分析) 中追蹤社群狀況，例如發表評論、將影片加入我的最愛，或對您的影片表示喜歡等。如果您與觀眾互動更加密切，觀眾的參與度也會提高。透過「觀眾續看率」圖表，追蹤影片內觀眾互動片段的表現。

網誌推廣活動

策略概念：

與相關網誌、網站和線上社群分享內容。

奏效因素：

許多網誌和其他網站一直在尋找可向觀眾介紹的出色內容。外部網站流量可能是提升頻道觀看次數的主要助力。

方法說明：

建立網誌輪播，並且只分享相關內容。指定推廣活動並建立關係。

時間成本

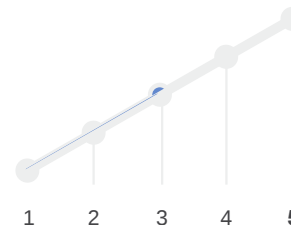


中等：
1 小時以上

作用

- 外部流量
- 影片排名
- 觀看次數

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Production

Publishing

Post-Publishing

網誌推廣活動

不要只將視野侷限在 YouTube。許多使用者是從網際網路上的其他網站得知 YouTube 的內容。此外，許多網站和網誌一直在尋找值得撰文介紹的出色內容。為這些使用者建立一些與他們的觀眾相關的出色內容，方便他們宣傳您的影片。

四處宣傳

- 為您的頻道或節目建立「網誌輪播」，做為宣傳工具。您的網誌輪播該是一份清單，詳盡列出所有與您的內容相關的網站、網誌、具影響力的網路使用者 (Twitter 使用者) 和線上分眾社群。
- 從您的網誌輪播向潛在觀眾宣傳新影片。在相關網站指定推廣活動時，通常最適合使用收視強棒節目內容或主題內容。
- 如果您已經為主要的收視強棒節目影片建立完整的播放清單，請向正在尋找目前線上正夯的影片主題的網誌編輯分享您規劃好的這些影片組合。

HUFFINGTON POST

Mashable

Welcome To
PEREZHILTON.COM
Celebrity Juice, Not from Concentrate

建立關係

- 持續追蹤播放您的影片並提升觀看次數的網誌和網站。找出增加觀看次數的主要網誌和網站，先將內容分享給這些網誌和網站，讓他們搶先播放獨家內容。
- 在網誌編輯轉貼影片時向他們致謝，並且只將您認為符合他們觀眾口味的影片分享給他們，與網誌編輯建立關係。

追蹤您的品牌

- 瞭解使用者都在哪裡討論或分享您的內容。為頻道名稱、節目名稱、角色名稱和您節目的任何其他特有關鍵字設定「Google 快訊」，有助於您在網路上找到您的內容出現或是受觀眾討論的地方。

GAWKER.TV

THE
DAILY
WHAT.

BuzzFeed

tumblr.



YouTube 並未推薦或贊同這裡顯示的任何網誌或網站，只是當作範例。

網誌推廣活動

操作指示步驟

1. 建立網誌輪播

使用「Google 網誌搜尋」、Technorati 和 Guzzle.it 等網誌目錄，尋找與您製作的內容類型相關的網誌和網站。

在您的類別中建立內容包羅萬象的一般網誌清單；此外，尋找可能與您製作的收視強棒節目劇集等特定劇集相關的分眾網站。

尋找這些網站的聯絡資訊，並且看看是否能找到收件人姓名。

2. 將影片傳送給目標管道

將簡短的個人化電子郵件寄給合適的聯絡人，郵件內容包括簡短的影片內容說明、適合觀眾觀看的原因，以及含有內嵌程式碼的影片連結，並提醒他們可以自行嵌入/分享影片。

3. 追蹤影片狀態

將影片名稱設為「Google 快訊」，或是使用其他「線上對話追蹤工具」協助您追蹤已嵌入影片的地方。查看您的探索統計資料，找出刺激流量提升的網站。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

追蹤外部網站觀眾人數的變動。您也可以使用「流量來源」指標，查看外部網站和網誌佔了多少百分比的觀看次數。找出提升觀看次數的網站或網誌，並在該網站或網誌進行推廣活動。使用「Google 快訊」追蹤其他會討論您內容的網站。

其他社交媒體

策略概念：

善用其他社交媒體網站培養頻道觀眾群，並使用新方式與觀眾打成一片。

奏效因素：

社交媒體可將您的粉絲成功轉型為社交後援會，向他們的好友宣傳您的內容，助您一臂之力。

方法說明：

透過社交媒體平台與您的觀眾互動，並宣傳您的 YouTube 內容。

時間成本

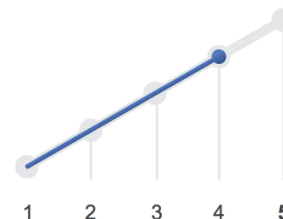


稍短：
少於 1 小時

作用

- 參與度
- 影片排名
- 觀看次數
- 訂閱人數

影響程度



最佳化類型

Pre-Production

Production

Publishing

Post-Publishing

其他社交媒體

Google+



建立者應設立 Google+ 專頁與粉絲和其他 YouTube 建立者互動。Google+ 可讓您將訪客分成不同的「社交圈」，協助您給予指示，並且根據社交圈的特定興趣或需求，量身打造互動模式。您不僅可以分享影片及其他媒體，還可以使用 Hangouts 視訊聚會與觀眾來場面對面的即時互動。

管理社交圈

- 建立並整理不同社交圈，相應於您要互動的各類觀眾。
- 為您的協作者、超級粉絲和其他 YouTube 建立者建立社交圈。在其他建立者的社交圈發掘觀眾，並將他們加入您的社交圈。

發佈並分享

- 決定每次發佈的內容目標。您打算引起粉絲討論嗎？純粹提供新消息？還是要增加專頁觸及率？您的發佈內容用語和格式會決定您可以達成的目標。
- 在 Google+ 專頁發佈新的 YouTube 上傳項目，並為您的更新內容指定特定社交圈。
- 提供更新和公告。

- 發佈幕後相片，或提供影片預告。
- 認可其他您喜歡的建立者或影片。
- 透過特殊方法重新修訂並分享您的 YouTube 封存影片。
- 定期發佈內容，並且維持您在專頁上的互動方式。

互動

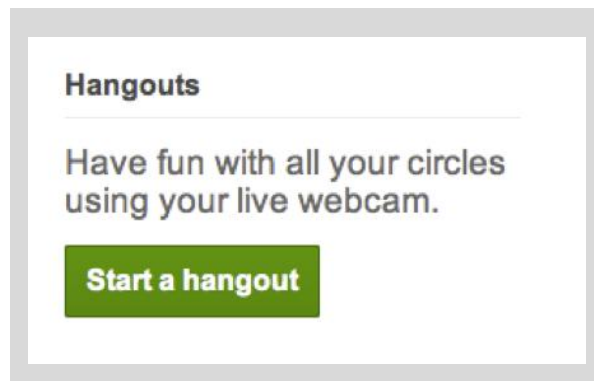
- 不要只是發表內容。花一些時間透過張貼內容與粉絲互動。
- 針對您發佈的內容詢問特定問題，並且徵求意見回饋。
- 張貼內容應維持談話性、提供消息和輕鬆的風格。
- 針對您的張貼內容和使用者討論串發表評論，並且回應直接的 + 提及。
- 如果粉絲喜歡內容的話，鼓勵他們 +1 並分享您的文章。
- 請粉絲投票選出您下一部影片的概念。

其他社交媒體

Google+ (接續)

Hangouts 視訊聚會！

- 定期與粉絲舉辦 Google+ Hangouts 視訊聚會。
- Hangouts 視訊聚會可讓您聽取粉絲心聲，並且利用直接與您面對面的方式獎勵超級粉絲。
- 舉辦創意的 Hangouts 視訊聚會。在舉行 Hangouts 視訊聚會期間，您可以即時觀看 YouTube 影片，這可讓您定期舉辦影片欣賞會和座談會。



審慎評估

- 使用 Google+ 搜尋看看大家對您和您影片有何想法。您可以透過這個方式，視情況迅速找出超級粉絲，以及您可以立即加入的討論。
- 使用 vRipples 持續追蹤您的張貼內容在 G+ 的分散情形。您可以知道是誰在分享及轉貼您的影片、誰是您的頭號宣傳者，以及觀眾如何針對您的內容形成社群。
- 持續關注專頁的 Analytics (分析)，瞭解更多使用者資料以及您 + 頁面的表現。



Tip 在您的 YouTube 頻道說明模組中建立您的 Google+ 專頁連結，為您的專頁招攬更多粉絲。此外，在 + 頁面個人檔案的[關於]標籤中，加入您的 YouTube 頻道連結。



請注意，將 Google+ Hangout 視訊聚會的影片檔案上傳至 YouTube 時，請遵守所有指南和《服務條款》。

其他社交媒體

Facebook

建立者和合作夥伴應為自己的 YouTube 頻道申請 Facebook 帳戶。Facebook 可讓您輕輕鬆鬆使用各種方式與粉絲互動，還可以培養觀眾。在 Facebook 上，粉絲的朋友群會迅速得知您和粉絲的活動，因此仰賴粉絲幫您將節目介紹給新觀眾，相當有效。

Facebook 最佳做法

- 將新的上傳項目張貼到 Facebook 頁面。定期張貼更新內容 (至少每天一則)。
- 使用趣味方式重新修訂並分享您的封存影片。
- 在頁面上張貼內容時，儘量與粉絲互動。
- 詢問與您的張貼內容相關的特定問題。藉由問答方式為張貼內容建立評論，有助於您培養新觀眾。粉絲在您頁面上的每個動作都會顯示在他們朋友的頁面上，有助於您培養新觀眾。鼓勵觀眾發表評論也可以協助您瞭解核心觀眾的興趣所在。Facebook 粉絲代表您的部分死忠觀眾。
- 稍微將更新變成可以宣傳影片並與觀眾對話的內容。Facebook 粉絲不只需要點選連結，還想在 Facebook 上看到更多花絮或個人化內容。
- 您的 Facebook 策略應為該平台的專用策略，此外，策略目標應包括為自己的 YouTube 內容培養觀眾。透過不同的發佈和互動方式，為 Facebook 粉絲建立獨特的觀看體驗，不過活動重心在於提升觀看次數、增加訂閱者，以及吸引更多 Facebook 粉絲。
- 持續將 Facebook 粉絲導向您的 YouTube 內容和頻道，把他們變成您的觀眾和訂閱者。



免責聲明：以上策略只是範例，並未受 YouTube 所認可，並且與 Facebook 毫無關聯，亦未受其贊助。

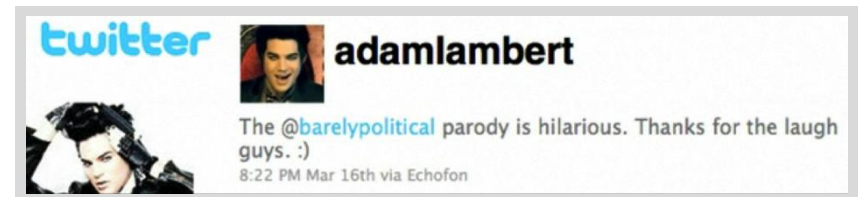
其他社交媒體

Twitter

Twitter 也是透過對話與粉絲互動的好工具。您也可以透過 Twitter 識別您的同儕、新增與您相關並且觀眾喜歡的對話，以及瞭解正夯的網路內容。

Twitter 最佳做法

- 在 Twitter 更新時，應同時發佈個人更新內容並宣傳內容。
- 在 Twitter 上分享最新影片的連結。您可以使用網址縮短工具追蹤點閱率 (CTRs)。
- 在 Twitter 上 @回覆知名使用者他們可能會喜歡並且會向關注者推薦的影片連結。Twitter 向相關使用者進行推廣時，應搭配您的網誌推廣活動。
- 為您的頻道建立特殊 #hashtags，並且在推文中使用，鼓勵關注者仿效您。
- 每天更新 Twitter 推文 1 到 3 次，儘量讓您的推文位在關注者的推文頁面頂端。



免責聲明：以上策略只是範例，並未受 YouTube 所認可，並且與 Twitter 毫無關聯，亦未受其贊助。

其他社交媒體

操作指示步驟

1. 在社交媒體網站上建立並設定帳戶

在與您的內容和觀眾相關的網站上建立帳戶。尋找您觀眾的特定分眾網站。

設定您的專屬頁面和帳戶，提供您的 YouTube 內容和頻道。採用類似的設計或品牌宣傳，讓各個網站保持一致。

2. 為您的 YouTube 內容設定社交媒體策略

決定要在社交媒體上分享的內容類型，以及與觀眾互動的適當方式。

3. 徵求粉絲的意見

徵求粉絲就他們在不同社交媒體網站上希望看到的內容提供意見。

4. 發佈/分享您的影片

在您的 YouTube 發佈流程中，納入在社交媒體網站張貼 YouTube 影片這個步驟。張貼新的上傳內容，同時也要找出可重新修訂或重新介紹封存影片的方式，將這些影片呈現給社交媒體網站上的粉絲。

每次發佈時都向觀眾提問，或透過其他方式鼓勵使用者發表評論。

5. 追蹤與評估

追蹤社交媒體網站上的參與度和流量，並且評估這些參與度和流量轉化為內容觀看次數的方式。使用不同策略做實驗，找出社交媒體追蹤者轉為頻道觀眾和訂閱者的方式。

Analytics Tip



Subscribers



Viewership



Community Engagements



Audience Retention



Traffic Sources

監控您的「流量來源」，追蹤外部網站和社交媒體網站觀眾人數的變動。透過可用的第三方分析工具追蹤社交媒體網站上的關鍵字或連結。透過您用來研究 YouTube 表現的方式，調查社交媒體平台參與度的「高點與低點」。



免責聲明：以上策略只是範例，並未受 YouTube 所認可，並且與其他社交媒體毫無關聯，亦未受其贊助。

檢查清單



為所有對您的內容或觀眾而言十分重要的社交媒體網站設定帳戶，並且制定具體策略。



為頻道建立「網誌輪播」並推陳出新，包括收視強棒節目相關內容的分眾網站或目標網站。



投入時間和資源與觀眾互動，並且在網誌、網站和線上社群中進行相關影片的推廣活動。



特別為觀眾建立內容或片段，以及與觀眾互動時的主題，包括在影片中詢問特定問題、提及粉絲，或向觀眾喊話等互動方式。



在上傳新影片後的最初幾個小時內與觀眾互動。回應評論並積極參與社交媒體網站，建立新上傳內容的參與度。



追蹤社交媒體網站的參與度，並預估這些社群為 YouTube 內容帶來的流量。

心動不如馬上行動！

附錄

- 86 影片上傳檢查清單
- 87 中繼資料關鍵字資源
- 88 詞彙解釋

影片上傳檢查清單

每個頻道發佈影片的方式和策略都有所不同，下列簡單實用的檢查清單提供一些您在上傳影片後，需要採取的重要動作。影片的製作過程，以及影片上傳後的最佳化和社群互動，都一樣重要。

上傳



按照適當的格式和策略，撰寫詳盡易懂的中繼資料。



建立並上傳出色搶眼的高解析度縮圖。

發佈



為影片新增社群號召性文字、訂閱按鈕和相關內容連結等註解。



根據您整理頻道頁面上傳項目的方式，將影片設為頻道頁面的精選影片。



將影片設為您頻道中某部熱門相關影片的影片回應。



將影片新增至頻道的相關播放清單，以及適當的 YouTube 節目季清單中。

參與度與推廣活動



更新您的社交媒體頻道。



在相關網誌、網站和線上社群中進行推廣活動。



在發佈影片後的最初幾個小時內，利用評論與觀眾互動。



適時 (例如 24 小時後) 增加對頻道影片表示「喜歡」和「加入最愛」的次數，可增加訂閱者資訊提供中所顯示的活動。

中繼資料關鍵字資源

- YouTube 影片數據分析工具，搜尋您的類別中最熱門的搜尋字詞：
[http://www.google.com/videotargeting/ifa/buildQuery%](http://www.google.com/videotargeting/ifa/buildQuery%5C)
- YouTube 關鍵字產生器/影片指定工具：https://ads.youtube.com/keyword_tool
- YouTube 趨勢主題：辨識您類別中的主題：<http://www.youtube.com/videos>
- 其他成功的影片：其他主題類似的成功影片使用的關鍵字。
- YouTube 搜尋建議：輸入關鍵字看看會顯示哪些搜尋建議。

詞彙解釋 (註解 - 資訊提供)

註解

影片註解是由上傳者控制的動態重疊，新增至影片可讓您在影片上顯示重疊文字和/或讓使用者可以「點擊」影片的部分區域。您可以透過新增、編輯及刪除影片上的註解，控制文字、刊登位置、顯示時間以及連結網址。不過，只能放置導向 YouTube.com 的網址。

觀眾續看率

觀眾續看率報告(原為「影片數據分析」的「熱門片段」)是影片的觀眾吸引力整體指標，報告會顯示觀眾關閉、快轉或重播影片的不同時間點。

顯示圖片

頻道頁面上的方形圖片，在網站上代表您的頻道。

網誌推廣活動

一個利用網誌、網站和/或線上社群，或影響者等目標清單分享影片的策略。一並傳送影片連結和/或內嵌程式碼以及相關資訊，讓網誌編輯或線上使用者嵌入影片或向他們的觀眾分享影片。

網誌輪播

與特定內容類別或類型相關的網誌、網站、線上社群和影響者清單，可供網誌推廣活動使用。

公佈欄

頻道擁有者傳送給訂閱者的訊息。公佈欄會顯示在訂閱者資訊提供。您也可以在此公佈欄中附上影片。

號召文字

號召觀眾採取行動。

頻道或頻道頁面

YouTube.com/<頻道名稱>。頻道是使用者帳戶在 YouTube 的公開頁面，會顯示上傳的影片、播放清單、喜歡的影片、我的最愛、影片、頻道評論，以及一般活動。有些建立者會管理或建立多個頻道的內容。

評論

針對影片、頻道、播放清單發表的文字評論，或對其他評論的文字回應。評論可能會顯示在觀賞頁面或頻道頁面上。

社群動作

觀眾針對您的頻道或內容或相關頻道或內容採取的任何動作，包括喜歡、加入最愛、訂閱、評論。

結尾選擇卡或結尾插入卡

建立者可用在影片結尾的圖片。結尾選擇卡通常會請觀眾訂閱、觀看更多內容、造訪頻道頁面，或給予影片好評。一般而言，結尾選擇卡都會使用註解。

參與度

建立者與觀眾、觀眾與影片，或建立者與網站之間的互動。可按照每次觀看的互動(評論、加入最愛、喜歡、新訂閱)次數來測量。

資訊提供

單一頻道(透過頻道頁面資訊提供)或多個頻道(首頁資訊提供)的活動串流。資訊提供活動包括上傳項目、上傳的播放清單、影片評論、頻道評論、新訂閱、公佈欄、喜歡、加入到最愛以及分享。使用者可以控制要發佈哪些資訊提供活動，而且訂閱頻道後，可以控制首頁資訊提供顯示的內容。

詞彙解釋 (加入到最愛 - 分享)

我的最愛

使用者將影片加入自己頻道的「我的最愛」播放清單一舉，也可以向訂閱者顯示這項動作。

釣勾

用來引起觀眾好奇心的內容，影片的釣鉤最好是在前 15 秒就出現。

串場式播放清單

播放清單的影片集合加上清單建立者的影片情境。使用「串場式」影片新增的情境可以在影片內、外和/或中間。串場式影片可以包含實際主持人或當作主持人的創意宣傳。

喜歡

使用者表達對影片的喜愛的動作。這個動作可以顯示在資訊提供中供訂閱者觀看。

中繼資料

描述影片、頻道和播放清單的文字資訊。影片中繼資料包括標題、標記和說明。播放清單中繼資料包括標題和說明。頻道中繼資料包括說明。

最佳化

可為影片、頻道、播放清單或內容策略帶來成效的動作。

其他頻道模組

可讓頻道擁有者在自己的頻道頁面上顯示其他頻道的選擇式模組。

包裝

為影片新增情境的圖片和/或內容。包裝可以建立品牌、建立持人與觀眾的連結、將相關情境加入封存內容中，或新增有劇情/註解的號召性文字。

播放清單

播放清單是一組像單一影片一樣可以觀看、分享及嵌入的影片集合。您可以使用任何 YouTube 影片建立播放清單。影片可以加入多個播放清單。根據預設，您的頻道會為上傳影片和我的最愛影片建立播放清單。

口耳相傳

觀眾在收視強棒節目上映的前幾天或幾周展現的興趣。

節目設計

以每天、每週或一季為單位，組織影片、節目或頻道內容和活動的實做和策略。

推薦活動

頻道喜歡影片、將影片加入最愛或對影片發表評論，藉此透過資訊提供向訂閱者宣傳該影片的策略。

系列播放清單

將影片鎖定在指定播放清單的播放清單。專供有情節的系列或劇集內容使用，但使用者不能將系列播放清單的影片新增至頻道的其他播放清單中。

分享

透過社交媒體、電子郵件或直接連結散佈影片的功能。可告知訂閱者這個動作。

詞彙解釋 (推薦影片 – YouTube Analytics (分析))

推薦影片

觀賞頁面和首頁右側顯示的影片縮圖，或影片結束播放時顯示的標題縮圖。

訂閱者/訂閱

只要訂閱頻道，使用者就能在自己的首頁資訊提供中看到頻道活動。訂閱者也可以選擇訂閱頻道以電子郵件通知每次上傳和每週摘要。

訂閱者方塊

查看其他頻道模組。

標記

用來描述影片內容的字詞或句子，要在上傳時新增至影片 (請參閱中繼資料)。

預告

當作長版內容的預覽或預告的短版影片，可用來宣傳大型內容計劃或宣告。

範本

各種預設頻道設計，可用來展示影片、播放清單和其他頻道。

收視強棒節目和發佈

建立及發佈內容的策略，用來吸引大型活動的人潮。規劃並發佈收視強棒節目內容就是為了擴大觀眾群。

縮圖

選來代表網站上您影片或播放清單的圖片。

流量資源

帶來影片觀看次數的資源，包括為影片帶來觀眾的網頁、模組或網站。

影片回應

允許使用者針對影片上傳影片評論的功能。「影片回應」顯示在觀賞頁面上要回應的影片下方。如要調整影片回應的設定和偏好設定，請使用編輯影片選單。

影音網誌

影片網誌。輕鬆的談話影片格式或類型，通常是一個人面對攝影機說話。

觀賞頁面

大部分使用者觀看影片的頁面，網址格式如為：
youtube.com/watch?v=[video ID Here]，就是觀賞頁面的網址。

YouTube Analytics (分析)

提供各種影片、頻道和觀眾指標的工具。使用者帳戶就有提供這項工具。