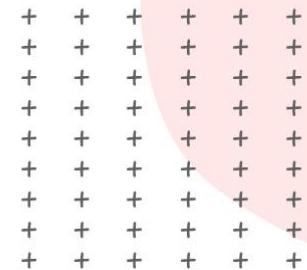


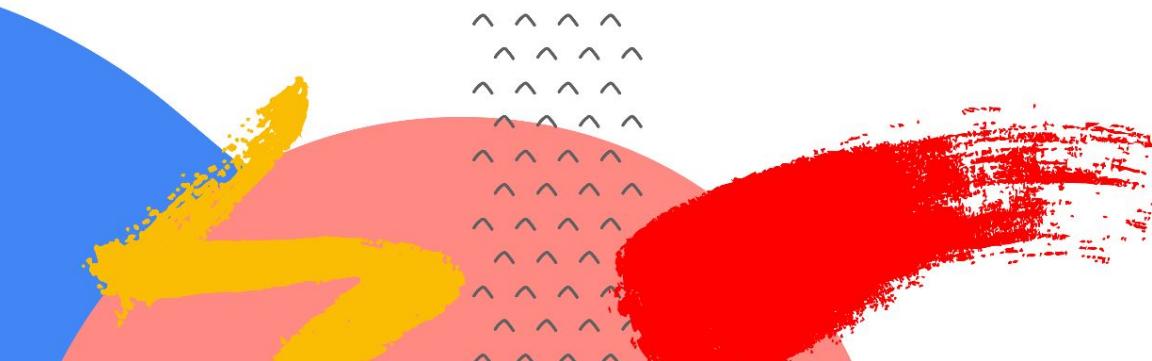
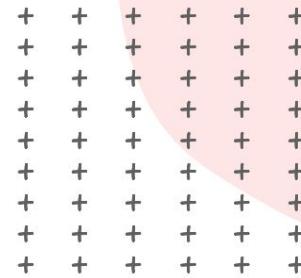
News Creator

WORKSHOPS 2022



TALLER 2:

Estrategia de contenido



TALLER 2: ESTRATEGIA DE CONTENIDO

Descripción general del programa



TALLER 2: ESTRATEGIA DE CONTENIDO

Cuatro pilares de la estrategia de contenido

Taller 2



Planificación



Presentación



Publicación

Taller 3



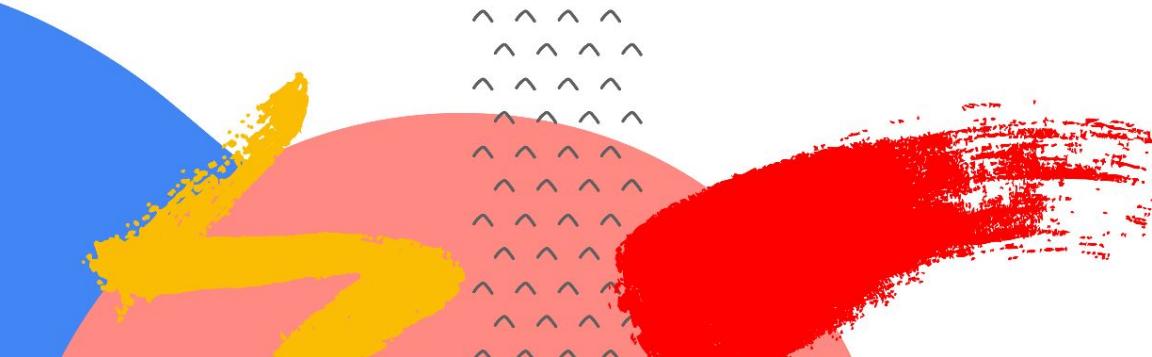
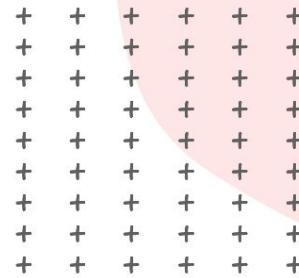
Promoción



Temario



Identifica y comprende a tu público



TALLER 2: ESTRATEGIA DE CONTENIDO

Ten en cuenta cómo el público encuentra tu contenido (fuentes de tráfico)

Los datos disponibles en Fuentes de tráfico desglosan las ubicaciones específicas en las que se muestra tu contenido a los usuarios. Usa esta información para planificar tus próximos videos y conocer los métodos con que los usuarios encuentran tu contenido actual. Estos son los más importantes que debes conocer.

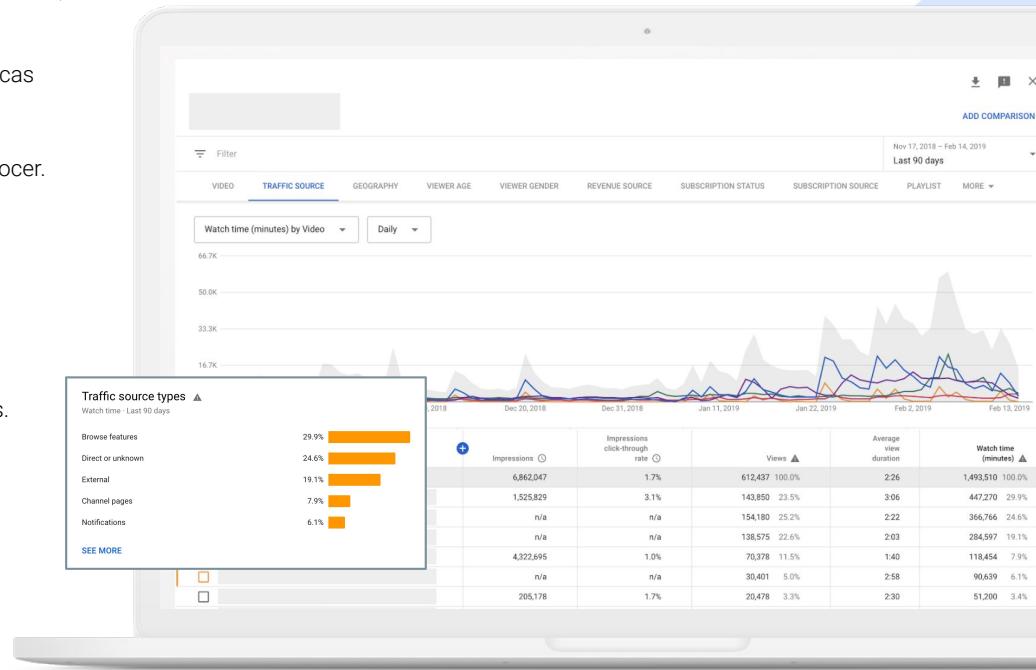
Videos sugeridos: Esta sección se encuentra a la derecha de la página de reproducción, en "A continuación", debajo de los videos en la app para dispositivos móviles y como el siguiente video en la reproducción automática.

Funciones de exploración se refiere al tráfico generado por medio de los feeds de la pantalla principal, las tendencias y las suscripciones.

En la Búsqueda de YouTube, se examinan las búsquedas que dirigieron a los usuarios a tu contenido.

Las notificaciones son alertas que se envían cuando se marca como público un video nuevo. Se pueden recibir por correo electrónico o como alertas para dispositivos móviles.

Obtén más información avanzada sobre YouTube Analytics [aquí](#).

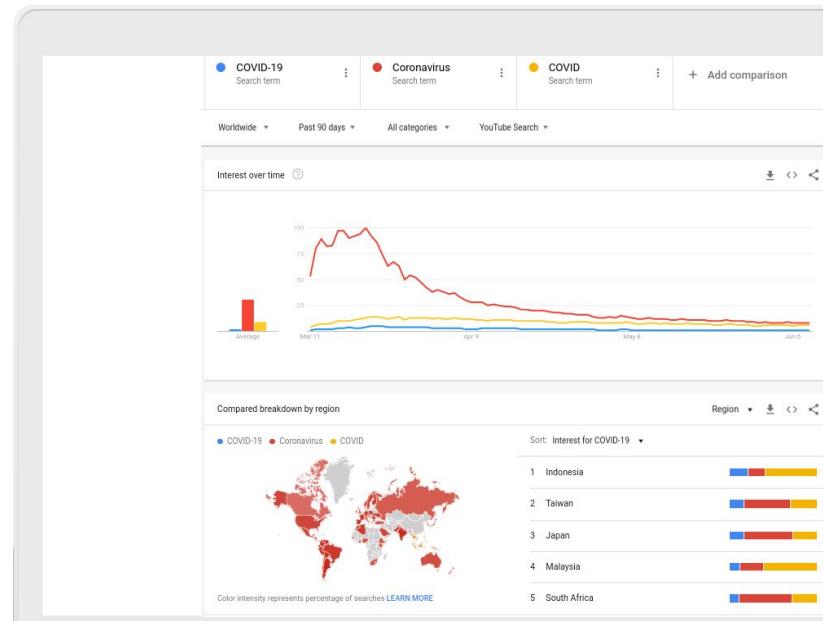


Presta atención a las palabras clave usadas y a las tendencias

Google Trends puede ser útil para obtener la siguiente información:

- Qué palabras clave son más populares
- Dónde son populares las palabras clave
- Cómo cambia la popularidad de las palabras clave a lo largo del tiempo
- Cómo cambian las tendencias en la Web, las noticias o la Búsqueda de YouTube

Piensa muy bien qué términos usarás para llegar al público que te interesa y el momento en que subirás contenido.



Comprende a tu público con Analytics

Las impresiones te indican cuántas veces se mostraron las miniaturas de tus videos en YouTube.

1

La tasa de clics te indica qué porcentaje de las impresiones que obtuviste en YouTube se convirtieron en vistas.

2

Con las vistas, queremos asegurarnos de que quienes reproducen los videos sean seres humanos reales, no programas informáticos. Es por ello que tus recuentos de vistas internos y públicos pueden sufrir retrasos, ya que nuestros sistemas verifican que las vistas sean legítimas.

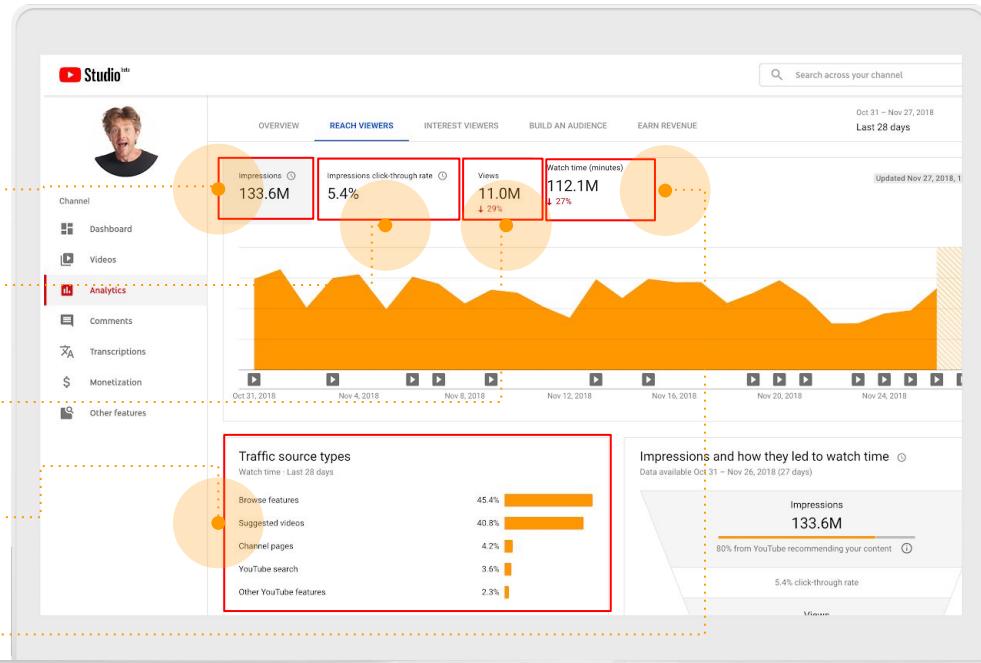
3

Las fuentes de tráfico indican cómo los usuarios descubren tu contenido.

4

El tiempo de reproducción alude al total de tiempo que los usuarios pasaron mirando tu contenido. Esta métrica te da una idea de lo que realmente miran los usuarios (a diferencia del contenido en el que hacen clic y que luego abandonan).

5



* Obtén más información para usar YouTube Analytics [aquí](#).

Configura tu equipo



CONCÉNTRATE EN LOS CONCEPTOS BÁSICOS

Conceptos básicos sobre la creación de videos

Puedes comenzar a crear videos con algo tan simple como un buen teléfono celular. Estas son algunas sugerencias para usar correctamente todo tipo de equipos:

- 1. Talento:** Tus videos de YouTube presentarán tu institución y la mostrarán al mundo, así que asegúrate de incluir a personas de orígenes diversos o que se encuentren en distintas etapas de sus carreras. Si quieres obtener más información para crear contenido inclusivo, consulta esta [lección de la Academia de Creadores](#).
- 2. Luces:** Cuando elijas una toma, usa luz natural y evita las sombras. Ten en cuenta el fondo y prioriza áreas con profundidad visual (es decir, evita grabar frente a paredes).
- 3. Cámara:** Limpia la lente, elige la configuración para grabar en la calidad más alta posible, coloca tu dispositivo en posición horizontal sobre una superficie firme y activa el modo No interrumpir si estás usando un teléfono.
- 4. Acción:** Enmarca a la persona que aparecerá en pantalla y asegúrate de que sus ojos se vean en el tercio superior del video (como [este ejemplo](#)). Si te estás grabando, recuerda mirar siempre a la lente de la cámara y no a tu imagen.



CONCÉNTRATE EN LOS CONCEPTOS BÁSICOS

Producción

Un buen diseño de producción incluye las siguientes características:

- **Colores vivos** (y buena iluminación)
- **Contraste alto**
- **Profundidad de campo**
- **Elementos visuales interesantes**

Es posible que uses la misma escenografía una y otra vez, así que debe ser interesante y versátil. Además, los creadores suelen usar elementos visuales atractivos para sus introducciones directas a la cámara, con tomas amplias y acercamientos a sus invitados.

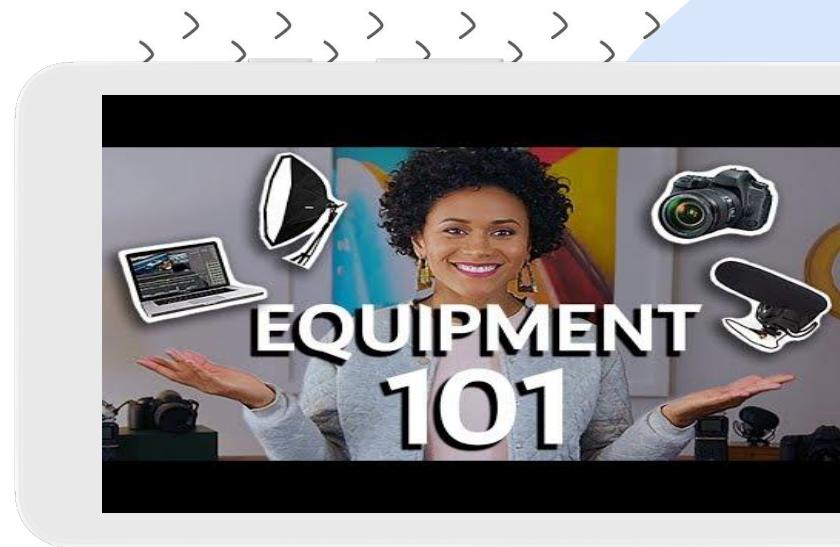


CONCÉNTRATE EN LOS CONCEPTOS BÁSICOS

Graba buen audio

El sonido de calidad puede tener un impacto considerable en la experiencia de visualización de tus usuarios. El público suele perdonar más los errores de iluminación y cámara que el audio de baja calidad. Veamos cómo evitar algunos errores.

- **Cuando elijas dónde grabar, ten presente el sonido.** Piensa en el impacto negativo que pueden tener en la grabación de audio el ruido ambiental y la acústica de los espacios (como el eco).
- **Usa micrófonos externos.** Si bien puedes grabar videos increíbles con tu smartphone, es buena idea usar micrófonos externos (es decir, no el de la cámara) para grabar audio de calidad.
- Si buscas ayuda para comenzar, en este video de la Academia de Creadores podrás conocer los conceptos básicos para crear una experiencia de audio y video fantástica.



Si necesitas información rápida para aprender a crear contenido en YouTube, mira la lista de reproducción "[Habilidades de producción: de las ideas a los videos](#)" de la [Academia de Creadores de YouTube](#).

CONCÉNTRATE EN LOS CONCEPTOS BÁSICOS

Sé accesible

El público quiere verte como eres en realidad.

- **El mejor tipo de contenido es el personal.** En YouTube, no sirve ser distante o tener un aura de misterio, así que no temas grabarte hablándole directamente al público.
- **No le temas a la imperfección.** Aunque parezca paradójico, puede ser beneficioso crear videos con un estilo más improvisado.
- **Disponte a conversar con el público** por medio de transmisiones en vivo y en los comentarios para profundizar tus lazos con la comunidad.



Crea contenido de forma masiva

La creación de videos consume tiempo y recursos, por lo que siempre es buena idea intentar maximizar los resultados de tus días de producción.

- **Graba por lotes.**

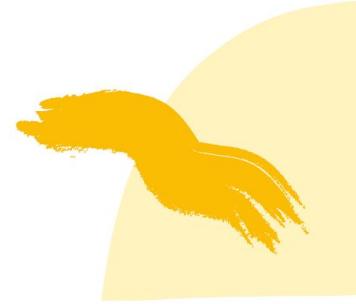
Siempre que puedas, crea varios videos durante tus sesiones de grabación. Por ejemplo, si quieras entrevistar a expertos de tu organización, intenta grabar dos o más videos el mismo día.

- **Sé flexible con tus grabaciones.**

Aprovecha de formas creativas el material adicional que grabes en eventos y piensa cómo presentarlo y tener más contenido para compartir.



**Encuentra el formato adecuado
para tu contenido**



Resumen de formatos periodísticos exitosos

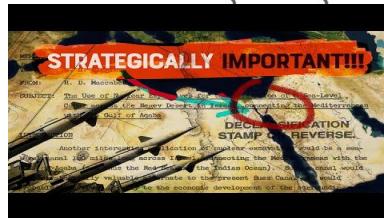
Aprovecha los formatos existentes que ya conoce el público en línea, sobre todo durante las fases iniciales de tu recorrido en YouTube. Aquí encontrarás algunos formatos populares que podrían servirte para lograr tu misión.



ANÁLISIS DE NOTICIAS



EN VIVO



EXPLICACIONES



COLABORACIONES



ENTREVISTAS



PODCASTS



NARRACIONES/DOCUMENTALES



RESUMEN DE NOTICIAS

Mensual

CONTENIDO
DE IMPACTO

CONTENIDO
DE IMPACTO

CONTENIDO
DE IMPACTO

Contenido de impacto

Videos con un alto nivel de producción o colaboraciones con creadores de YouTube y otras figuras públicas.

Semanal

CONTENIDO
CENTRAL

CONTENIDO
CENTRAL

CONTENIDO
CENTRAL

CONTENIDO
CENTRAL

Contenido central

Formatos como episodios y transmisiones en vivo regulares que motiven a los usuarios a volver por más contenido y suscribirse.

Siempre vigente, menos frecuente

CONTENIDO DE AYUDA

Contenido de ayuda

Contenido perdurable cuyo objetivo es responder preguntas frecuentes, explicar ideas o analizar temas que tengan relevancia a lo largo del tiempo.

FORMATOS DE NOTICIAS

Contenido de IMPACTO

Frecuencia: Es poco frecuente. Suele requerir un mayor esfuerzo de producción que el contenido central. Puede estar basado en un momento específico (p. ej., temporada de elecciones) o puede ser un momento autogenerado (p. ej., una colaboración).

Contenido: Busca ser atractivo para muchas personas para generar más interés en el público general en un momento determinado.

Público: El objetivo del contenido de impacto es llegar a la mayor cantidad de usuarios posible, incluidos quienes no conozcan tu canal.

Objetivo: La intención es proporcionar un momento de gran visibilidad a tu contenido y convertir a muchos usuarios casuales en suscriptores a largo plazo.

Sugerencias:

- Usa Estrenos de YouTube, Historias y la pestaña Comunidad para generar expectativa y reconocimiento.
- Las colaboraciones pueden aumentar la cantidad de usuarios. Es importante optimizar el título del video y, además, promocionarse en otras redes sociales.



FORMATOS DE NOTICIAS

Narraciones o documentales de **IMPACTO**

Ya sea a través del periodismo investigativo o la creación de documentales, las narraciones en profundidad pueden ser una forma de distinguir tu canal de la competencia.

- **Los momentos de impacto ayudan a mantener la relevancia.** Una serie de contenido documental o investigativo no solo puede crear grandes momentos de alcance en tu público, sino también generar el efecto adicional de volver a atraer al público si tu historia requiere varios episodios, además de proporcionarle un posible valor de vida útil prolongada a tu canal.
- **Define tu programación con un propósito en mente.** Considera el momento en el que publicarás estos videos, ya que pueden ser a los que debas dedicar más tiempo de producción. Piensa cómo puedes generar expectativa mediante herramientas promocionales, como adelantos con contenido tras bambalinas en Historias y actualizaciones en la pestaña Comunidad.
- **Crea contenido complementario.** No solo puedes usar el contenido tras bambalinas para compartir el progreso antes de publicar el contenido, sino también aprovecharlo junto con el “material no incluido” para ofrecerlo a los públicos principales que quieran ver más.



FORMATOS DE NOTICIAS

Colaboraciones de IMPACTO

Trabaja con otros canales para ampliar tu alcance y público mientras creas contenido genial para tus fans existentes.

- **Elige con cuidado.** Es posible que los creadores más populares no sean los más indicados. Es mejor que elijas a creadores que ya tengan el público al que quieras llegar. P. ej., colegas en tu área o marcas populares que abordan temas relacionados, entre otros.
- **Considera tu oferta única para otros canales.** Piensa en las oportunidades únicas que puedes ofrecerles a otros canales, como acceso a ti, a expertos en un tema determinado o incluso a tu público. Por supuesto, también considera si esos canales pueden ofrecer un valor similar a ti o tu canal.
- **No olvides crear contenido para tu canal.** Si quieres aprovechar al máximo esta gran oportunidad promocional, asegúrate de crear contenido que no solo pueda usarse en el canal del colaborador, sino también en el tuyo. Si graban videos increíbles que ambos canales puedan publicar, aumentará el impacto de la colaboración.

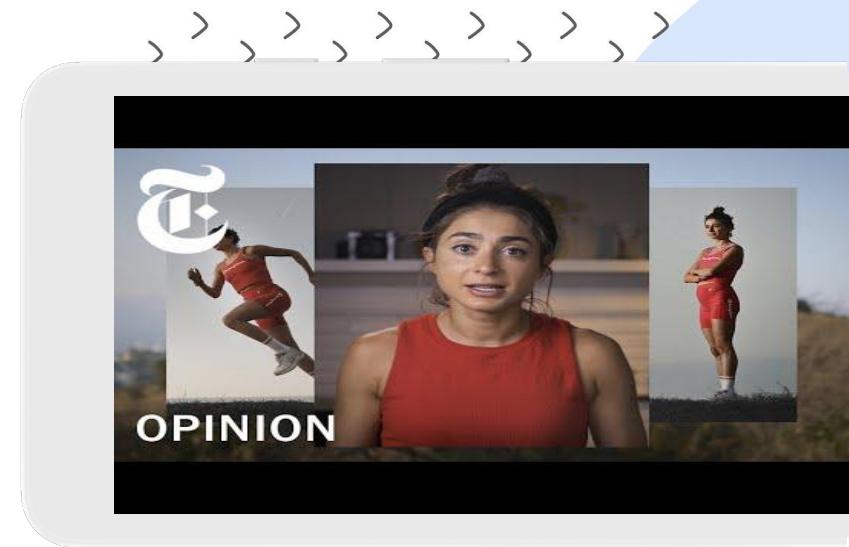


FORMATOS DE NOTICIAS

Cultura popular y noticias de **IMPACTO**

Por lo general, este formato tiene un **estilo de explicación** y atraerá a muchos usuarios debido a su conexión con la cultura popular. Debería generar un momento de "impacto" para tu canal.

- **Elige con cuidado.** No olvides asegurarte de que el momento de la cultura popular que aprovecharás se relacione con el contenido que publicas en tu canal. Si te alejas demasiado de tu enfoque habitual, el público podría reaccionar de forma negativa y podrías perder tiempo valioso creando un video que no captó su interés.
- **En este caso, el término "cultura popular" se entiende como cualquier aspecto relacionado con noticias de actualidad, pero que no sean chismes.** El objetivo es crear contenido de manera auténtica sobre momentos o temas importantes a los que puedes agregar valor y participar en las conversaciones que se desarrollan en YouTube sin sacrificar tu integridad.



FORMATOS DE NOTICIAS

Contenido de **CENTRAL**

Frecuencia: Según tu ritmo de cargas habitual. Piensa en el contenido central como la base de tu canal.

Contenido: Contenido sustentable y segmentado que apela directamente a los gustos y expectativas de tus suscriptores (aprovecha tus formatos habituales).

Público: Tu base de suscriptores existente y los usuarios que miran tu canal, pero que aún no se han suscrito.

Objetivo: En primer lugar, lograr que tu público regrese a mirar más contenido mediante cargas constantes que apelen a sus expectativas y deseos. En segundo lugar, ofrecer un archivo de contenido para que los usuarios nuevos lo exploren después de suscribirse.

Sugerencias:

- Programa publicaciones de episodios semanales en un día y a una hora fijos para fomentar la participación constante de los usuarios.
- Comparte el programa en tus publicaciones de contenido central para que el público sepa cuándo volver por más.

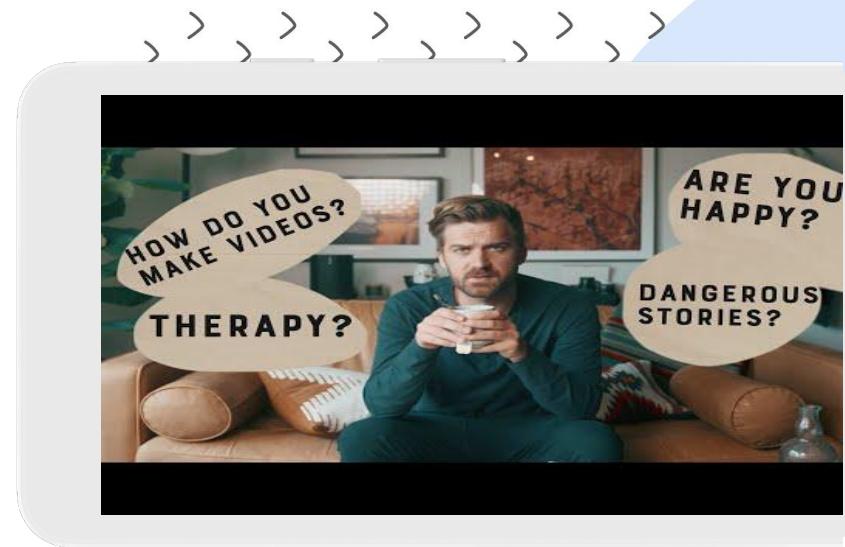


FORMATOS DE NOTICIAS

Sesiones de preguntas y respuestas **CONTENIDO CENTRAL**

Recuerda que YouTube no es la TV: los públicos quieren ver tu versión más real y sin filtros. También valoran el aspecto bidireccional de la plataforma, por lo que el contenido con sesiones de preguntas y respuestas es una de las formas más simples de comunicarte con tu comunidad.

- **Responde de una manera que te acomode.** Cuando decidas hacer un video de preguntas y respuestas, es posible que te preguntes si debería ser on demand o en vivo. On demand es ideal si quieres seleccionar las preguntas con antelación, mientras que las transmisiones en vivo pueden ser útiles si te acomoda más un estilo de diálogo en tiempo real y se adapta mejor a tu comunidad.
- **La frecuencia puede variar en los formatos “centrales”.** Las sesiones de preguntas y respuestas pueden ser útiles para crear series, pero posiblemente las publique con menos frecuencia que otros formatos “centrales” (por ejemplo, una vez al mes en lugar de una vez por semana). No hay problema. Lo importante es que elijas un estilo que puedas desarrollar de forma constante y sostenible a lo largo del tiempo



FORMATOS DE NOTICIAS

Podcasts **CONTENIDO CENTRAL**

Los podcasts son conversaciones no estructuradas de formato largo sobre ideas, temas o historias. Pueden ser eficaces y requerir poca producción, por lo que tal vez sea mucho más fácil publicarlos con frecuencia.

- **Encuentra un estilo coherente.** Aunque los podcasts tienen una estructura habitual, asegúrate de que los tuyos cuenten con un estilo y un enfoque coherentes. ¿Tus podcasts analizan una noticia específica o son entrevistas a figuras públicas o expertos en temas determinados?
- **Sube clips de momentos destacados para que los usuarios aprecien el valor del contenido.** Cuando trates de atraer a públicos nuevos a estos videos de formato más largo, recomendamos que aproveches clips de los mejores momentos y los subas de forma independiente por dos razones. En primer lugar, facilitas el descubrimiento debido a que el clip se enfoca en un tema específico. En segundo lugar, seleccionar clips especialmente para el público que mira contenido de formato corto le da una idea del tema tratado en el podcast sin necesidad de dedicarle demasiado tiempo.
- **Aprovecha los CTA en los videos** y los elementos en las pantallas finales para invitar a los usuarios a que disfruten el podcast completo.
- Cuando crees los títulos de estos videos, indica primero el tema del programa y, luego, el nombre de tu podcast.



FORMATOS DE NOTICIAS

Actualizaciones y resúmenes de noticias **CONTENIDO CENTRAL**

Las actualizaciones y los resúmenes de noticias son formatos con los que puedes compartir actualizaciones sobre noticias y reportajes de interés general. También pueden ser un buen espacio para abordar noticias que se masificaron, pero tal vez deban corregirse.

- **La búsqueda será clave.** Ten cuidado con las palabras y frases que usas en la presentación de tu contenido, ya que los usuarios las utilizarán para encontrarte en la búsqueda y alrededor de videos relacionados con temas similares (en los que podrías querer rectificar el rumbo de la narración).
- **Analiza áreas de interés conocidas y desconocidas.** Este formato puede ser muy útil para abordar noticias médicas de interés general, pero también ofrece una oportunidad de compartir noticias interesantes sobre el tema al que te dedicas o cualquier otro tema al que el público no pueda acceder por medios tradicionales.
- **Crea una serie.** Si quieres crear una serie con un estilo similar a un programa de TV para este formato recurrente, considera mostrar tu marca en la miniatura y en la parte final del título.



FORMATOS DE NOTICIAS

Listículos **CONTENIDO CENTRAL**

Los listículos en video son otro formato popular de YouTube que puede aprovecharse como un método diferente para presentar actualizaciones de noticias en un estilo común de YouTube.

- **Proporcionan contexto.** Uno de los aspectos que aumentan la eficacia de las listas es que es más fácil para el público entender el contexto, ya que el título y la introducción establecen claramente el enfoque del contenido y cómo encaja cada elemento.
- **Mantiene el interés de los usuarios.** Si mencionas con claridad cuántos elementos tienen la lista, el público se interesará en tu video, ya que sabrá exactamente lo que verá según el número de la lista.
- **Combinan información breve con una estructura de formato más largo.** Por último, los listículos son populares en YouTube por su capacidad de combinar información breve en cada elemento particular de la lista con la importancia de un tiempo de reproducción más largo. Esta combinación permite obtener una retención más prolongada y sólida.



FORMATOS DE NOTICIAS

Contenido de AYUDA

Frecuencia: Es más frecuente que el contenido de impacto, pero menos que el central.

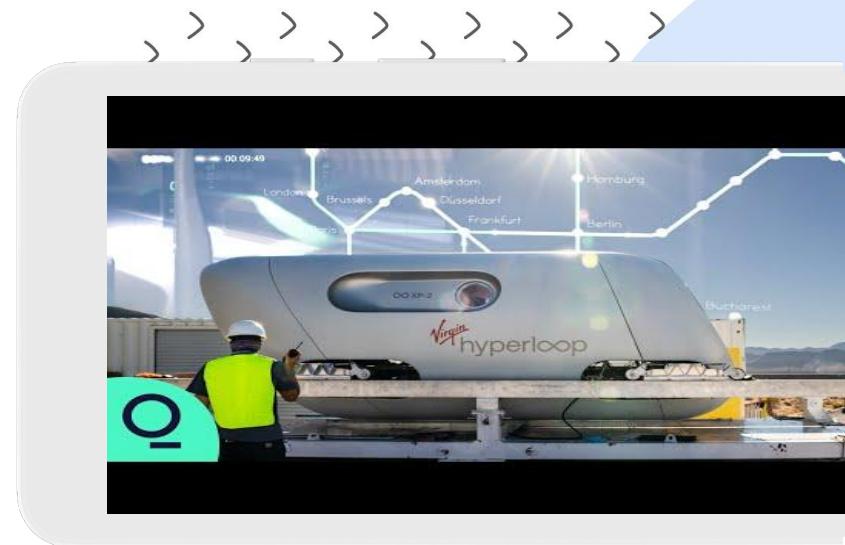
Contenido: Temas siempre vigentes enfocados en preguntas o ámbitos específicos (p. ej.: ¿Qué es el NHS?, ¿cómo se implementaría el “nuevo pacto verde”?, etcétera).

Público: Este contenido tiene un atractivo general y segmentado, y suele llamar la atención de los usuarios más casuales que no interactúan con tu canal.

Objetivo: Proporcionar videos siempre vigentes que reciban vistas y conviertan a usuarios casuales en suscriptores de forma constante.

Sugerencia: Consulta las tendencias en Google y YouTube con Trends para saber qué contenido de ayuda crear a continuación.

- El término “ayuda” no significa que el contenido siempre deba estar enfocado en “ayudar”. Un ejemplo de ello es el contenido de ayuda que se mantiene vigente durante más tiempo (contenido que los usuarios podrían mirar desde 6 meses hasta un año después casi sin perder el interés).



FORMATOS DE NOTICIAS

Explicaciones AYUDA

Es posible que conozcas bien este formato popular de YouTube, ya que es emblemático de la plataforma. Las explicaciones son videos que abordan una historia o un tema específicos en profundidad para contextualizar y entregar información al público que desea aprender más.

- Las explicaciones **son análisis detallados sobre un tema o, incluso, una lista y cuentan con un anfitrión que explica el problema con animaciones y elementos visuales.**
- Algunos de los formatos más exitosos se crearon para **abordar eventos y problemas actuales, ya que pueden conseguir tráfico de la búsqueda.** También se mantienen relevantes con el paso del tiempo si los eventos o problemas resurgen en las noticias.
- **Desarrolla explicaciones enfocadas en temas siempre vigentes.** Una buena opción para comenzar es leer los comentarios de tu público o explorar Google Trends y YouTube Analytics.



FORMATOS DE NOTICIAS

Shorts

YouTube Shorts es una nueva experiencia de formato corto para canales que quieren crear videos cortos y llamativos solo usando teléfonos celulares.

- **¿Qué se considera un Short?** Es un video vertical de hasta 60 segundos de duración.
- **¿Existen recomendaciones para impulsar su descubrimiento?** Incluye #Shorts en el título o la descripción del video para que nuestro sistema recomiende tus Shorts en YouTube.
- **¿Debería crear un canal solo de Shorts o usar el que ya tengo?** Si tus Shorts se alinean con tu contenido de larga duración, tendría sentido dejarlos en tu canal principal. Sin embargo, si piensas variar, lo mejor sería crear un canal nuevo para tus Shorts.



60
segundos
video
vertical

FORMATOS DE NOTICIAS

Shorts

- **¿Cómo influyen los Shorts en las notificaciones?** Los usuarios que activaron la campana de notificaciones no recibirán una cada vez que pubiques un Short. Para no sobrecargar al público, solo recibirán notificaciones los usuarios interesados en tus Shorts.
- **¿Qué debería crear?** En Shorts, se celebran los videos aleatorios, reales y sin filtros. Si no sabes cómo empezar, piensa en el contenido que te gusta consumir y en cómo podrías darle un toque personal.
- **¿Tienen ejemplos del formato en contenido de noticias?**
Algunos formatos de Shorts para noticias son clips de reportajes y explicaciones breves. Experimenta y analiza qué les interesa a tus usuarios. Ten en cuenta que los Shorts podrían tardar un tiempo en llegar al público que quieras, así que dales tiempo a tus experimentos.



Presenta tu contenido



Presentación de contenido en YouTube

- **3 aspectos de la presentación en YouTube:**
 - **Título:** Claro, descriptivo, preciso y breve
 - **Miniatura:** Debe ilustrar el contenido y estar en alta resolución
 - **Descripción:** Debe ser descriptiva, las primeras 2 líneas son clave
- **Planifica y crea tus títulos y miniaturas en conjunto**
- Aprovecha las impresiones y los datos de CTR en YouTube Analytics para **evaluar qué funciona mejor con tus públicos.**



PRESENTACIÓN

Crea títulos y miniaturas eficaces

Los títulos y las miniaturas pueden marcar una gran diferencia para ayudar a los usuarios a decidir si quieren mirar tu contenido, sobre todo si los usas en conjunto. Veamos algunas prácticas recomendadas.

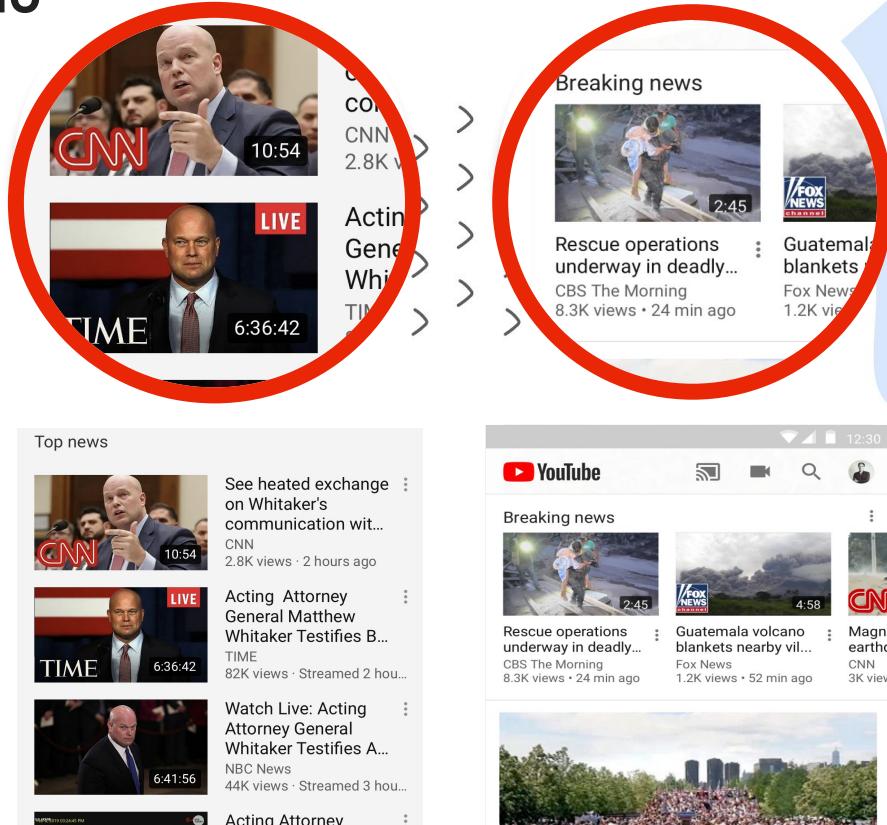
- **Precisión:** Asegúrate de que el título y la miniatura juntos sean una representación precisa del video.
- **Brevedad:** Intenta redactar títulos que tengan menos de 70 caracteres y de mencionar las palabras o ideas más importantes al principio.
- **Facilidad para buscar:** Siempre que sea posible, incluye en el título palabras clave que faciliten la búsqueda.
- **Atractivo para el público:** Combina los títulos y miniaturas para crear avances atractivos del contenido.



Diferencia visualmente tu contenido con miniaturas y un logotipo

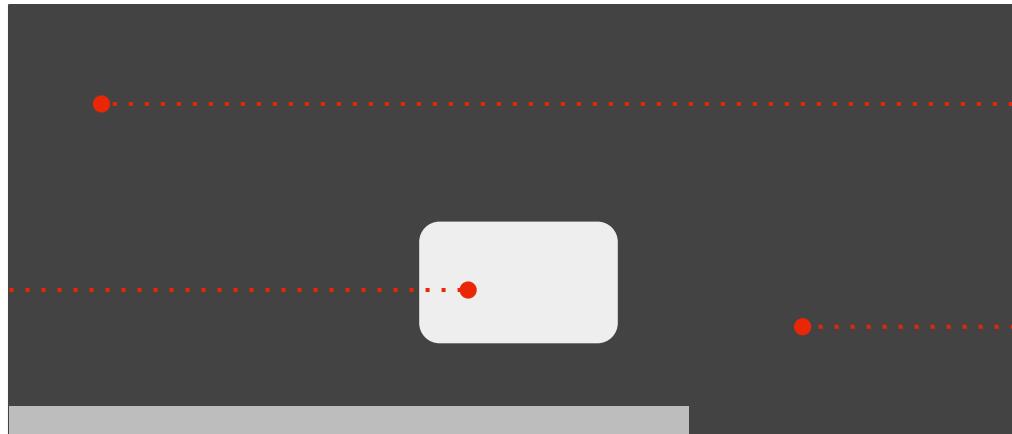
Los títulos y las miniaturas pueden marcar una gran diferencia para ayudar a los usuarios a decidir si quieren mirar tu contenido, sobre todo si los usas en conjunto. Veamos algunas prácticas recomendadas.

- **Usa tu logotipo para ayudar al público que confía en ti a encontrarte cuando busca noticias importantes.**
- **Crea títulos para unir series o temas** y ayudar al público a continuar sus sesiones.
- **Desarrolla plantillas o estilos de miniaturas para temas o géneros** en función de tu mezcla de programación.
- **En este ejemplo**, analiza cómo las imágenes de las miniaturas pueden ser similares para noticias importantes.



Consideraciones para crear miniaturas

Relación de aspecto de 16:9 // 1280 x 720 píxeles // tamaño de archivo menor que 2 MB



El botón de reproducción estará superpuesto

Evita ubicar imágenes o marcas importantes en esta área, ya que el texto puede superponerse aquí en incorporaciones y bibliotecas de noticias principales/de último momento.

SUPERPOSICIÓN DE CÓDIGO DE TIEMPO

Idealmente, la marca debería ubicarse en las esquinas

Sugerencias
para la imagen principal:

1. Representa el contenido con precisión
2. Llamativa
3. Contraste alto
4. Visible en todos los tamaños

Miniaturas basadas en plantillas: simples pero eficaces



Las miniaturas basadas en plantillas son excelentes para el contenido de divulgación rápida que quieras diferenciar visualmente. Una característica genial de las miniaturas con plantillas es que, después de crearlas, un editor puede cambiar la foto y actualizar el texto superpuesto rápidamente antes de subirlas a YouTube.



Consideraciones sobre la publicación



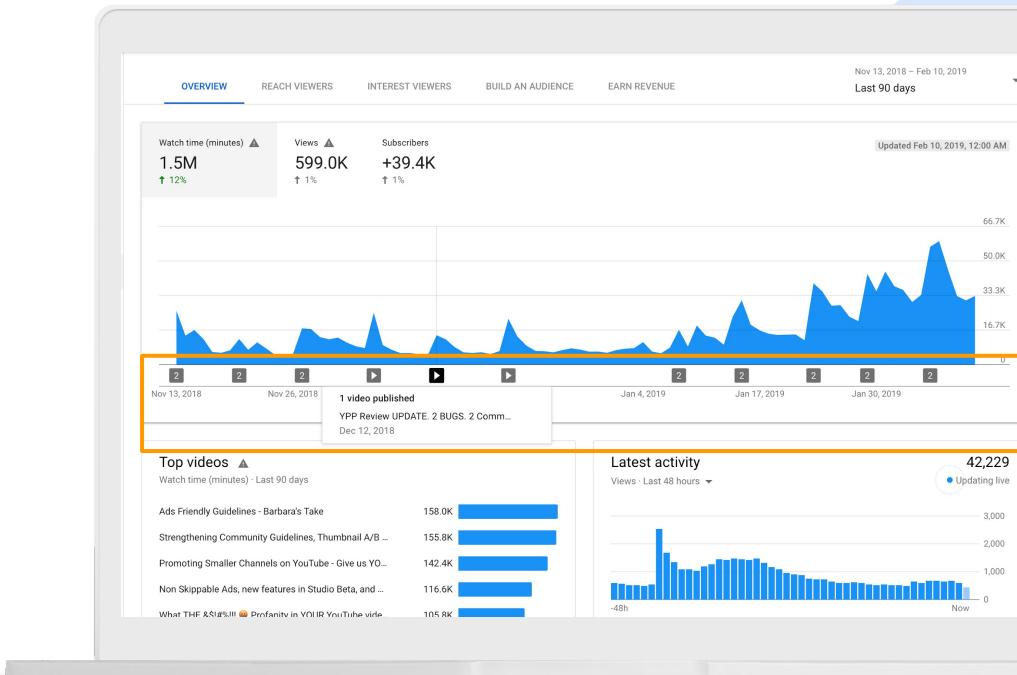
PUBLICACIÓN

Sé constante

Es recomendable que crees expectativas entre tu público, y es esencial hacerlo de un modo confiable, ya sea mediante tu banner del canal o con una frecuencia de publicación constante.

Cumple un programa de lanzamientos constante y avisa con antelación cuando te tomes pausas en la publicación de contenido.

- **La constancia no es lo mismo que el volumen.** Es más importante publicar contenido según un programa que hacerlo con mucha frecuencia.
- **Mantén tu contenido fácil de manejar.** Los videos con un alto valor de producción son geniales, pero pueden ser difíciles de producir a lo largo del tiempo. Busca un equilibrio entre calidad y cantidad de contenido que puedas mantener a largo plazo.



PUBLICACIÓN

Transmisiones en vivo frente a Estrenos

Transmisiones en vivo: Cuándo deben utilizarse:

- Para los videos en los que busques participación activa con tu público y que este te indique lo que harás en pantalla
- Cuando quieras entregarle a tu público una actualización en tiempo real sobre un tema o problema

Estrenos: Publica un video pregrabado que, al momento de publicarlo, se reproduzca como video en vivo. Cuándo deben utilizarse:

- En videos pregrabados de amplio alcance. Los Estrenos te permiten simular un "momento en vivo", durante el cual los miembros de tu público miran todos al mismo tiempo y pueden chatear sobre lo que ven (si habilitaste la opción).
- Elige bien cuándo usar los Estrenos. Úsalos en videos para los que quieras generar un momento especial con tu comunidad.

Moderación del chat en vivo: YouTube te proporciona varias herramientas que puedes usar para moderar el chat en vivo.



Comprende a tu público con Analytics

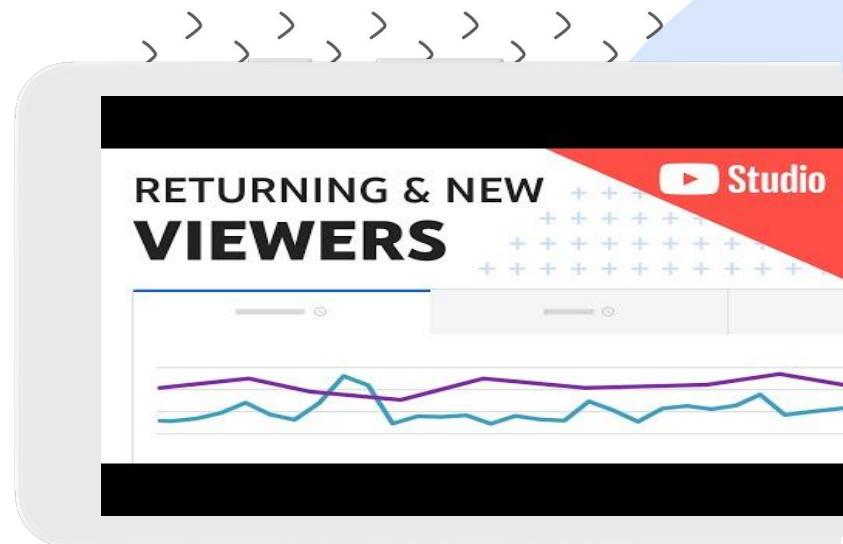
En YouTube Studio, puedes consultar la pestaña Público para obtener información útil sobre tus usuarios. Estos son algunos elementos útiles que podrás encontrar ahí:

Usuarios nuevos y recurrentes: Puedes usar la métrica de usuarios nuevos y recurrentes para planificar la estrategia de contenido de tu canal. Por ejemplo, puedes crear contenido que sea coherente para generar lealtad o experimentar con temas nuevos para atraer a usuarios que no conozcan tu canal.

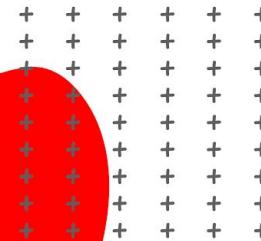
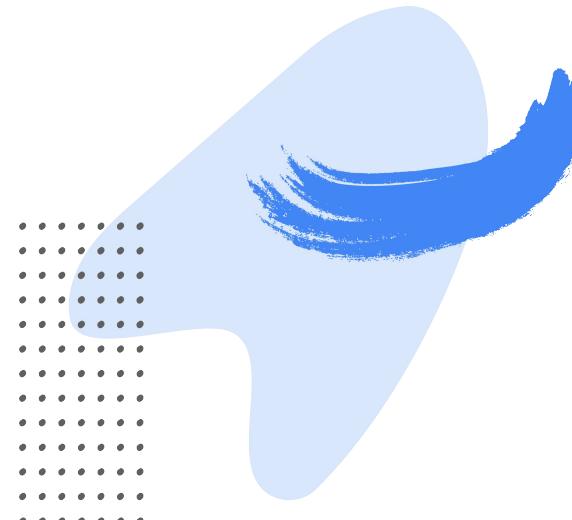
Horarios en que tus usuarios ingresan a YouTube: Este informe te indica cuándo los usuarios ingresaron a YouTube durante los últimos 28 días. Puedes usarlo para crear una comunidad, saber cuándo programar un Estreno o planificar tu próxima transmisión en vivo.

Otros videos que miró tu público: En este informe, se muestran los otros videos que miraron los usuarios fuera de tu canal en los últimos 7 días. Puedes usarlo para buscar temas para videos y títulos nuevos. También puedes usar esta información para obtener ideas para miniaturas y oportunidades de colaboración.

Existen algunas otras áreas que puedes encontrar en la pestaña Público de YouTube Studio.



Gracias



FORMATOS DE NOTICIAS

Shorts

- **¿Cómo influyen los Shorts en las notificaciones?** Los usuarios que activaron la campana de notificaciones no recibirán una cada vez que pubiques un Short. Para no sobrecargar al público, solo recibirán notificaciones los usuarios interesados en tus Shorts.
- **¿Qué debería crear?** En Shorts, se celebran los videos aleatorios, reales y sin filtros. Si no sabes cómo empezar, piensa en el contenido que te gusta consumir y en cómo podrías darle un toque personal.
- **¿Tienen ejemplos del formato en contenido de noticias?**
Algunos formatos de Shorts para noticias son clips de reportajes y explicaciones breves. Experimenta y analiza qué les interesa a tus usuarios. Ten en cuenta que los Shorts podrían tardar un tiempo en llegar al público que quieras, así que dales tiempo a tus experimentos.



Resumen sobre las prácticas recomendadas para noticias

LOS CINCO ASPECTOS FUNDAMENTALES

1. Diversifica tu estrategia de contenido

- a. Equilibra el contenido temático y siempre vigente
- b. Crea contenido para diferentes objetivos

2. Aprovecha tu originalidad

- a. Demuestra cercanía y aprovecha tu experiencia
- b. Personaliza el contenido para tu público

3. Programa para el descubrimiento

- a. Enfócate en la página principal, la pestaña Sugeridos y el tráfico de Búsqueda
- b. Presenta tu contenido para que se destaque
- c. Programa tus publicaciones para su óptimo descubrimiento en noticias de último momento y la búsqueda

4. Planifica con coherencia

- a. Crea una programación para mantener las publicaciones a tiempo y proporcionadas
- b. Mantén un estilo de producción conocido para tu público

5. Evoluciona con experimentos

- a. Prueba-Itera-Perfecciona-Repite con la ayuda de la retención de público

ADMINISTRA TU PRESENCIA

1. ¿Un canal o varios canales?

- a. Considera los públicos. ¿Dividirías los públicos similares o enfocarías el contenido en públicos diferentes?
- b. ¿Tienes los recursos necesarios para mantener dos canales actualizados con contenido y administrados correctamente?

2. Administración del canal

- a. Mantén la página principal de tu canal actualizada y relevante
- b. Crea un avance para mostrarle al público quién eres y por qué deberían suscribirse
- c. Usa listas de reproducción para organizar correctamente el contenido por temas y crear bibliotecas en la página principal del canal

