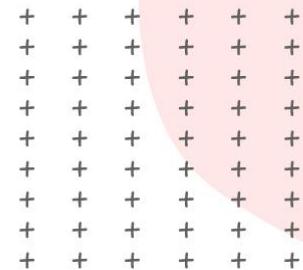


# News Creator

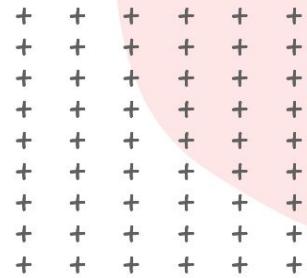
WORKSHOPS 2022



**ATELIER 4 :**

# **Comment YouTube recommande des vidéos +**

## **Principes de base de la monétisation**



## ATELIER 4 : COMMENT YOUTUBE RECOMMANDE DES VIDÉOS + MONÉTISATION

# Aperçu du programme

---

Mission de YouTube, principes directeurs relatifs aux actualités et mise en place d'une stratégie de contenu

Composants principaux de votre marque, création de miniatures efficaces, choix des mots clés de titres et construction de votre communauté

Introduction à Creator Studio et présentation de la façon dont il peut vous aider à analyser la performance de votre chaîne

## Principes de base de YouTube

## Définition de votre marque

## YouTube Studio



## Comment YouTube recommande des vidéos + Principes de base de la monétisation

### Stratégie de contenu

### Clavardage avec un créateur!

Compréhension de votre auditoire, exploration des formats vidéo et définition d'une approche pour le développement de votre contenu

Susciter des interactions avec votre communauté. Comprendre les principes de base de la génération de revenus sur YouTube

Écoutez une étoile montante de l'espace Actualités témoigner de son parcours de créateur à ce jour et posez-lui toutes vos questions!



## ATELIER 4 : COMMENT YOUTUBE RECOMMANDÉ DES VIDÉOS + MONÉTISATION

# Programme

01

Comment YouTube s'y prend pour vous recommander des vidéos

02

Introduction à la monétisation de YouTube

03

Session de questions-réponses



# Comment YouTube s'y prend pour vous recommander des vidéos

---

Les principes  
sous-jacents au  
système de  
recommandation de  
YouTube

Fonctionnement de  
notre système de  
recommandation

Commencer à  
comprendre vos  
spectateurs et leurs  
habitudes



# Le système de recommandation de YouTube est conçu pour...

---

01

Aider chaque spectateur à trouver les vidéos qu'il veut regarder

02

Maximiser la satisfaction à long terme des spectateurs



**Nous attachons une grande importance à la responsabilité de faire ce qui convient pour la société, les spectateurs, les créateurs et les annonceurs...**

**Retirer**

le contenu qui enfreint notre règlement de la communauté

**Rehausser**

les sources dignes de foi sur notre plateforme

**Réduire**

la propagation du contenu limite

**Récompenser**

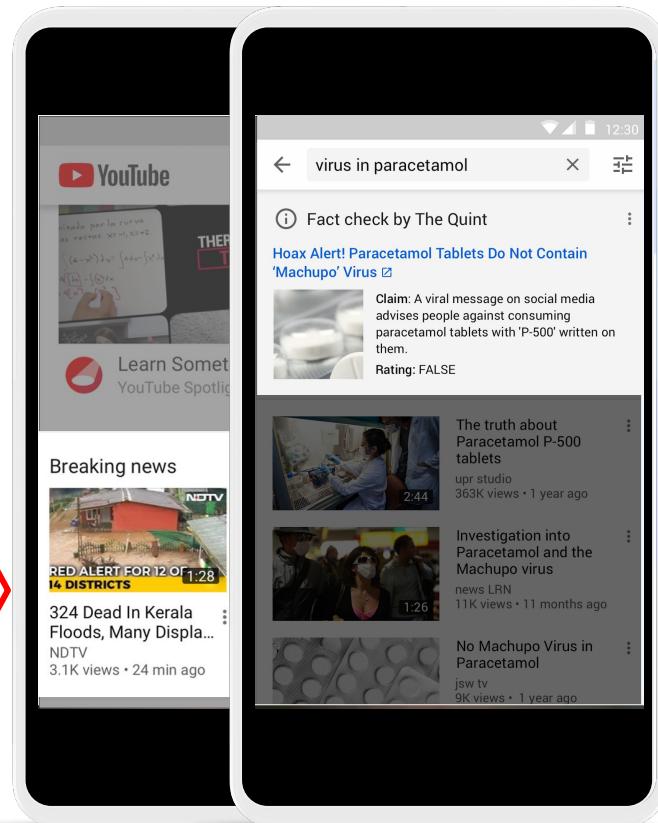
le contenu conforme aux normes rigoureuses de monétisation

**Découverte de YouTube**

# Rehausser

En ce qui a trait aux sujets de nature délicate comme les actualités ou les informations médicales, nous rehaussons la visibilité du contenu produit par les sources les plus dignes de foi dans un domaine donné. Ce faisant, nous nous efforçons d'accroître la transparence et la responsabilité, tout en faisant en sorte que YouTube reste une source d'informations factuelles bien documentées.

**Les étagères Dernières nouvelles et Palmarès des actualités**, sur les pages d'accueil et de recherche, mettent en évidence les sources dignes de foi liées aux événements marquants ou aux sujets de recherche de nature délicate. Par ailleurs, les cartes d'information peuvent s'afficher sur les pages de recherche et de visionnement, afin d'apporter du contexte et une vérification des faits de la part d'organisations crédibles sur des sujets où la mésinformation est courante (p. ex., le réchauffement climatique).

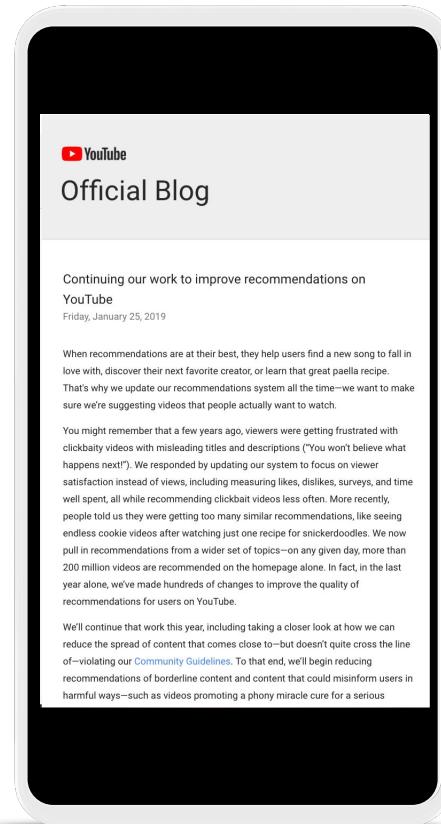


# Réduire

Afin de créer et d'offrir de meilleures expériences à nos utilisateurs, nous modifions régulièrement nos systèmes de recommandation en cherchant à réduire la propagation de contenu limite, de qualité médiocre ou qui repose sur une mésinformation nuisible. Parallèlement au retrait du contenu non conforme, ces actions visent à améliorer la plateforme dans son ensemble, en renforçant la position de YouTube comme un emplacement où les utilisateurs peuvent interagir avec du contenu sécuritaire, intéressant et de haute qualité.

### Vous voulez en savoir plus?

Consultez ce message de blogue qui traite de notre travail de recommandation.

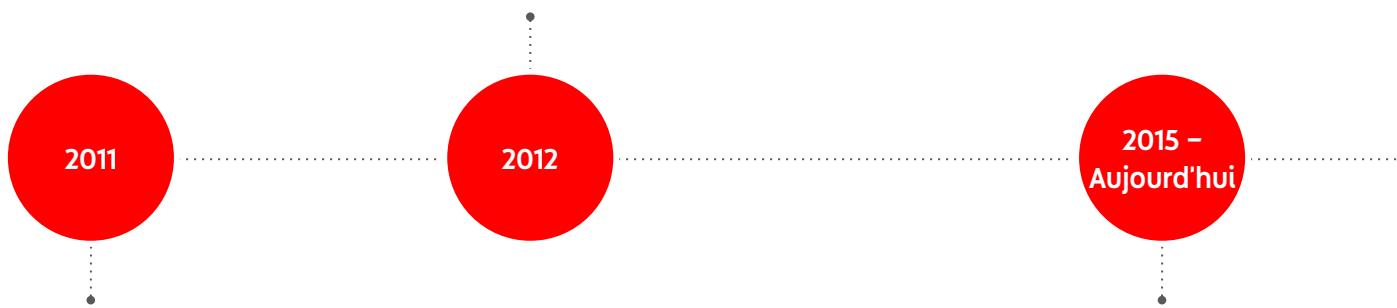


# Nous cherchons à améliorer la satisfaction à long terme des spectateurs en leur demandant leur opinion

---

## Durée de visionnement

Les utilisateurs passent plus de temps sur du contenu qu'ils apprécient



## Clics et visionnements

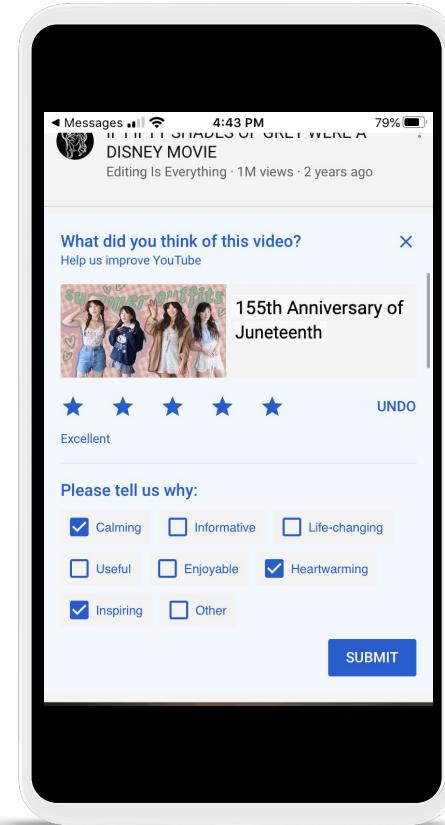
Appâts et miniatures et titres trompeurs

## Satisfaction

Demander aux spectateurs ce qu'ils aiment et optimiser le contenu à cette fin

**Nous utilisons les sondages pour demander leur opinion aux spectateurs**

**... toutes les durées de visionnement ne se valent pas**



Et d'autres signaux, comme des commentaires

↔ Pas intéressé(e) ↔, des mentions J'aime/Je n'aime pas et des partages

Add to queue

Save to Watch later

Save to playlist

Not interested

Don't recommend channel

Report

239

5

SHARE

# Chaque jour, nos systèmes apprennent d'après plus de 80 milliards de signaux de spectateurs...

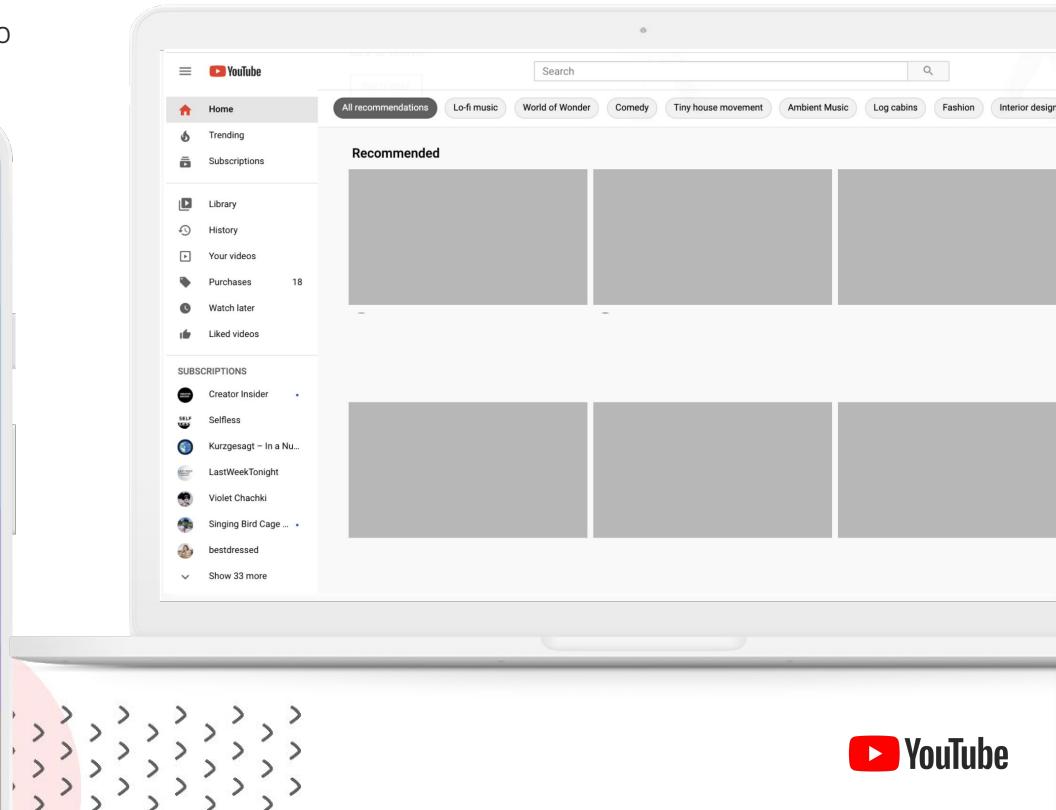
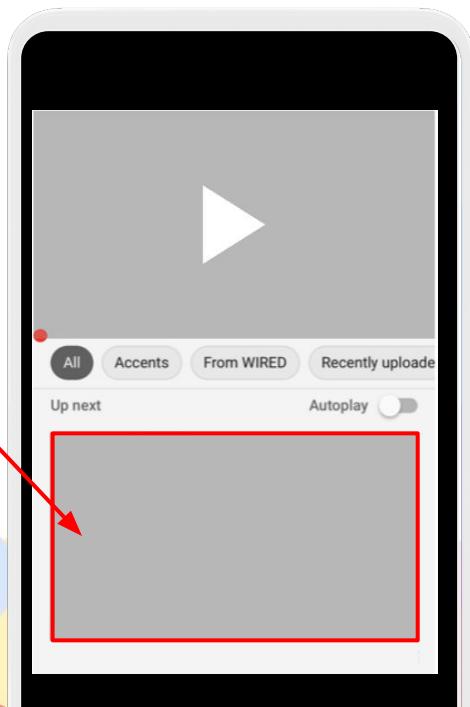
- Ce qu'ils regardent
- Ce qu'ils ne regardent pas
- Pendant combien de temps ils regardent
- Où ils regardent
- Quand ils regardent
- Mentions J'aime/Je n'aime pas
- Partages
- Commentaire « Pas intéressé(e) »
- Sondages pré- et post-visionnement
- et plus



# La page d'accueil et les suggestions de vidéos constituent la principale source pour la plupart des chaînes

Remarque : Les suggestions de vidéos dépendent de la vidéo que l'utilisateur regarde actuellement

Les suggestions de vidéos qui s'affichent dépendent de la vidéo qu'un utilisateur regarde actuellement



# La page d'accueil vise à diffuser les recommandations personnalisées les plus pertinentes à chaque spectateur qui se rend sur YouTube

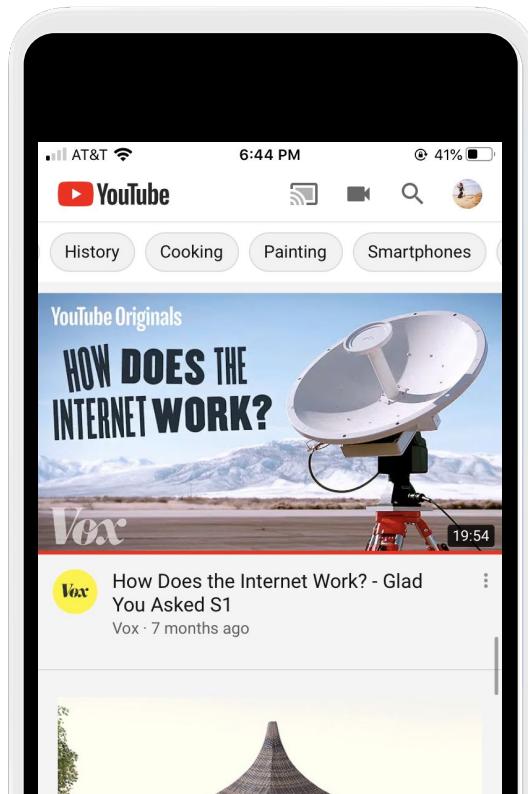
## Comment cela fonctionne-t-il?

La page d'accueil classe les vidéos selon...

- **Performance** : intérêt envers la vidéo et satisfaction de spectateurs semblables, entre autres facteurs.
- **Personnalisation** : historique des vidéos regardées par le spectateur, et fréquence à laquelle un spectateur regarde une chaîne ou un sujet.

## Que pouvez-vous faire?

- Regardez votre vidéo du point de vue d'un nouveau spectateur qui ne connaît pas votre chaîne. Cliqueriez-vous pour la regarder?
- Des mises en ligne régulières peuvent vous aider à soutenir l'intérêt de votre auditoire, et aider les spectateurs à établir une routine par rapport à votre chaîne.



# Les suggestions proposent aux spectateurs des vidéos qu'ils seront le plus susceptibles de regarder ensuite, en fonction de leur activité précédente

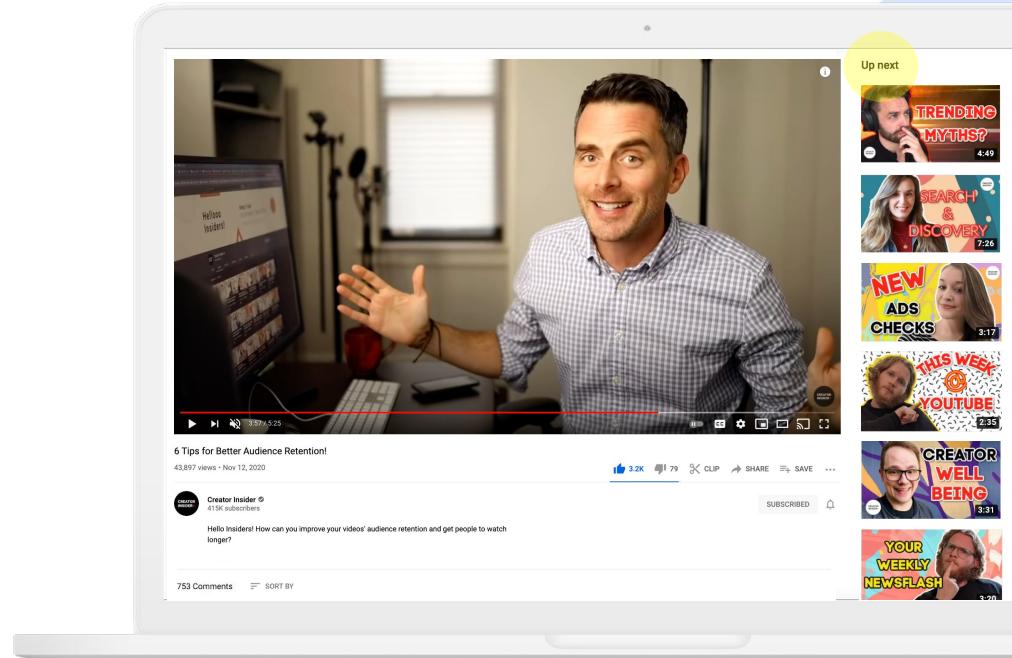
## Comment cela fonctionne-t-il?

Les suggestions utilisent des signaux tels que...

- Vidéos souvent regardées ensemble
- Vidéos sur un sujet connexe
- Vidéos issues de l'historique des vidéos regardées du spectateur

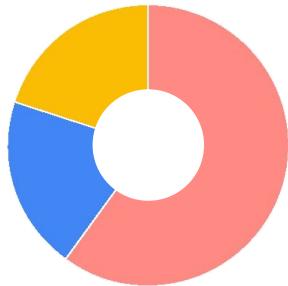
## Que pouvez-vous faire?

- Développer une série de vidéos
- Choisir un style de titre et de miniature cohérent
- Terminer par un appel à l'action pour en regarder plus
- Utiliser des listes de lecture et des écrans finaux

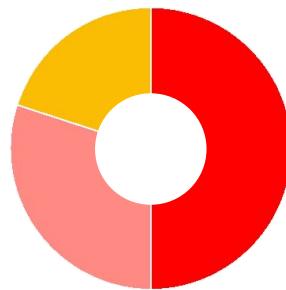


# Il est normal que les spectateurs découvrent les vidéos de différentes façons

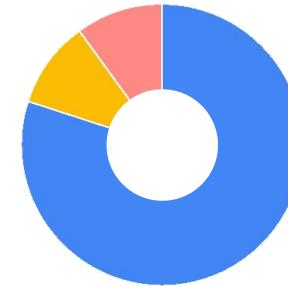
Certaines vidéos susciteront plus ou moins de visionnements de différentes sources de trafic. Dans ce cas, envisagez la façon dont les spectateurs se comportent sur YouTube. Quels sujets recherchent-ils? Comment écoutent-ils de la musique?



Comment faire du pain doré!



Rythmes apaisants pour étudier



Principales histoires du jour

- Visionnements à partir des résultats de recherche
- Visionnements à partir de la page d'accueil
- Visionnements à partir des suggestions
- Visionnements à partir de la liste de lecture

\* Exemples aux fins d'illustration seulement

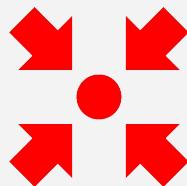


**Le système de recommandation de YouTube  
cherche des vidéos pour les spectateurs  
(plutôt que des spectateurs pour les vidéos)**

# Quels facteurs influencent la façon dont les vidéos sont recommandées?

---

## Personnalisation



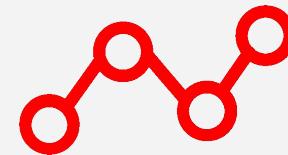
Historique des vidéos regardées

## Performance



Attrait  
Interaction  
Satisfaction

## Facteurs externes



Intérêt pour le sujet  
Concurrence  
Saisonnalité



# Comment YouTube personnalise-t-il les recommandations?

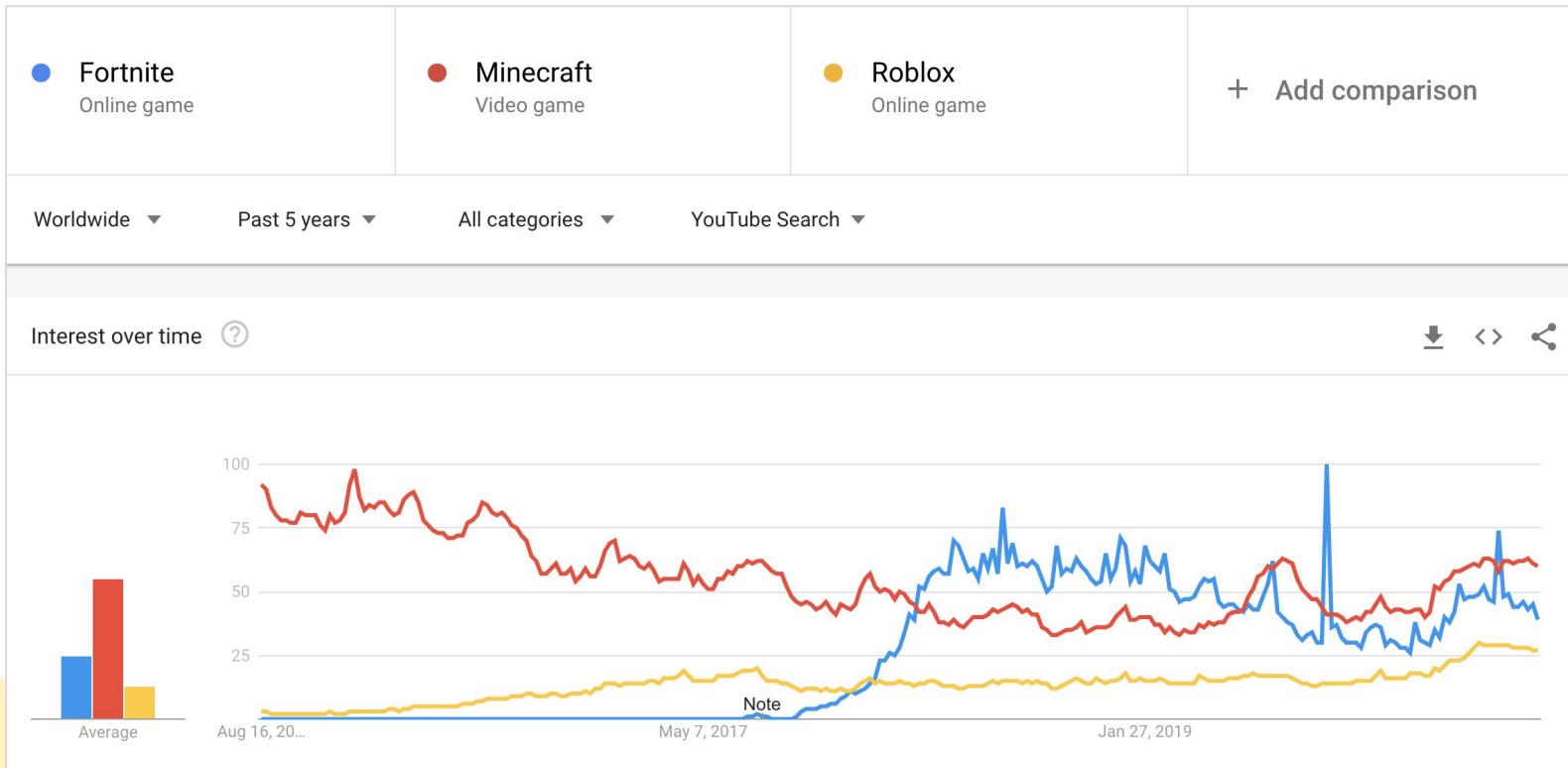
---

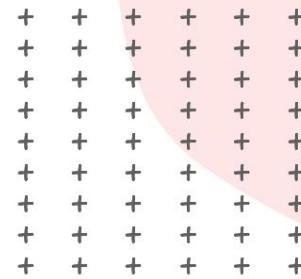
- **En comprenant quelles vidéos l'utilisateur a appréciées par le passé,** nous pouvons proposer plus de vidéos qu'il pourrait apprécier
- **En comprenant quelles vidéos sont souvent visionnées ensemble,** nous pouvons trouver des vidéos que les utilisateurs sont susceptibles de regarder, mais qui ne leur ont pas encore été proposées
- **En comprenant combien de temps un utilisateur passe sur une chaîne ou un sujet,** nous pouvons savoir quels contenus lui recommander ou non



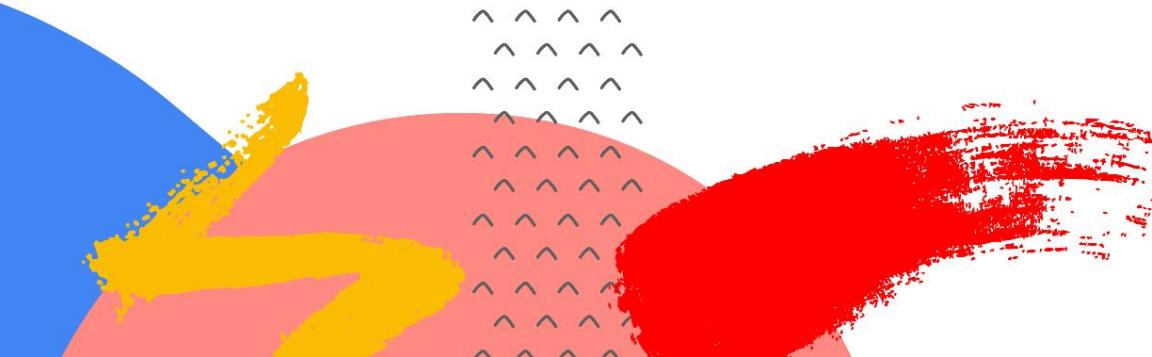


# Gardez à l'esprit que les centres d'intérêt des personnes évoluent au fil du temps...





# Continuer à expérimenter





# Comment notre système envisage-t-il la performance de la vidéo?

## Attrait

Les personnes ont-elles choisi de regarder la vidéo?



## Interaction

Une fois qu'ils ont commencé à regarder, est-ce qu'ils continuent?



## Satisfaction

Les spectateurs ont-ils apprécié la vidéo?



Taux de clics  
Commentaire  
« Pas intéressé(e) »

Durée moy. de visionnement  
Pourcentage moy. de visionnement

J'aime/ Je n'aime pas  
Sondages auprès des utilisateurs

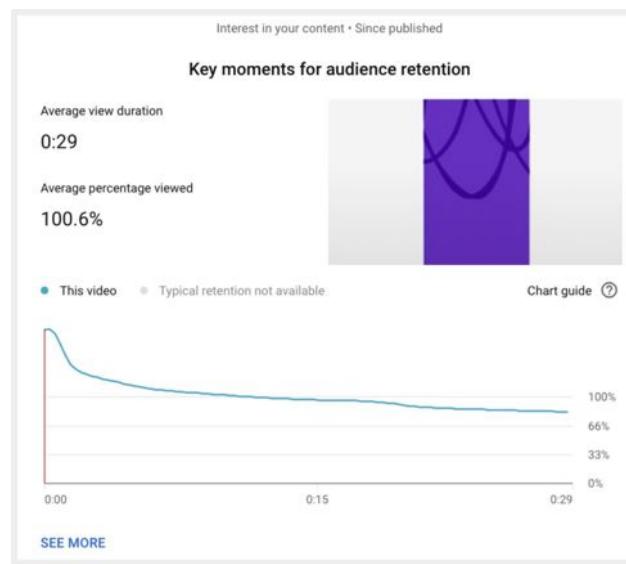


# Un mot sur Shorts...

L'algorithme de Shorts utilise des milliards de signaux lorsqu'il fait apparaître du contenu dans le flux Shorts. Voici toutefois quelques mesures qui peuvent vous aider à mieux comprendre la performance des vidéos Shorts :

**Fidélisation de l'auditoire :** les spectateurs regardent-ils vos courtes vidéos jusqu'à la fin ou est-ce qu'ils les ignorent? Efforcez-vous d'intéresser les spectateurs pour qu'ils regardent les vidéos jusqu'à la fin plutôt que de vous concentrer sur la durée des courtes vidéos à proprement parler.

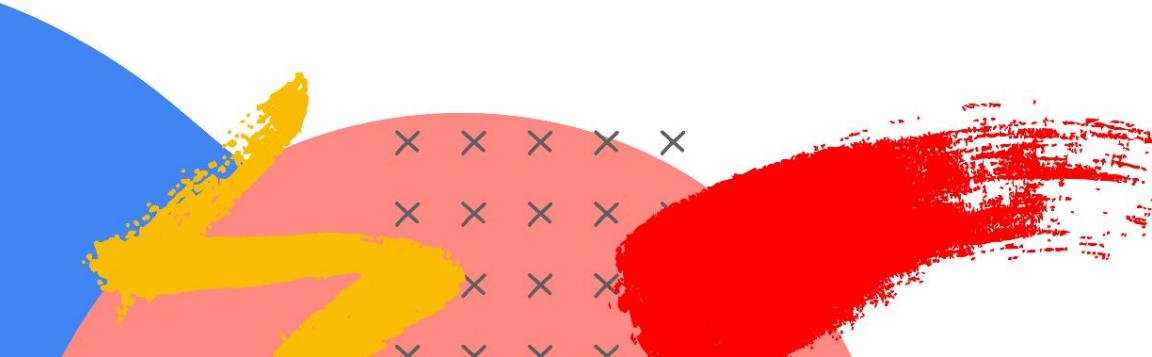
**Mentions J'aime et commentaires :** le nombre de spectateurs qui interagissent avec votre contenu peut vous indiquer ce qui les intéresse ou pas. Quand les spectateurs réagissent bien à une vidéo, notez ce qui selon vous les a poussés à interagir et appliquez-le à votre prochaine courte vidéo!



**REMARQUE :** Vous saurez que les spectateurs ont regardé en boucle vos courtes vidéos plus d'une fois si la fidélisation de l'auditoire est supérieure à 100 %.



# **Cinq choses à savoir au sujet de la performance des vidéos et de la chaîne**





**Q : Il y a peu de visionnements de ma vidéo, mais le taux de clics et la durée moyenne de visionnement sont satisfaisants. Que se passe-t-il?**

**R : D'autres vidéos (en dehors de votre chaîne) ont probablement une meilleure performance.**





**Q : Est-ce que le fait de changer le titre ou la miniature d'une vidéo reclasse celle-ci dans l'algorithme?**

**R : Peut-être, mais cette situation est due au fait que nos systèmes réagissent à la façon dont les spectateurs interagissent différemment avec votre vidéo, plutôt qu'aux modifications apportées au titre ou à la miniature.**



**Q : Est-ce que la monétisation affecte la découverte d'une vidéo?**

**R : Non, nos systèmes de recommandation ne savent pas quelles vidéos sont monétisées ou non.**





**Q : Si j'arrête de mettre en ligne du contenu pendant quelque temps, la performance de ma chaîne va-t-elle en pâtir?**

**R : Nous avons étudié des milliers de chaînes qui ont pris une pause et n'avons détecté aucune corrélation entre la durée de la pause (jours entre les mises en ligne) et les changements en matière de visionnements après la pause par rapport à avant. Prenez une pause quand vous en avez besoin.**



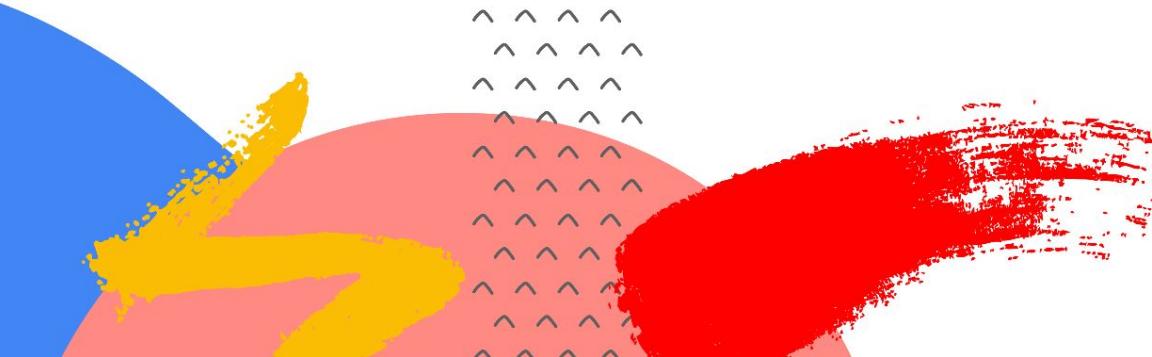
**Q : Si la performance d'une de mes vidéos est médiocre, ma chaîne va-t-elle en pâtir?**

**R : Ce qui importe, c'est la façon dont les spectateurs réagissent à chaque vidéo qui leur est recommandée.**

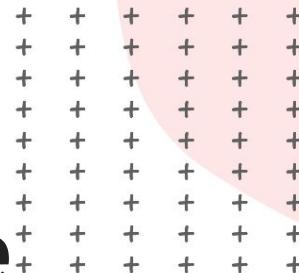


# Commencer à comprendre vos spectateurs et leurs habitudes





Concentrez-vous sur votre  
auditoire et l'algorithme  
s'adaptera





# Quels facteurs externes influencent la façon dont la plupart des personnes voient vos vidéos?

L'intérêt pour le sujet



La concurrence



La saisonnalité





# Certains sujets attirent potentiellement un plus grand auditoire que d'autres

Estimation du nombre mondial de fans de...

**3,5 G**

Soccer

**2,5 G**

Cricket

**450 M**

Golf



## Alors que les créateurs comparent la performance au sein de leur chaîne, nos systèmes classent les vidéos de toutes les chaînes qu'un spectateur peut regarder

- Même si la performance de votre vidéo est bonne par rapport à celle d'autres vidéos sur votre chaîne, votre vidéo peut recevoir moins d'impressions si la performance de vidéos sur d'autres chaînes est meilleure.
- Gardez à l'esprit que la plupart des spectateurs regardent entre 100 et 200 chaînes par mois, voire plus.

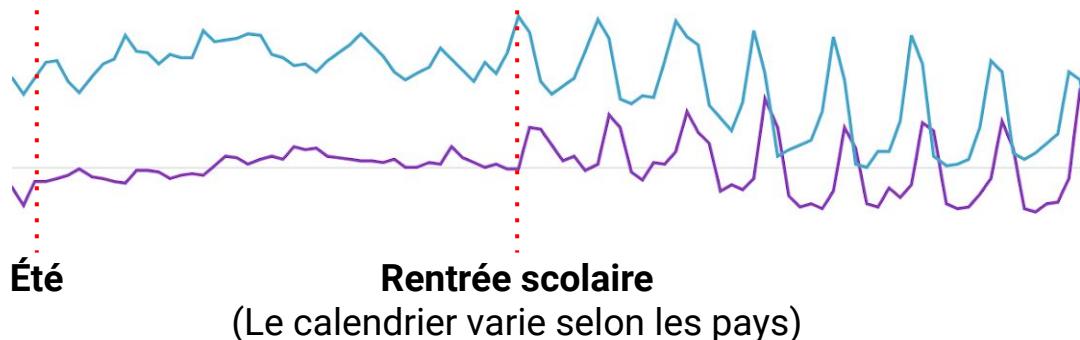
La concurrence





# Le nombre de spectateurs en ligne qui regardent YouTube change au fil de l'année

- Récemment, nous avons constaté des fluctuations du trafic en lien avec la COVID, qui a considérablement changé les habitudes de visionnement des personnes.
- Nombre de créateurs constatent également des chutes de visionnements aux environs de la mi-août, au moment de la rentrée scolaire. Cela ressemble souvent à ceci :

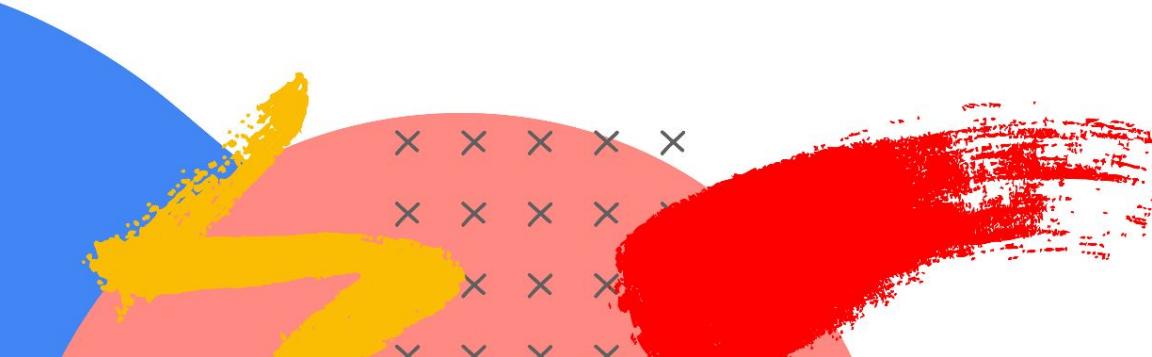


## La saisonnalité



**Le nombre de personnes à qui vos vidéos sont recommandées dépend aussi...**

**de l'attrait général du sujet, de la performance d'autres vidéos, des fluctuations saisonnières**



## ATELIER 4 : COMMENT YOUTUBE RECOMMANDÉ DES VIDÉOS + MONÉTISATION

## Recap

**01**

Nous cherchons à améliorer la satisfaction à long terme des spectateurs

**03**

Continuer à expérimenter

**02**

L'algorithme s'adapte à l'auditoire

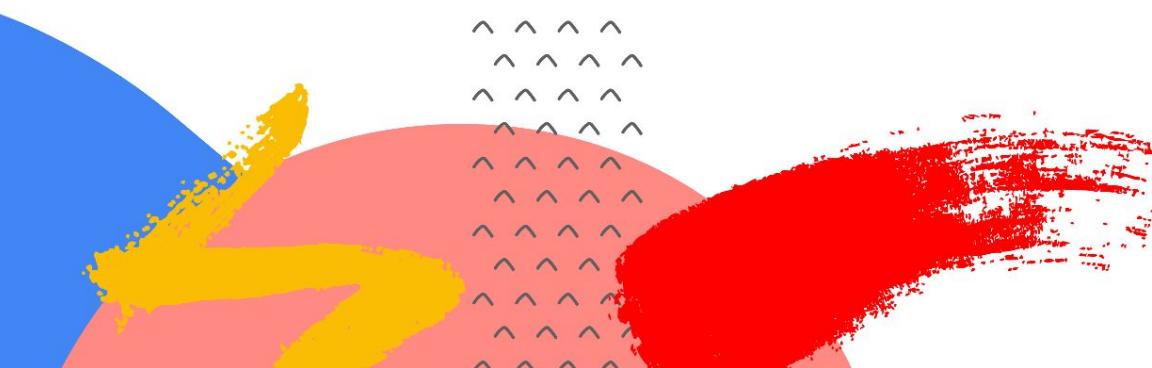
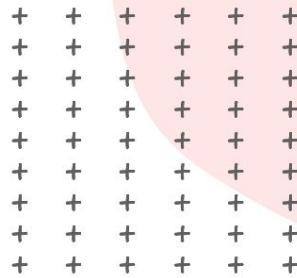
**04**

Attendez-vous à des fluctuations et à une saisonnalité



ATELIER 4 :

# Principes de base de la monétisation



# Mesures de monétisation

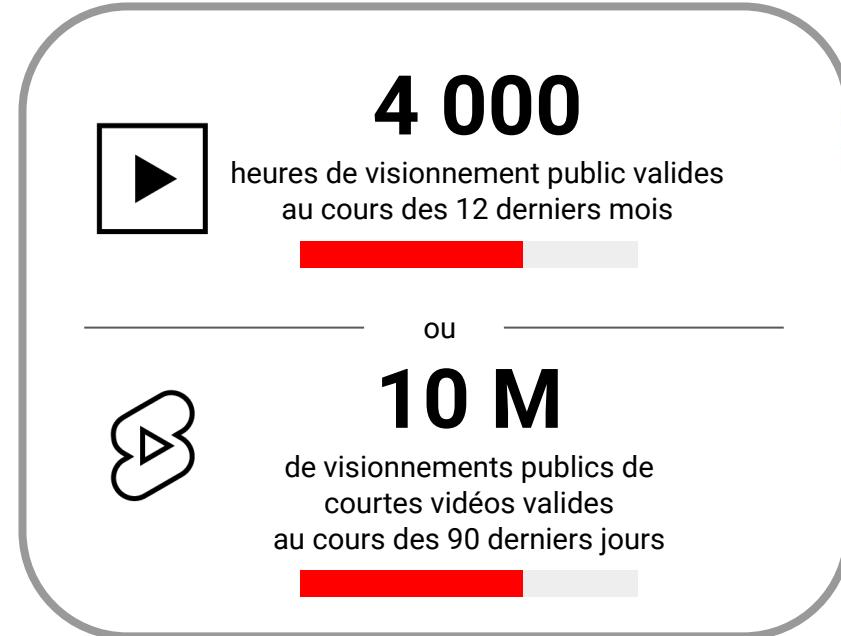
Mesures	Pourquoi est-ce important
<b>Revenus estimés du partenaire</b>	Donne une estimation du <b>revenu total</b> (y compris les revenus publicitaires et non publicitaires) après la part des revenus.
<b>Visionnements</b>	Les visionnements sont un indicateur important de l'intérêt de l'auditoire, mais ils sont aussi <b>un moteur du nombre d'impressions publicitaires</b> que YouTube présente aux spectateurs. Même si ce n'est pas toujours le cas, un plus grand nombre de visionnements se traduit généralement par une occasion de tirer plus de revenus des annonces.
<b>Estimation des lectures monétisées</b>	Vous indiquent grossièrement le nombre de <b>visionnements avec au moins une annonce diffusée</b> au spectateur.
<b>Coût par millier (CPM)</b>	Coût effectif par millier ou revenu brut moyen estimé <b>par millier d'impressions publicitaires</b> .
<b>Revenus par millier de visionnements (RMV)</b>	Représente combien d'argent vous avez gagné pour 1 000 visionnements. Les RMV dépendent de plusieurs sources de revenus, notamment : les annonces, les souscriptions à la chaîne, les revenus de YouTube Premium, le Super clavardage et les Super Stickers.

# Sources de revenus

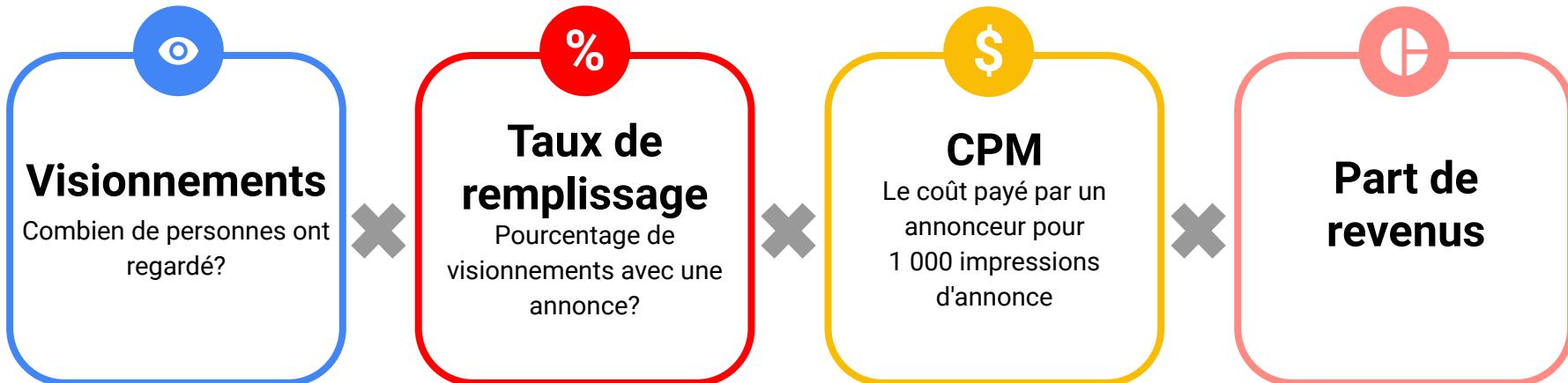
---



# Admissibilité au Programme de partenaire YouTube

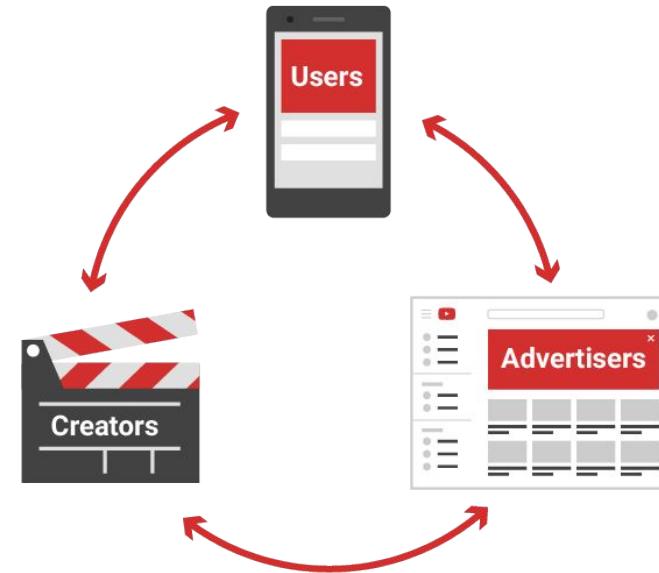


# Comment sont générés les revenus publicitaires?



## L'écosystème publicitaire

Notre écosystème est une combinaison unique de créateurs, d'utilisateurs et d'annonceurs



# Formats d'annonces

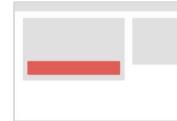
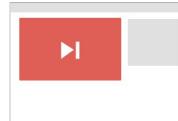
YouTube vend, diffuse et cible des annonces afin d'aider les annonceurs à atteindre leurs objectifs, mais ce sont les créateurs qui nous indiquent quels formats d'annonces ils souhaitent diffuser dans leurs vidéos.

Différents formats d'annonces remplissent différents objectifs pour les annonceurs. Par conséquent, ils **ont différents CPM et peuvent être diffusés plus ou moins fréquemment.**

**Pour optimiser votre taux de remplissage, nous vous recommandons d'activer tous les formats d'annonces dans vos vidéos monétisables.**

## Ad types

YouTube ad revenue · Last 28 days



**Désactivables et non désactivables pendant la diffusion :** publicité vidéo intercalaire, annonces avant, pendant ou après la vidéo

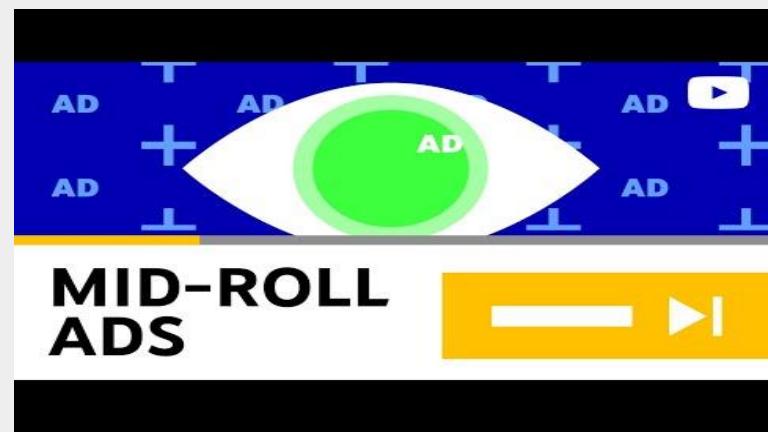
**annonces graphiques :** Annonce superposée dans le texte ou la bannière, dans le lecteur ou à côté

# Emplacements de l'annonce

Outre les publicités prévidéo, les annonces intermédiaires constituent un excellent moyen de monétiser le contenu plus long et d'accroître les chances qu'une ou plusieurs annonces soient diffusées dans votre contenu.

Comment fonctionnent les annonces intermédiaires?

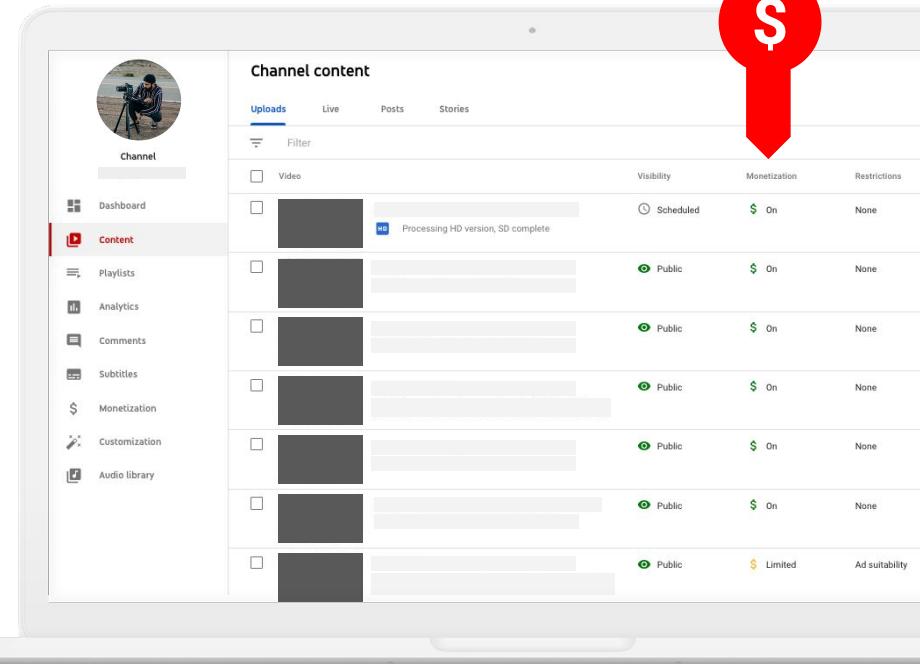
- Pour être compatibles avec les annonces intermédiaires, les vidéos doivent durer **huit minutes ou plus**
- Vous pouvez **positionner manuellement les annonces intermédiaires** ou demander à **YouTube de les positionner automatiquement** à votre place
- Peu importe votre choix, les systèmes de YouTube prédisent le meilleur moment pour présenter une annonce à un spectateur, **de façon à équilibrer l'expérience du spectateur et la génération de vos revenus**



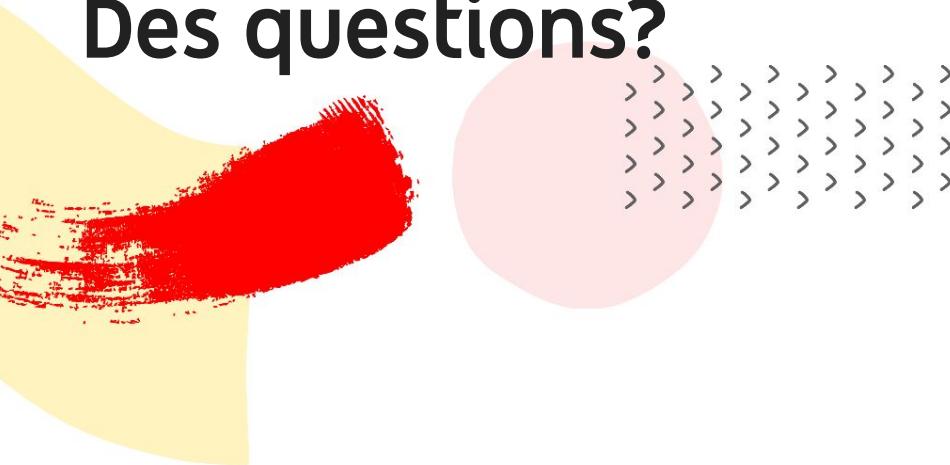
# Sécurité de la marque et restrictions pour les annonceurs

## Mesures possibles à prendre :

- Au moment de la mise en ligne, si vous estimez que votre contenu ne respecte pas nos consignes relatives au contenu favorable aux annonceurs, marquez la vidéo comme n'étant pas sécuritaire pour la marque.
- **Mettez en ligne votre vidéo comme étant non répertoriée** : cette option indique à nos systèmes de procéder à des vérifications et vous informe de l'état de la monétisation avant que votre vidéo soit accessible au public.
- **Si vous avez reçu une icône jaune, vous pouvez faire appel de la décision** si vous estimez que les vidéos ont été signalées par erreur et qu'elles sont adaptées à la plupart des annonceurs.
- **Les vidéos qui ne respectent pas nos consignes relatives au contenu favorable aux annonceurs peuvent continuer à être diffusées sur YouTube.** Toutefois, elles ne généreront pas autant de revenus publicitaires qu'une vidéo entièrement monétisée



# Des questions?



# Merci

