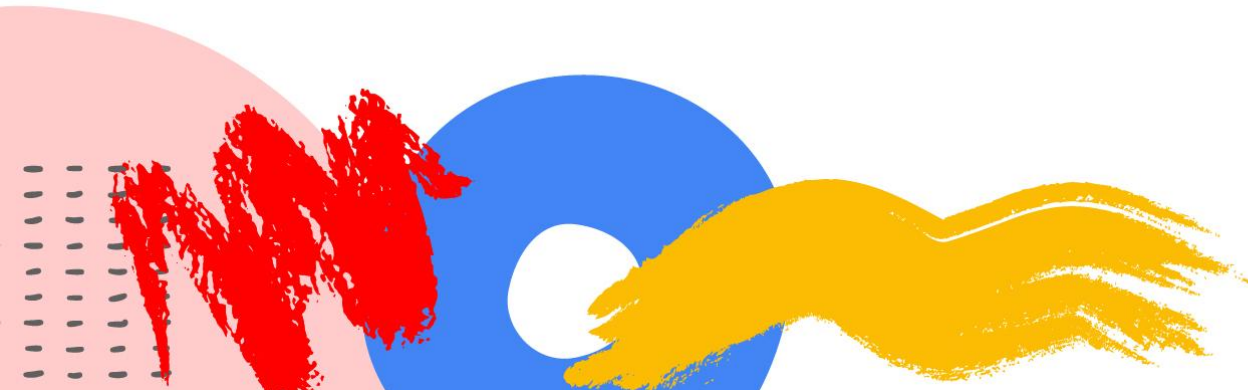
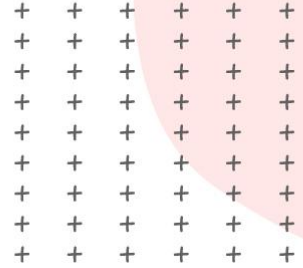
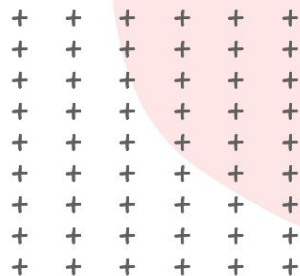


News Creator

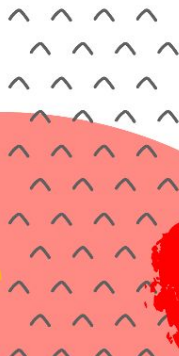
WORKSHOPS 2022





ATELIER 4 :

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



ATELIER 4 : COMMENT YOUTUBE RECOMMANDE DES VIDÉOS + MONÉTISATION

Aperçu du programme



ATELIER 4 : COMMENT YOUTUBE RECOMMANDE 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



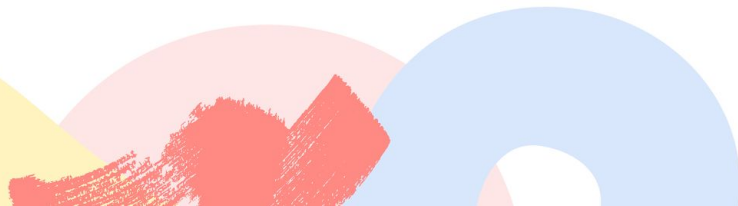
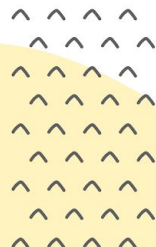
ATELIER 4 : COMMENT YOUTUBE RECOMMANDE DES VIDÉOS + MONÉTISATION

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



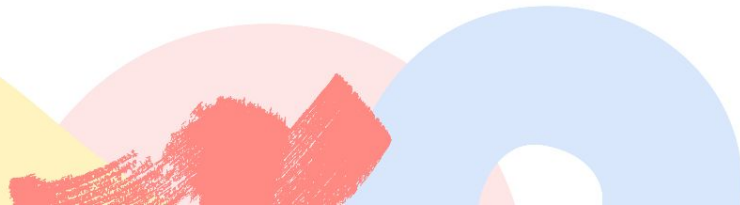
Le système de recommandation de YouTube est conçu pour...

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

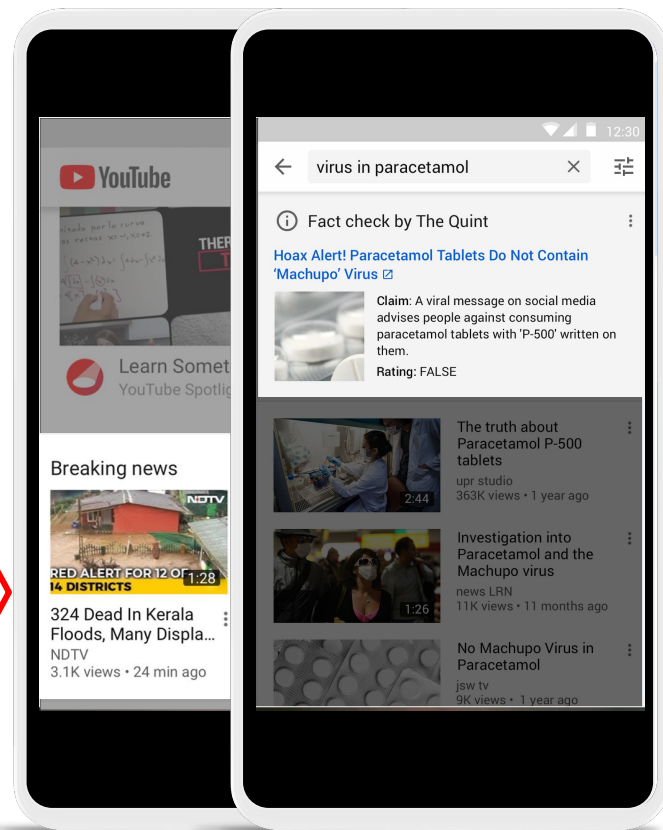
le contenu conforme
aux normes
rigoureuses de
monétisation

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 désinformation est courante (p. ex., le réchauffement climatique).

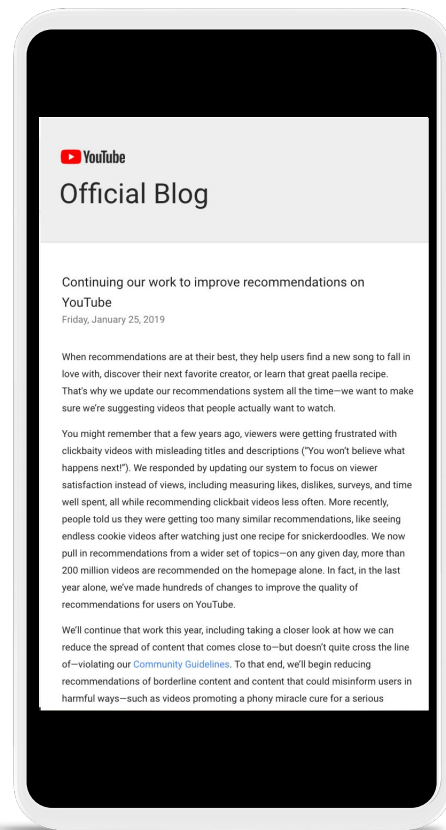


Réduire

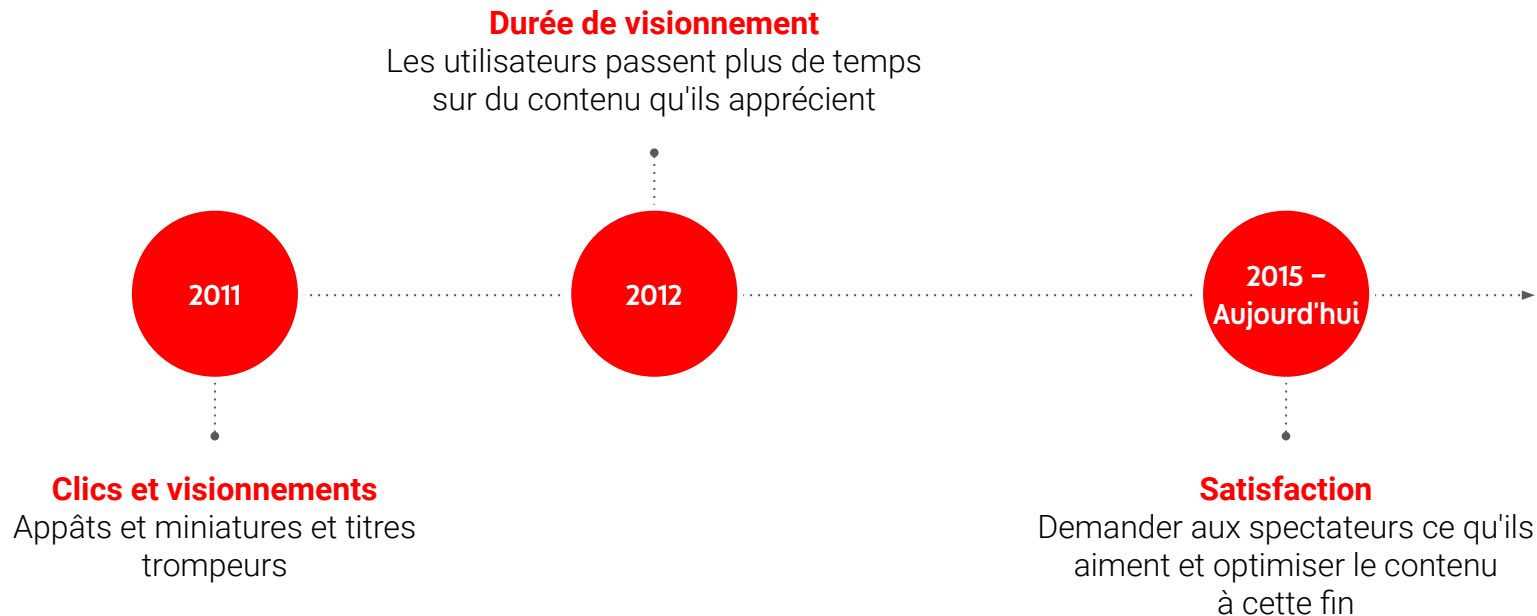
Afin de créer et d'offrir de meilleures expériences à nos utilisateurs, nous modifions régulièrement nos systèmes de recommandation en cherchant à réduire la propagation de contenu limite, de qualité médiocre ou qui repose sur une mésinformation nuisible. Parallèlement au retrait du contenu non conforme, 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.

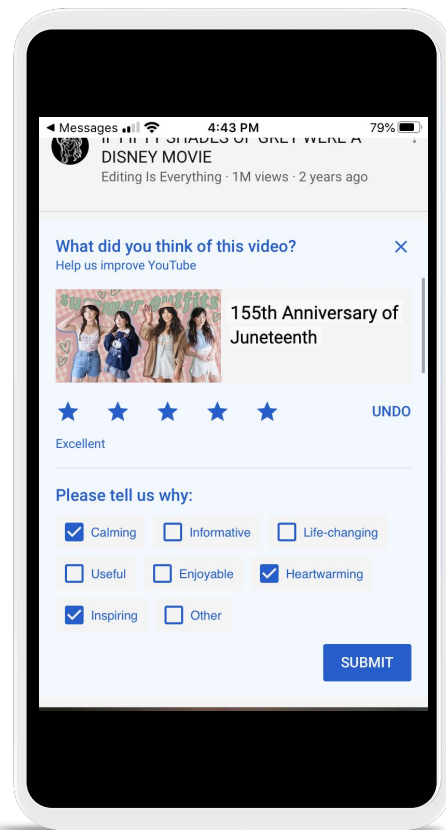


Nous cherchons à améliorer la satisfaction à long terme des spectateurs en leur demandant leur opinion



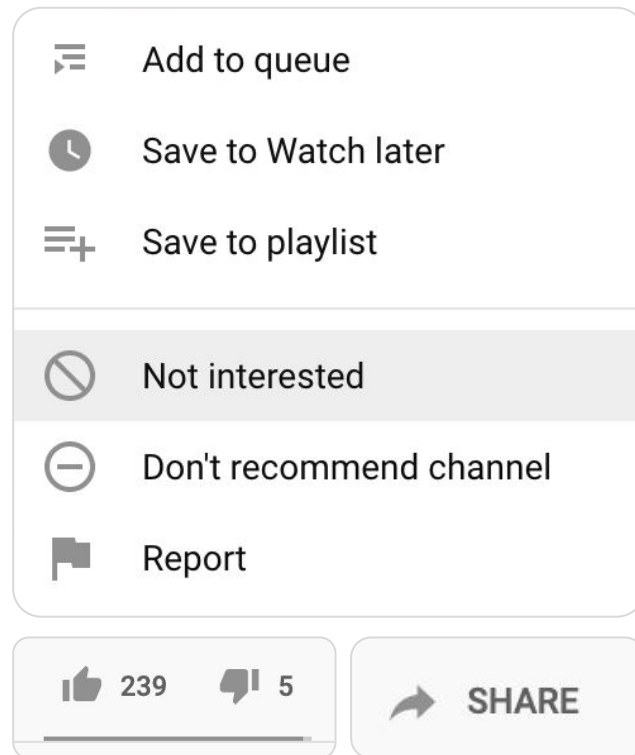
Nous utilisons les sondages
pour demander leur opinion
aux spectateurs

... 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



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

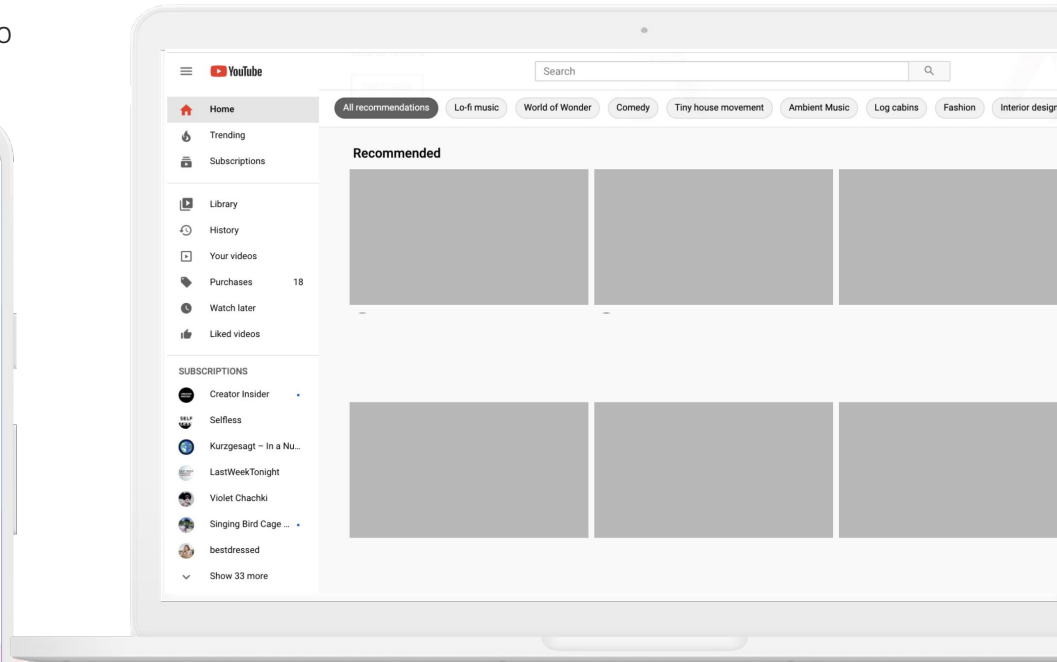
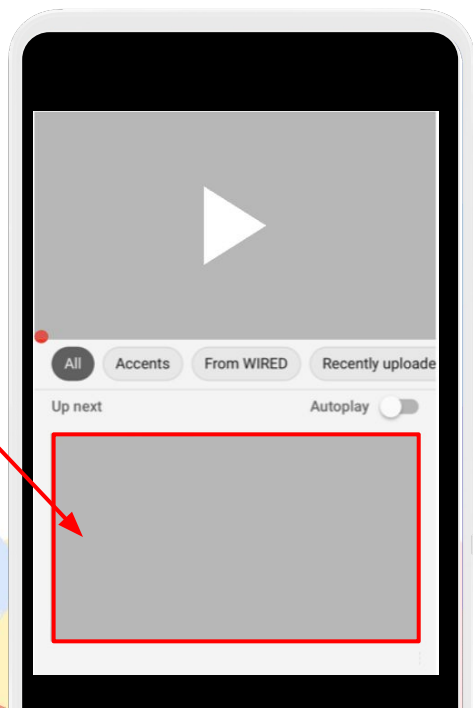
- Ce qu'ils regardent
- Ce qu'ils ne regardent pas
- Pendant combien de temps ils regardent
- Où ils regardent
- Quand ils regardent
- Mentions J'aime/Je n'aime pas
- Partages
- Commentaire « Pas intéressé(e) »
- Sondages pré- et post-visionnement
- et plus



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

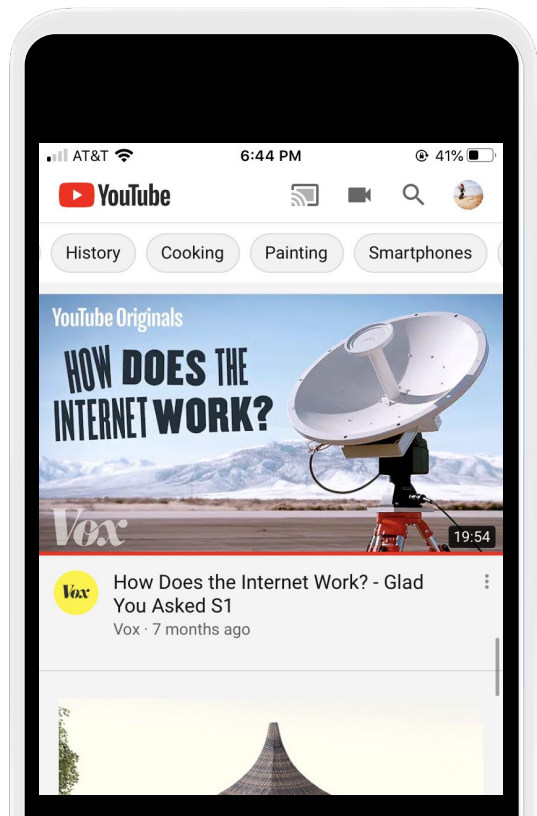
Comment cela fonctionne-t-il?

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. Cliquez-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

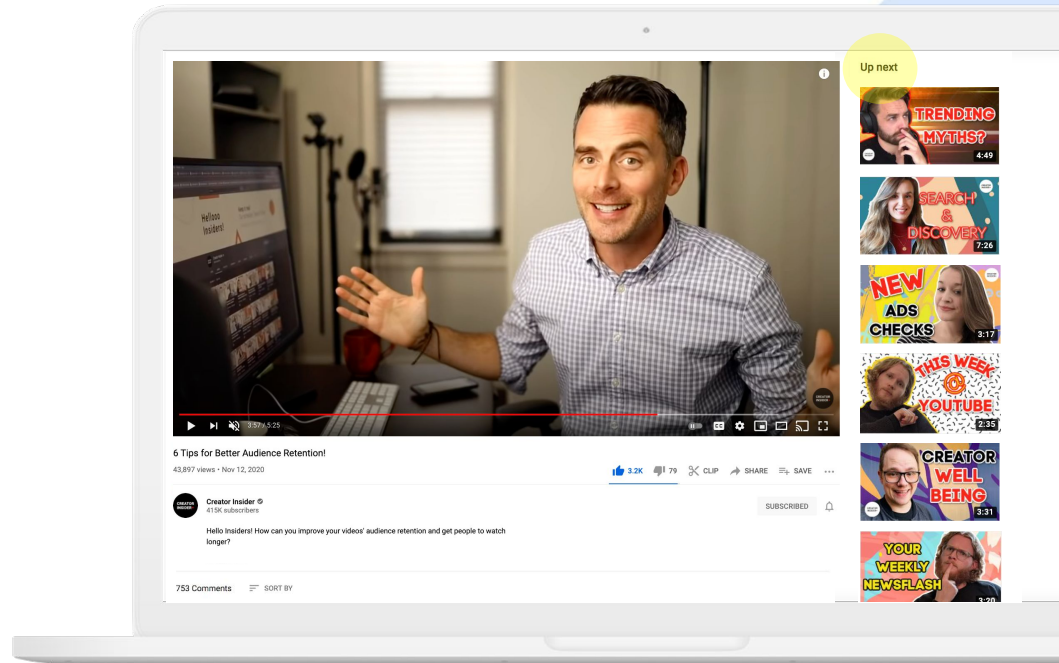
Comment cela fonctionne-t-il?

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

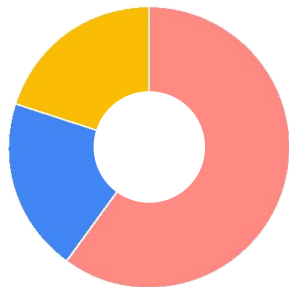
Que pouvez-vous faire?

- 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

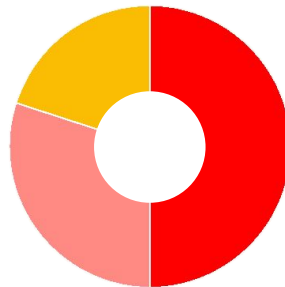


Il est normal que les spectateurs découvrent les vidéos de différentes façons

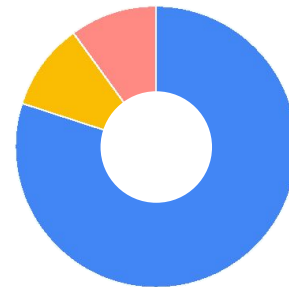
Certaines vidéos susciteront plus ou moins de visionnements de différentes sources de trafic. Dans ce cas, envisagez la façon dont les spectateurs se comportent sur YouTube. Quels sujets recherchent-ils? Comment écoutent-ils de la musique?



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
recherche 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





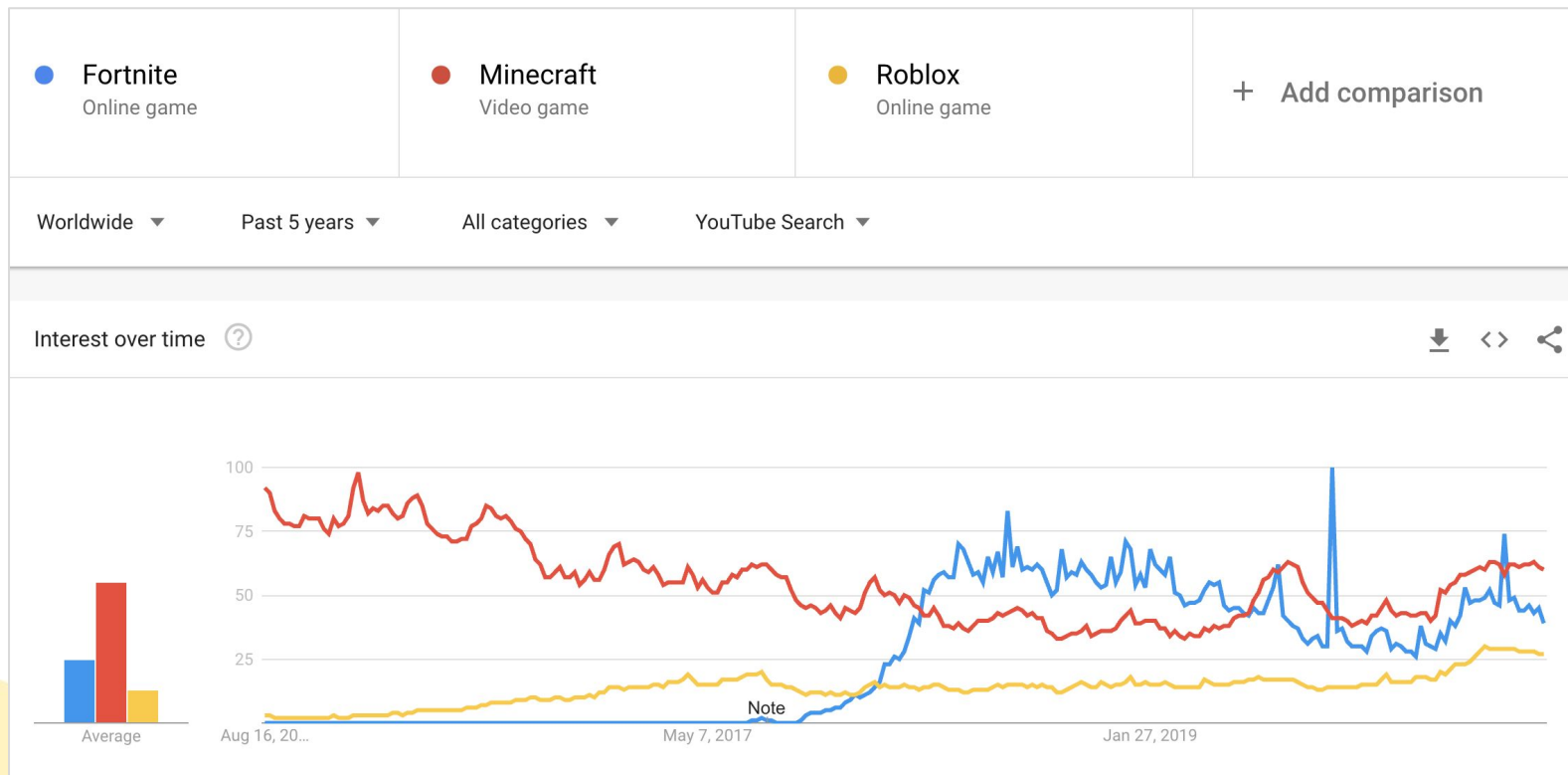
Comment YouTube personnalise-t-il les recommandations?

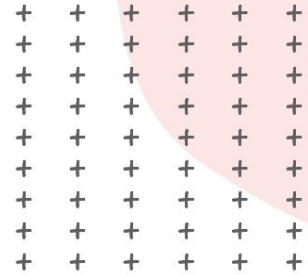
- **En comprenant quelles vidéos l'utilisateur a appréciées par le passé**, nous pouvons proposer plus de vidéos qu'il pourrait apprécier
- **En comprenant quelles vidéos sont souvent visionnées ensemble**, nous pouvons trouver des vidéos que les utilisateurs sont susceptibles de regarder, mais qui ne 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?



Taux de clics
Commentaire
« Pas intéressé(e) »



Interaction

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



Durée moy. de visionnement
Pourcentage moy. de visionnement



Satisfaction

Les spectateurs ont-ils apprécié la vidéo?



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

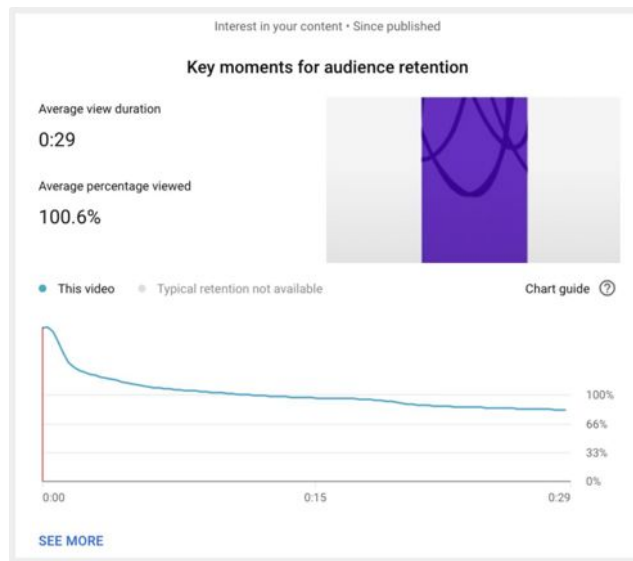


Un mot sur Shorts...

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.

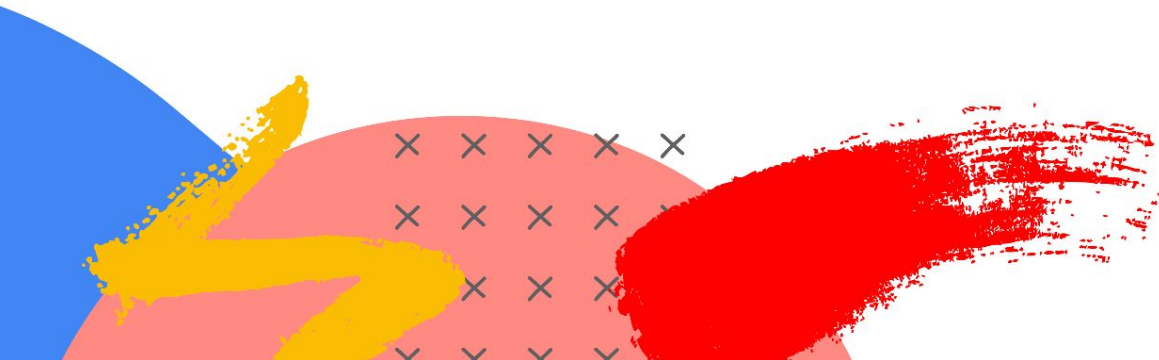
Mentions J'aime et commentaires : le nombre de spectateurs qui interagissent avec votre contenu peut vous indiquer ce qui les intéresse ou pas. Quand les spectateurs réagissent bien à une vidéo, notez ce qui selon vous les a poussés à interagir et appliquez-le à votre prochaine courte vidéo !



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





1

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.





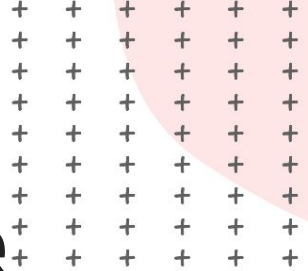
Q : Si la performance d'une de mes vidéos est médiocre, ma chaîne va-t-elle en pâtir?

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.

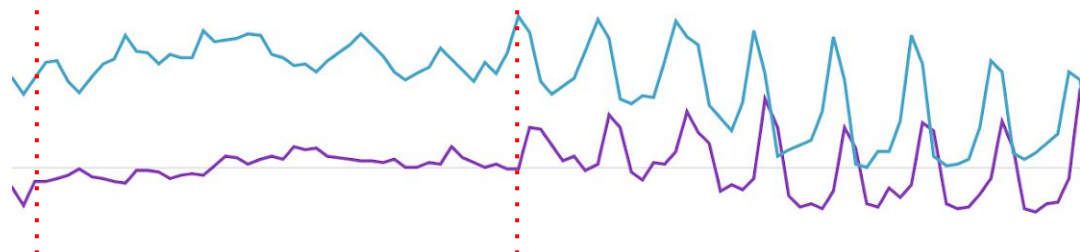
La concurrence





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 :



Été

Rentrée scolaire

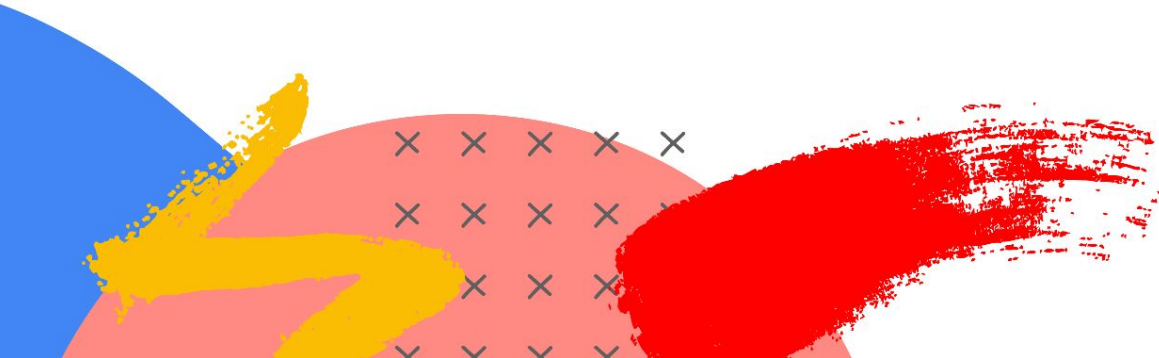
(Le calendrier varie selon les pays)

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 RECOMMANDE DES VIDÉOS + MONÉTISATION

Recap

01

Nous cherchons à améliorer la satisfaction à long terme des spectateurs

02

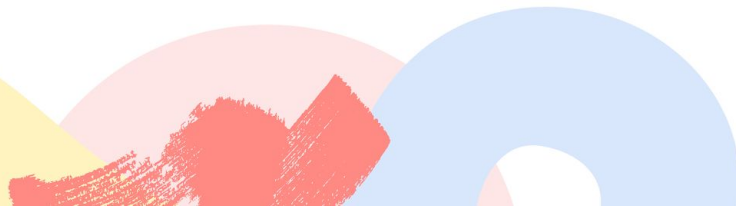
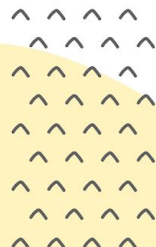
L'algorithme s'adapte à l'auditoire

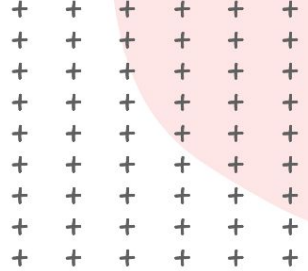
03

Continuer à expérimenter

04

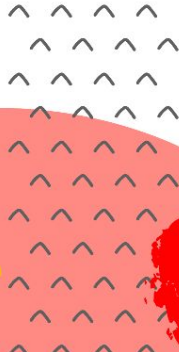
Attendez-vous à des fluctuations et à une saisonnalité





ATELIER 4 :

Principes de base de la monétisation



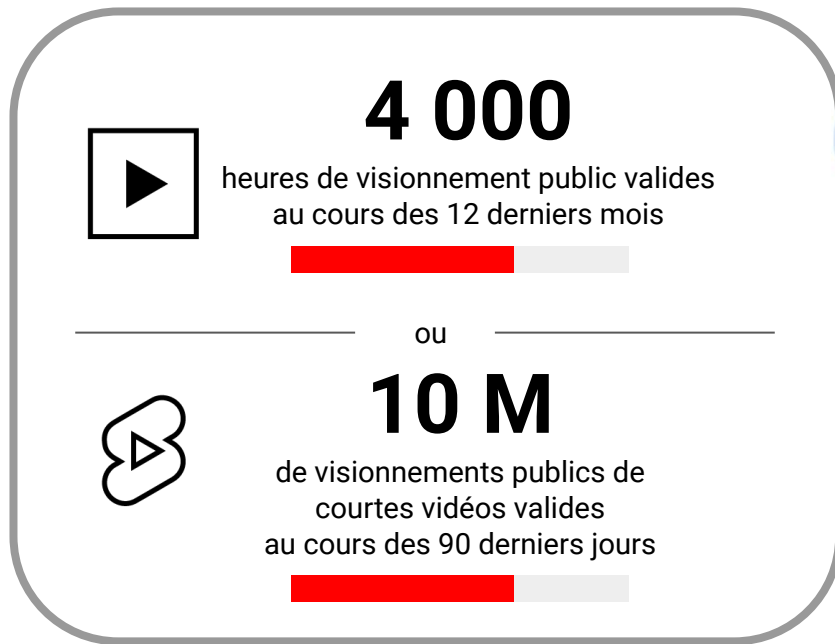
Mesures de monétisation

Mesures	Pourquoi est-ce important
Revenus estimés du partenaire	Donne une estimation du revenu total (y compris les revenus publicitaires et non publicitaires) après la part des revenus.
Visionnements	Les visionnements sont un indicateur important de l'intérêt de l'auditoire, mais ils sont aussi un moteur du nombre d'impressions publicitaires 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.
Estimation des lectures monétisées	Vous indiquent grossièrement le nombre de visionnements avec au moins une annonce diffusée au spectateur.
Coût par millier (CPM)	Coût effectif par millier ou revenu brut moyen estimé par millier d'impressions publicitaires .
Revenus par millier de visionnements (RMV)	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.

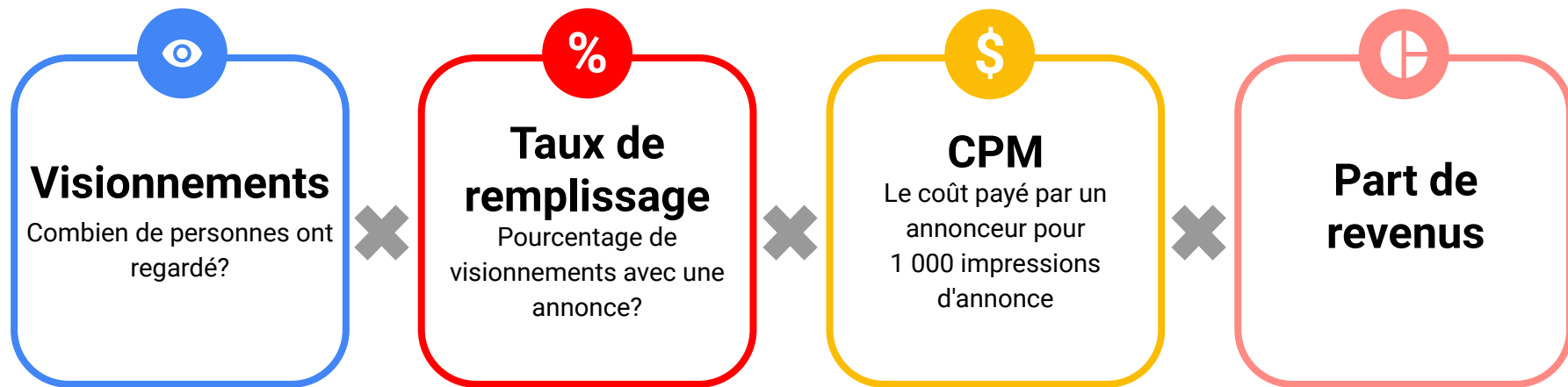
Sources de revenus



Admissibilité au Programme de partenaire YouTube

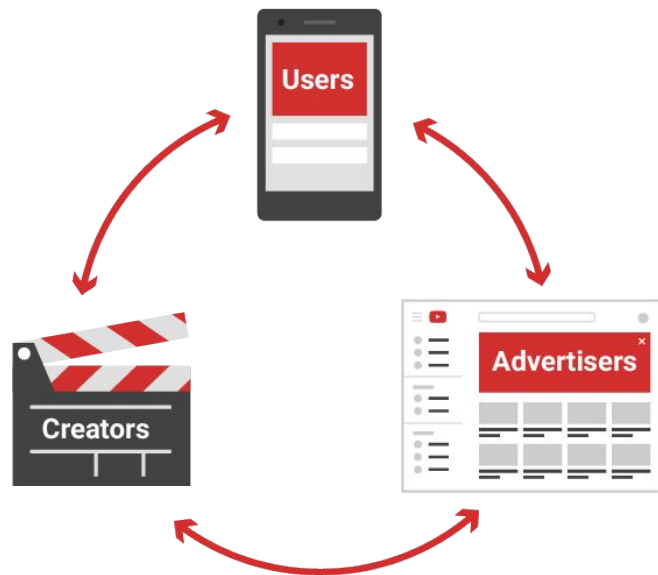


Comment sont générés les revenus publicitaires?



L'écosystème publicitaire

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



Formats d'annonces

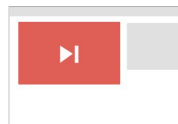
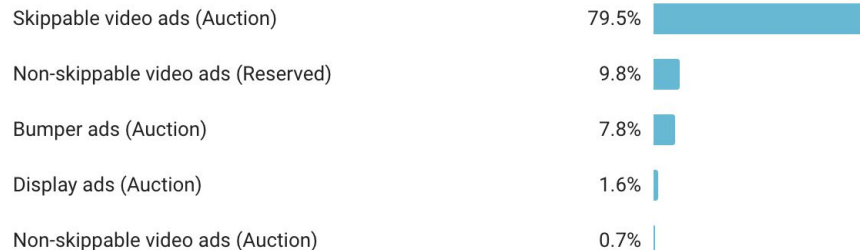
YouTube vend, diffuse et cible des annonces afin d'aider les annonceurs à atteindre leurs objectifs, mais ce sont les créateurs qui nous indiquent quels formats d'annonces ils souhaitent diffuser dans leurs vidéos.

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

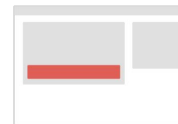
Pour optimiser votre taux de remplissage, nous vous recommandons d'activer tous les formats d'annonces dans vos vidéos monétisables.

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



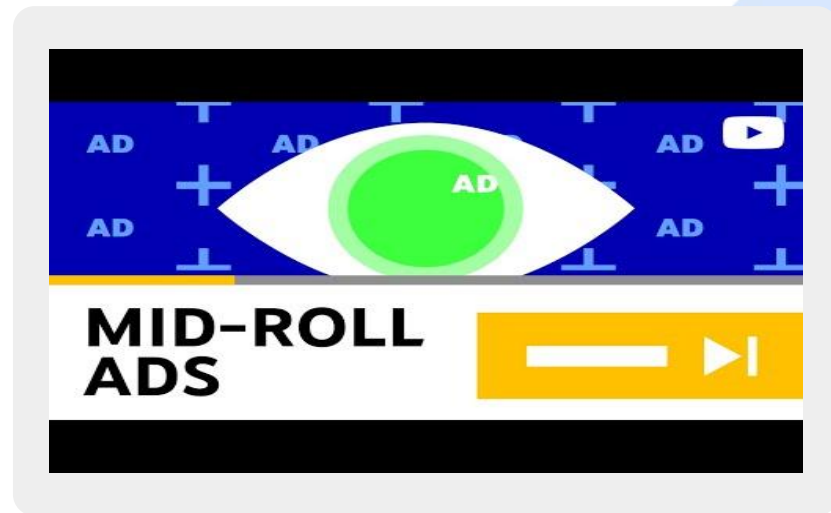
Annonces graphiques : Annonce superposée dans le texte ou la bannière, dans le lecteur ou à côté

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?

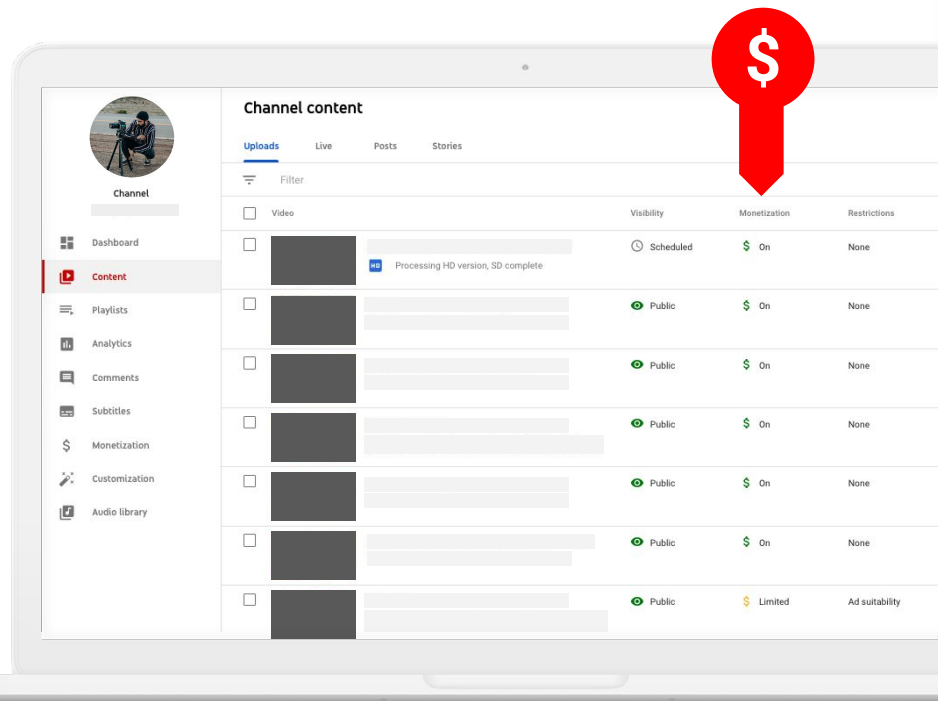
- Pour être compatibles avec les annonces intermédiaires, les vidéos doivent durer **huit minutes ou plus**
- Vous pouvez **positionner manuellement les annonces intermédiaires** ou demander à **YouTube de les positionner automatiquement** à votre place
- Peu importe votre choix, les systèmes de YouTube 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**



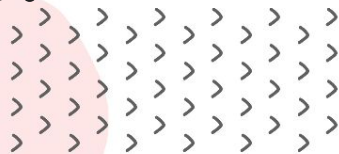
Sécurité de la marque et restrictions pour les annonceurs

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

