

Capítulo 5

La empresa en YouTube



Contenido

1. Introducción
2. Requisitos para darse de alta. Ventajas de hacerlo
3. Empresas que deben estar en YouTube
4. Crear canal de empresa en YouTube. Paso a paso
5. Personalización del canal de empresa
6. Consejos y sugerencias para promocionar la empresa en YouTube
7. Resumen

1. Introducción

YouTube se trata de un foro donde los usuarios encuentran, ven y comparten vídeos originales, tal y como se define en el propio sitio web.

Comenzó su andadura en el año 2005, y actualmente consta de más de 1.000 millones de usuarios activos al mes. Esto le proporciona un gran potencial desde el punto de vista del *marketing* para las empresas, por lo que es bastante aconsejable crear un canal de empresa en esta plataforma en el que compartir contenidos de interés con el resto de usuarios y que proporcione una mayor visibilidad a la empresa o negocio.



Sabía que...

En octubre del año 2006, YouTube fue adquirida por Google por una cantidad de 1.650 millones de dólares, y en la actualidad sigue siendo una de sus filiales.

A continuación se explicarán los requisitos para usar esta plataforma, las ventajas de hacerlo y cómo crear un canal de empresa. Asimismo, se enumerará una serie de consejos que ayuden a la empresa a realizar una buena estrategia de *videomarketing*.

2. Requisitos para darse de alta. Ventajas de hacerlo

Para abrir un canal de empresa en YouTube, es necesario disponer de una cuenta de Gmail que permita su creación.



Nota

Se recomienda asociar al canal de empresa en YouTube la página de empresa en Google My Business si se ha creado anteriormente, puesto que será beneficioso para el posicionamiento de la página y la visibilidad de los vídeos.

Antes de crear el canal, es conveniente tener decididos los siguientes aspectos:

- **Un nombre de canal adecuado.** Para ello, es una buena práctica la búsqueda previa de palabras clave en la página específica de herramienta de sugerencias de palabras clave de YouTube, o realizar una búsqueda en cualquiera de sus páginas.
- **Una imagen de canal o *avatar* significativa** y que llame la atención, y que el espectador pueda asociar fácilmente a la empresa.
- **Tener claro el tipo de vídeos que se van a subir** y a qué tipo de público se dirige el canal para, de esta manera, adecuar el contenido a dicho público.

Ventajas de crear un canal de empresa

Algunas ventajas de usar YouTube para las pequeñas y medianas empresas:

- **Mercado potencial muy grande.** Como se ha mencionado anteriormente, YouTube cuenta con más de mil millones de usuarios activos al mes, lo cual constituye un gran escaparate en el que “hay que estar”.
- **Importancia del contenido audiovisual.** Cada vez gana más importancia el contenido audiovisual en la red. Hoy en día, la mayoría de las webs contienen vídeos. Es más fácil hacer llegar un mensaje mediante la voz y la imagen que mediante texto; es mucho más cómodo ver un vídeo que leer un texto, y también es más fácil recordar algo que se ha visto que algo que se ha leído.



Ejemplo

Por ejemplo, si se tiene un negocio de hostelería y se quieren destacar las instalaciones, será mucho más fácil hacer llegar el mensaje al usuario mediante un vídeo en el que puedan verse con más detalle; o, si el negocio se trata de una clínica dental, podrá hacerse un vídeo en el cual puedan verse tanto las instalaciones como las técnicas que se utilizan.

- **Mejora el posicionamiento de la página web.** Para mejorar el posicionamiento de la página, es muy importante elegir bien los títulos y definir correctamente las palabras clave, de forma que sean significativas de cara al nicho de mercado al que se quiere llegar (describir correctamente los vídeos, etc.).



Nota

YouTube es propiedad de Google, por lo que el posicionamiento en buscadores se verá beneficiado al tener un canal de empresa.

Todo esto será beneficioso para llevar tráfico a la web de empresa y ser encontrados más fácilmente.

- **Facilidad de uso.** Es otra de las grandes ventajas de esta plataforma social con respecto a otras: es muy fácil subir contenido, puesto que se pueden enlazar vídeos desde cualquier sitio con bastante facilidad. Además, la creación de vídeos no es una tarea difícil hoy en día, puesto que muchos dispositivos tienen cámara y no hace falta ninguna cámara profesional para poder subir el contenido a YouTube; bastará con que el contenido del vídeo sea interesante y la calidad de la imagen y del audio sean lo suficientemente buenas para hacer llegar el mensaje que se quiera transmitir.

- **Red social y potente buscador.** Muchas veces se tiende a ver YouTube únicamente como una plataforma para ver y subir vídeos, y se olvida que se trata de una red social en la cual se puede interactuar con el resto de usuarios. La forma de hacerlo es no solo subiendo contenido al canal de empresa, sino también interactuando con todo el que haga comentarios acerca de los vídeos del canal, y también estando presentes en otros canales, generando comentarios sobre sus vídeos e incluso añadiendo *links* de la web en algunos comentarios.



Logo de YouTube

Aunque resulte sorprendente, YouTube es el segundo buscador más utilizado, únicamente por detrás de Google, lo cual le confiere un gran potencial para que los contenidos del canal sean vistos.

- **Excelente forma de promocionar la empresa o negocio.** Crear un canal de YouTube es una buena forma de promocionar el negocio o los productos o servicios que se ofrezcan, puesto que la audiencia potencial es enorme.



Nota

Crear un canal en YouTube es totalmente gratuito, lo que ofrece la posibilidad de llegar a los clientes o a clientes potenciales sin ningún tipo de coste.

Todo esto hace que la interacción cliente-empresa sea bastante directa, puesto que, por ejemplo, el cliente puede ver de primera mano cómo son las instalaciones del negocio o qué nuevo producto tiene a la venta, con una demostración práctica de cómo se utiliza, si se quiere.

■ **Posibilidad de compartir contenido sin necesidad de tener página web.**

Algunas empresas a las que va dirigida este curso puede que no dispongan de página web, con lo cual, la creación de un canal en YouTube puede ser una buena forma de ser visibles en la red y de hacer llegar contenido a los clientes si no se tiene una web propia.

Además, hay que destacar que el contenido audiovisual es el que más se comparte a través de redes sociales tales como Facebook o Twitter, con lo que también se podrá llegar a sus usuarios.



Actividades

1. Busque en YouTube varias empresas relacionadas con su sector y observe si tienen canal de empresa, así como el tipo de vídeos que publican en él.
 2. Cite cuatro ventajas que proporcione la creación de un canal de empresa.
 3. Realice una búsqueda en YouTube de varias empresas conocidas de diferentes sectores. Observe el nombre del canal de cada uno de ellos y analice las similitudes con los nombres de las empresas.
-



Aplicación práctica

Suponga que le contrata una empresa dedicada a la hostelería para crear el canal de empresa de su negocio en YouTube. ¿Qué aspectos tendría que tener decididos antes de la creación del canal?

Continúa en página siguiente >>

<< Viene de página anterior

SOLUCIÓN

En primer lugar, habrá que decidir un nombre adecuado para el canal. Para ello, se haría una búsqueda prevista de palabras clave con la herramienta que posee YouTube para dicho fin.

A continuación, se elegiría la imagen del canal (*avatar*), que debe ser llamativa y fácilmente asociable a la empresa; por ejemplo, el logo de la empresa o algún plato representativo de la misma, podría ser una buena opción.

Por último, habría que decidir el tipo de vídeos que se van a publicar, teniendo en cuenta el tipo de público al que nos queremos dirigir. Por ejemplo, en caso de ser un restaurante, se prepararían vídeos relacionados con el local, el tipo de comida que se ofrece, etc., alternándolos con otro tipo de vídeos más genéricos y que puedan resultar de interés a los suscriptores.

3. Empresas que deben estar en YouTube

El primer aspecto que se ha de tener en cuenta a la hora de plantearse abrir un canal de empresa en YouTube es el hecho de que en dicha plataforma solo pueden publicarse vídeos. Por lo tanto, se ha de contar con algún dispositivo que permita grabar vídeos. No hace falta ningún equipo profesional, pero sí que es necesario que dicha grabación tenga calidad, puesto que será la forma de representar a la empresa, y un vídeo de mala calidad puede ser perjudicial para esta.

La importancia de estar en YouTube como empresa la marcan principalmente dos factores:

Por una parte, no hay que olvidar que esta plataforma se trata realmente de una red social, ya que los usuarios interactúan publicando vídeos y comentándolos. Además de red social, hay que tener en cuenta que YouTube es el segundo buscador más utilizado después de Google, lo cual hace que tener un canal de empresa en esta plataforma ayude a los usuarios a encontrarla.

Por otro lado, YouTube pertenece a Google, lo cual es muy importante de cara al posicionamiento, puesto que, si se vincula el canal a la página web de empresa, el posicionamiento de esta mejorará considerablemente, y el tráfico web de la misma también.



Consejo

Se recomienda abrir un canal de empresa en YouTube a aquellas empresas que tengan algo visualmente atractivo que ofrecer. Por ejemplo, si las instalaciones o productos son llamativas, es conveniente realizar vídeos en los que estos se destaquen. En caso contrario, se recomienda abstenerse de abrir un canal de empresa y, como solución, podría simplemente publicarse un vídeo de presentación de la empresa para que los buscadores lo indexen.

Todo lo expuesto anteriormente hace que YouTube sea una herramienta de gran potencial de cara a promocionar negocios, especialmente aquellos que ofrezcan contenido atractivo para hacer vídeos.

Por ejemplo, empresas que se dediquen a ofrecer servicios en sus instalaciones, tales como **clínicas dentales, negocios de restauración, comercios de alimentación, centros de estética, peluquerías, centros de enseñanza**, etc., pueden hacer un uso de YouTube publicando algún vídeo de sus instalaciones o sobre algún contenido relacionado con el sector y que pueda ser interesante para los seguidores del canal, siempre que dichas instalaciones sean atractivas.

Para empresas que vendan **muebles o comercios de ropa o complementos**, también puede ser de utilidad abrir un canal y publicar vídeos en los cuales se puedan ver los productos que se venden.



Aplicación práctica

¿De qué forma podría una empresa dedicada a la construcción, a la fontanería o a la carpintería sacar provecho de un canal de empresa en YouTube?

SOLUCIÓN

Una empresa dedicada a la construcción o que ofrezca servicios relacionados con ella, tales como fontaneros, carpinteros, etc., podría publicar vídeos de los trabajos que realizan. Gracias a esto se podrían publicitar y encontrar posibles clientes.

Otra posibilidad para este tipo de negocios es el de crear *videotutoriales* en los que se explique, por ejemplo, cómo hacer un cajón o arreglar un grifo. De este modo, personas que tengan que realizar esta tarea acudirán al canal y, aunque puedan no requerir de los servicios profesionales si la tarea es sencilla, sí que es una buena forma de darse a conocer y puede que, para trabajos más complicados, sí requieran de esos servicios.

4. Crear canal de empresa en YouTube. Paso a paso

Como se ha dicho anteriormente, el único requisito es tener una cuenta de Gmail de empresa; vinculados a esta cuenta, se podrán crear y administrar cuantos canales se deseen. También es aconsejable que se haya creado anteriormente una página de empresa en Google My Business.

Se puede acceder de dos formas diferentes para crear un canal de empresa en YouTube. A continuación, se explicará cada una de ellas:

- **A través de la página de empresa de Google My Business.**

Se accede a la página de empresa en Google My Business y, en la parte superior derecha, se hace clic (como se indica en la figura) y se abre una ventana con diferentes aplicaciones.

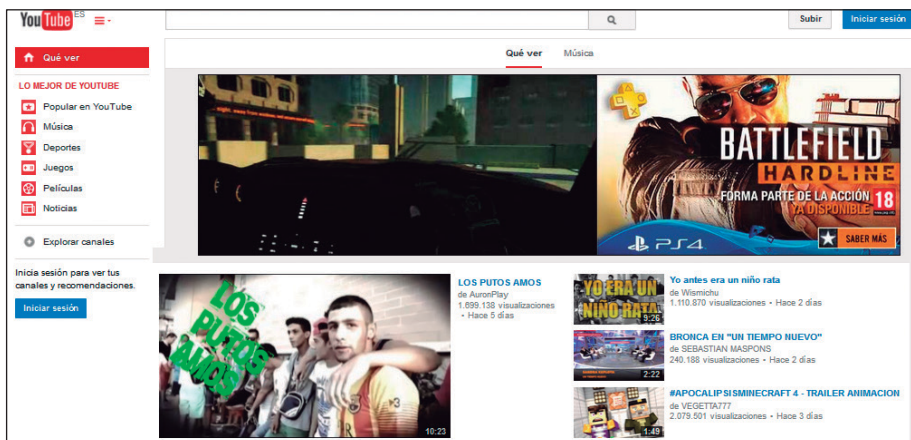


Aplicaciones de la cuenta de Google de empresa

Se selecciona YouTube y se accede a la página de inicio del portal, estando ya dentro de la cuenta de empresa.

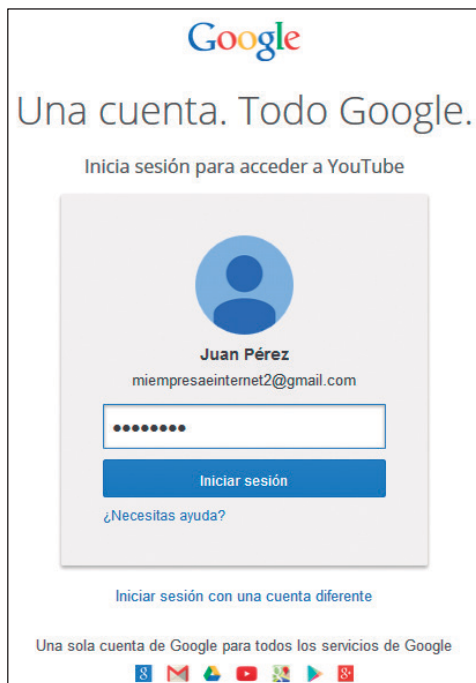
■ **A través de la página principal de YouTube.**

Se introduce en la barra de direcciones del navegador la dirección: www.youtube.com.



Página de inicio de YouTube

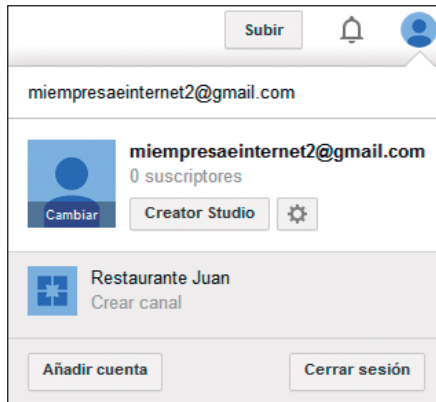
Se hace clic sobre el botón *Iniciar sesión* (en la parte superior derecha) y esto redirige a la página de inicio de sesión en Google, en la cual se introducen la dirección de correo de la cuenta de Gmail del perfil de usuario y su contraseña.



Inicio de sesión para acceder a Google

Se hace clic sobre el botón *Iniciar sesión* y ya se accede a la página de inicio de YouTube, mediante el perfil de usuario.

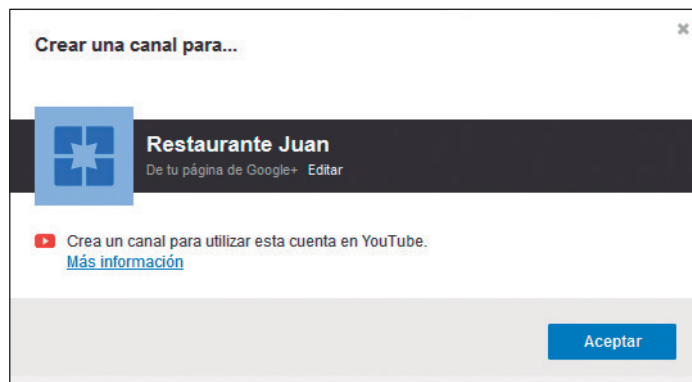
Se selecciona en la parte superior derecha de la página el botón que aparece con la imagen del perfil y se abre una ventana, tal y como se puede observar en la figura, en la que se muestran tanto el perfil de usuario con el que se ha creado la cuenta de empresa en Google My Business como el nombre de la página de empresa que se ha creado en dicha plataforma. En el caso del ejemplo, hay que recordar que dicha página era *Restaurante Juan*.



Crear canal de empresa I

Se selecciona esta última opción, y se hace clic sobre el enlace *Crear canal*.

Una vez se ha seleccionado dicha opción, se abre una ventana emergente que notifica que se va a crear un canal asociado a la página de empresa de Google+.



Crear canal de empresa II

Se hace clic sobre el botón *Aceptar*. Se nos informa de que se va a crear un canal de YouTube asociado a la página de Google+ de empresa.

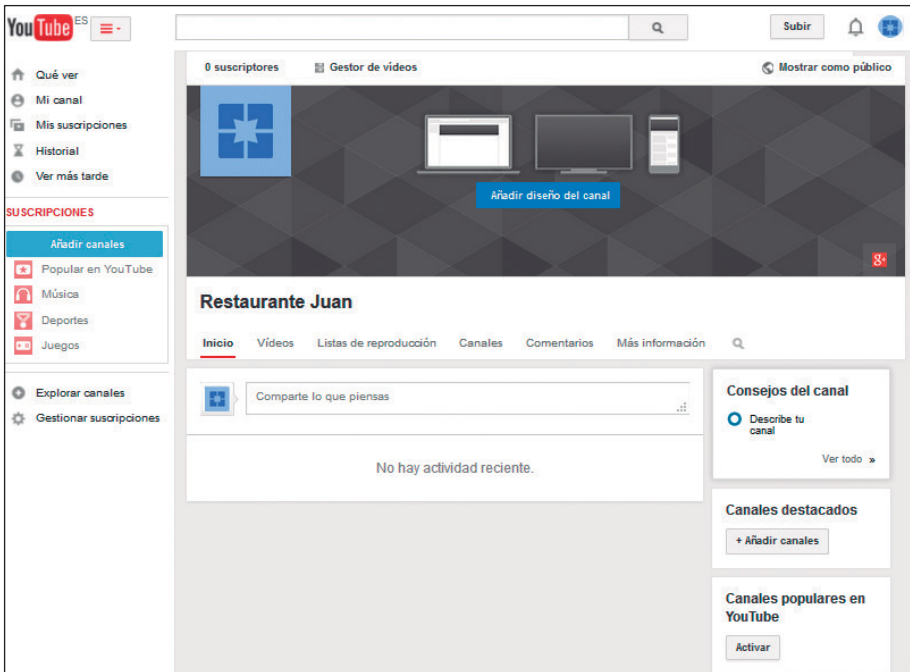


Crear canal de empresa III

Tal y como puede observarse en la figura anterior, el canal de YouTube y la página de Google+ quedarán vinculados, con las siguientes características:

- Ambos mostrarán la misma foto y el mismo nombre.
- Los vídeos de carácter público que se suban a YouTube también aparecerán en Google+.
- Los gestores de la página de Google+ también gestionarán el canal de YouTube.

Se hace clic en el botón *Aceptar* y ya se accede directamente a la página de inicio del canal de empresa, que ha sido creado.



Canal de empresa. Página de inicio



Actividades

4. Simule la creación de un canal de empresa desde la página de YouTube.
5. Simule la creación de un canal de empresa en YouTube a través de la plataforma Google My Business.
6. Realice una búsqueda en YouTube de clínicas dentales y analice, de las diez primeras entradas que aparezcan, cuántas pertenecen a canales de empresa.

5. Personalización del canal de empresa

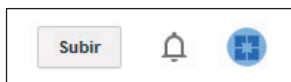
Una vez que se ha visto cómo crear el canal de empresa, en este apartado se conocerá un poco mejor el funcionamiento de esta plataforma, se detallará

cómo subir un vídeo y luego se conocerán los diferentes apartados de los que consta el canal de empresa.

5.1. Subir un vídeo

La tarea más común en esta plataforma es la de subir un vídeo para compartir con el resto de usuarios. Para ello, se han de realizar los siguientes pasos:

1. **Iniciar sesión en YouTube**, en el canal de empresa.
2. **Hacer clic en el botón *Subir***, situado en la parte superior derecha de la página.



Subir un vídeo I

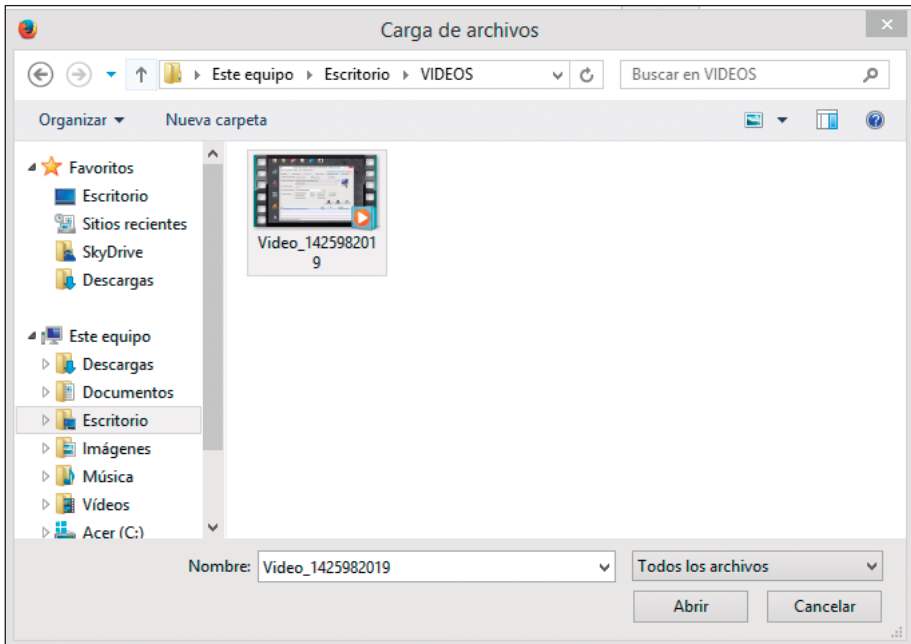
3. A continuación ya **se puede subir el vídeo**, entre las varias opciones que ofrece la plataforma:



Subir un vídeo II

- Importar los vídeos desde la cuenta de empresa de Google+ vinculada.
- Crear un vídeo mediante la grabación de la cámara web del ordenador que se esté usando para subir el vídeo.
- Crear un vídeo de una presentación de diapositivas de fotos.
- Emitir en directo un *hangout* de Google+.
- Editar cualquier tipo de vídeo.
- Seleccionar un archivo de vídeo que se tenga en el propio ordenador.

Para ello, se hace clic en el enlace que aparece en la parte central de la página, *Selecciona archivos para subir*, y se elige el archivo de vídeo que se quiera subir del ordenador.



Subir un vídeo III

Se hace clic sobre el botón *Abrir* y ya se procede a la subida del vídeo.

SUBIENDO 43 % Quedan 32 minutos Publicar

★ Aún se está subiendo el vídeo. No cierres esta página hasta que el proceso haya terminado.

Información básica Configuración avanzada

Estado de la subida:
Tu vídeo se está subiendo.
Tu vídeo se publicará en la siguiente página: <http://youtu.be/JQjZAUxYTIQ>

Video 1425982019 Público

Descripción

Añade un mensaje a tu vídeo

También compartir con

Etiquetas (p. ej.: Albert Einstein, gatitos, comedia) + Añadir a lista de reproducción

MINIATURAS DEL VÍDEO ⓘ
Las selecciones de miniaturas aparecerán cuando el vídeo haya terminado de procesarse.

Gestor de vídeos + Añadir más vídeos

Subir un vídeo IV

En la parte central de la página, se nos informa del proceso de subida del vídeo; habrá que perfilar el título, la descripción y las palabras claves del vídeo.

En la parte derecha, se puede elegir la posibilidad de hacer el vídeo público, de forma que pueda verlo todo el mundo; privado, de forma que puedan verlo los usuarios que se quieran; u oculto, con lo que solo verán el vídeo aquellos usuarios que tengan el enlace a él.



Nota

Si se hace clic sobre el botón Publicar que aparece en la parte superior derecha de la página, el vídeo se publicará en cuanto termine de procesarse.

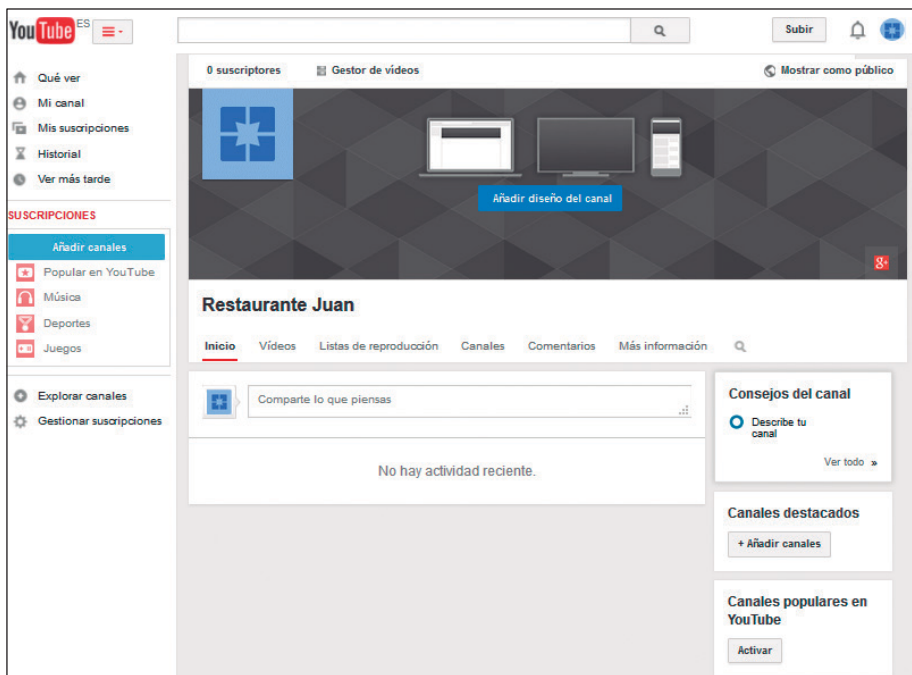
También se ofrece la posibilidad de compartir el vídeo con las cuentas vinculadas de Google+ y Twitter.

Sea cual sea la forma de subida del vídeo al canal, se puede seleccionar la posibilidad de hacerlo público, privado u oculto.

4. **Ya está subido el vídeo al canal** y podrá gestionarse desde el apartado *Gestor de vídeos*.

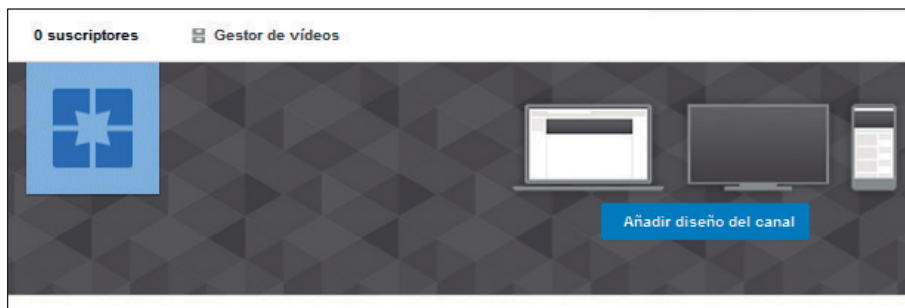
5.2. Apartados del canal de empresa

Una vez se ha explicado cómo realizar la operación básica en esta plataforma, es decir, la de subir vídeos, en este apartado se explicarán los diferentes apartados y qué permite realizar cada uno de ellos dentro del canal de empresa.



Página de inicio de canal de empresa

En la parte superior central de la página de inicio, se muestra el diseño del canal, cuya foto de perfil aparece en el margen superior izquierdo y será la misma que en Google+.



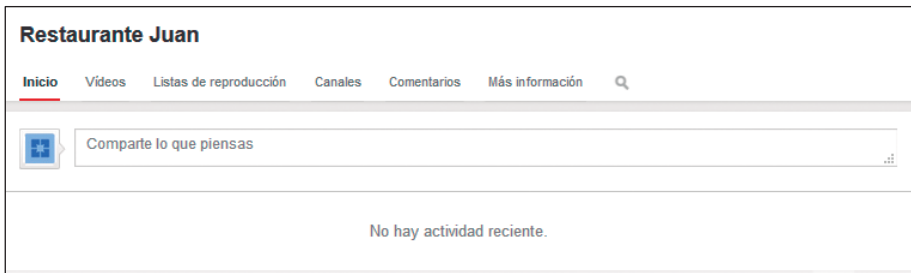
Diseño del canal de empresa

Para realizar el diseño del canal (cuestión muy importante para que sea atractivo de cara al usuario), se hace clic sobre el botón *Añadir diseño del canal*. Ahí se abrirá una ventana emergente, en la que se podrá elegir entre subir una foto, elegir fotos que se tengan en la página de Google+ o una de las que ofrece YouTube en su galería.

En la parte izquierda de la página hay un menú, que consta de los siguientes apartados:

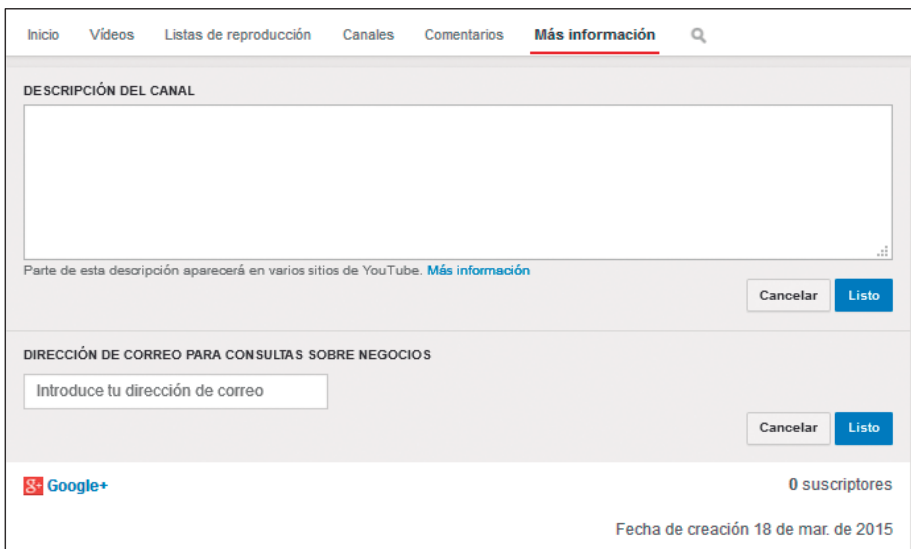
- *Qué ver*: aparecen los vídeos más destacados del momento y que YouTube sugiere.
- *Mi canal*: dirige a la página de inicio del canal.
- *Mis suscripciones*: aquí aparecerán las novedades de todos los canales que se administren.
- *Historial*: aquí podrá consultar todos los vídeos, tanto reproducidos como buscados.
- *Ver más tarde*: ofrece la posibilidad de ver los vídeos posteriormente.

Justo debajo de la foto de portada del canal, aparece otro menú que permite la gestión de los siguientes apartados:



Menú central del canal de empresa

- **Inicio:** es la página de inicio del canal. Ofrece la posibilidad de mostrar un enlace de vídeo o una lista de reproducción.
- **Vídeos:** se pueden consultar los vídeos subidos.
- **Listas de reproducción:** permite crear y administrar las listas de reproducción.
- **Canales:** listado de los canales que se tienen como destacados.
- **Comentarios:** enumera los comentarios realizados y recibidos.
- **Más información:** aquí se pueden ver el número de suscriptores que tiene el canal, su fecha de creación y la opción de añadir una descripción y una dirección de correo electrónico para consultas sobre negocios.



Descripción del canal

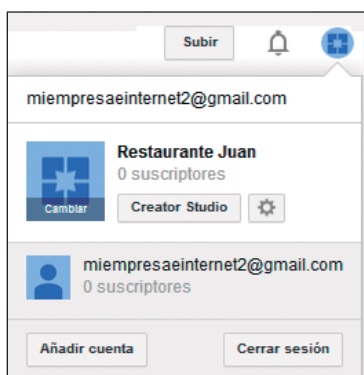
Una vez se ha introducido la información que se desee, se hace clic sobre el botón *Listo* y la información queda guardada.



Nota

Se recomienda realizar una descripción del canal con el mensaje que se trata de transmitir acerca de la empresa. Una buena forma de hacerlo sería realizar una breve descripción de la empresa. Es muy importante añadir un correo electrónico para realizar consultas.

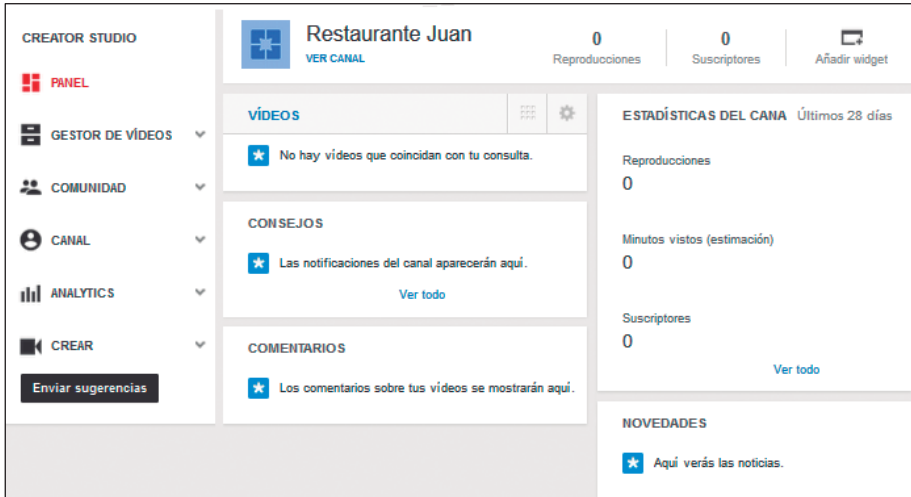
En la parte superior derecha, si se hace clic sobre la foto de perfil de Google+, se abre una pequeña ventana como la siguiente:



Descripción del canal

Como se puede observar, bajo la dirección de correo electrónico del perfil de usuario aparece el canal de empresa, con el número de suscriptores que tiene, y debajo, el canal asociado a la cuenta de correo electrónico personal. Ofrece la posibilidad de añadir cuentas o de cerrar la sesión.

Si se hace clic sobre el botón *Creator Studio*, aparece en pantalla el panel de control, que permitirá gestionar y administrar todas las funcionalidades del canal de empresa.



Creator Studio

Creator Studio consta de los siguientes apartados:

Panel

En este apartado se pueden consultar todas las estadísticas referentes al canal, el número de suscriptores, el de reproducciones, los minutos vistos, etc.; también se pueden consultar los comentarios recibidos sobre los vídeos, algunos consejos y las novedades del canal.

Gestor de vídeos

Es una herramienta que permite gestionar todo lo referente a los vídeos: desde consultarlos hasta la posibilidad de emitir algún evento en directo, pasando por ver las listas de reproducción.

Comunidad

Consta de varios apartados, y permite gestionar todo lo referente a las relaciones con el resto de usuarios.

Se pueden consultar los comentarios, los mensajes recibidos y enviados y los suscriptores del canal. También existe la posibilidad de enviar subtítulos.

Por otra parte, el apartado *Configuración de la comunidad* permite gestionar todo lo relativo a los comentarios sobre los vídeos o sobre el propio canal, con tres opciones diferentes:

- Permitir todos los comentarios.
- Someter todos los comentarios a revisión.
- Inhabilitar comentarios.



Nota

Se recomienda permitir todo tipo de comentarios, siempre que no sean ofensivos, puesto que de esta forma el usuario podrá ver lo que el resto de la comunidad opina sobre el negocio y es una buena forma de mejorarlo, si hay críticas.

Canal


Aquí se puede configurar todo lo referente al uso del canal. Consta de cinco apartados:

- *Estado y funciones*: se puede consultar el estado y activar las diferentes funciones que tiene el canal de empresa. Entre las funciones se encuentra, por ejemplo, la posibilidad de emitir vídeos de más de quince minutos.

- *Valores predeterminados*: se pueden establecer unos valores predeterminados para aplicarlos a todos los vídeos que se suban a través del navegador. Esta configuración se puede omitir en vídeos individuales.
- *Contenido destacado*: es posible destacar un vídeo o una lista de reproducción, y también ofrece la posibilidad de elegir un anuncio para el canal y que este pueda ser promocionado de cara a los espectadores.
- *Branding*: apartado para añadir una marca de agua a los vídeos que se creen para subir al canal.
- *Opciones avanzadas*: se configuran varias opciones referentes a la cuenta, como la posibilidad de mostrar o no el número de suscriptores del canal, o permitir que los anuncios se muestren junto a los vídeos del canal. Este apartado ofrece una opción muy interesante de cara a la promoción de la empresa: se trata de la posibilidad de vincular el canal a una cuenta de Google AdWords. Al vincularlos, los vídeos serán promocionados por YouTube y también se podrán consultar diversos informes.

Vincular una cuenta de AdWords para vídeo

1. Inicia sesión en AdWords para vídeo: adwords.google.com/video
2. Copia el ID de cliente de la esquina superior derecha del sitio web de AdWords.



myname@gmail.com
Customer ID: 123-456-7890

3. Pega el ID de cliente en este cuadro.

Cancelar
Siguiente

Vinculación del canal con cuenta de AdWords. Paso 1

Para realizar dicha vinculación, se hace clic sobre el botón *Vincular una cuenta de AdWords* y se abrirá una ventana emergente.

Se inicia sesión en la siguiente dirección web:

adwords.google.com/video

Se copia el *ID* de cliente de la esquina superior derecha del sitio web de AdWords, tal y como se indica en la figura, y se pega en el cuadro que aparece en la ventana emergente.

Vincular una cuenta de AdWords para vídeo

Estás a punto de vincular la cuenta de AdWords 839-889-8489 con el canal **Restaurante Juan**.

Asigna un nombre a la cuenta de AdWords

Establece los permisos de la cuenta

- Ver recuentos y llamadas a la acción**
Descubre qué efecto tienen tus vídeos con la opción de seguimiento del comportamiento de los visitantes del canal.
- Remarketing**
Muestra anuncios a las personas que visitan tu canal e interactúan con él.
- Interacción**
Haz un seguimiento del comportamiento de los visitantes de tu canal cuando ven los anuncios para descubrir qué impacto tienen.

Nota importante: Aceptas que, al vincular tu canal de YouTube, la cuenta de AdWords identificada tendrá acceso a todas las métricas y elementos concretos que has marcado más arriba.

Vinculación del canal con cuenta de AdWords. Paso II

Se asigna un nombre a la cuenta de AdWords, se establecen los permisos de la cuenta y, haciendo clic sobre el botón *Finalizar*, ya queda vinculado el canal con la cuenta de AdWords.

Analytics

Esta herramienta es de vital importancia para saber el rendimiento que está ofreciendo el canal.

Desde aquí se podrá saber y analizar qué vídeos son los más vistos o qué tipo de audiencia visiona cada vídeo, con la posibilidad de obtener datos demográficos de la audiencia, desde dónde han sido vistos los vídeos, etc.

También se puede gestionar todo lo referente a la interacción con la audiencia: comentarios, sugerencias, favoritos, suscriptores, etc.



Nota

Se recomienda acceder al apartado *Analytics* al menos una vez por semana, para ir monitorizando la actividad del canal y saber qué contenido resulta de mayor interés.


Todo esto hace que esta herramienta sea una buena forma de conocer el tipo de público al que interesan los contenidos del canal y una buena forma de interactuar con sus usuarios más activos, para lograr que puedan ser clientes o potenciales clientes.

Crear

Permite la posibilidad de editar y crear vídeos propios. Para ello, cuenta con una biblioteca de audio que ofrece música gratuita, música con anuncios y efectos de sonido que ayudarán a la creación y edición de los vídeos.

Enviar sugerencias

Apartado para enviar sugerencias a Google sobre sus productos.

Si se hace clic sobre el botón de la página de inicio , se accede a la configuración de la cuenta:

The screenshot shows the 'Configuración de la cuenta' (Account Settings) page for a YouTube channel named 'Restaurante Juan'. The page is divided into two main sections: a left sidebar and a main content area. The sidebar, titled 'CONFIGURACIÓN DE LA CUENTA', lists various settings: 'Descripción general' (highlighted in red), 'Cuentas vinculadas', 'Privacidad', 'Correo electrónico', 'Reproducción', and 'Televisiones conectadas'. The main content area, titled 'Descripción general', is further divided into 'Información sobre la cuenta' and 'Funciones adicionales'. Under 'Información sobre la cuenta', the name 'Restaurante Juan' is displayed with a blue profile picture icon and a 'Google+' logo. Below this, the email address 'h5i3fh5hwj4@m.youtube.com' is shown, along with a note about mobile uploads and a link to specify a location. The 'Administradores' section shows a link to 'Añadir o eliminar administradores' with a note that it will redirect to the Google+ administrators page. The 'Funciones adicionales' section includes links to 'Ver funciones adicionales' and 'Ver todos mis canales o crear uno nuevo'.

Configuración de la cuenta

Se pueden gestionar a partir de aquí los diferentes apartados:

- **Descripción general:** información general de la cuenta y consultar los canales asociados a esta cuenta, o crear uno nuevo.
- **Cuentas vinculadas:** ofrece la posibilidad de conectar el canal a una cuenta de Twitter, para poder compartir la actividad pública con las cuentas vinculadas.
- **Privacidad:** se gestiona todo lo referente a la privacidad de los vídeos.
- **Correo electrónico:** se configura todo lo referente a las notificaciones que se quiera que lleguen al correo electrónico.
- **Reproducción:** se seleccionan las preferencias a la hora de visionar los vídeos.
- **Televisiones conectadas:** ofrece la posibilidad de conectar televisiones para la reproducción de los vídeos.



Actividades

1. Realice el proceso para vincular el canal de empresa a una cuenta de Google AdWords.
2. Suba un vídeo al canal de empresa, una vez lo tenga creado, y seleccione la opción para que no sea publicado de inmediato.

Continúa en página siguiente >>

<< Viene de página anterior

3. Gestione los comentarios del canal de empresa y elija la opción de Someter todos a revisión. Posteriormente, cambie dicha opción a Permitir todos los comentarios.
-

6. Consejos y sugerencias para promocionar la empresa en YouTube

Como puede apreciarse, YouTube es una potente herramienta de *marketing* que permite hacer llegar contenido en forma de vídeos a gran cantidad de público, ya que esta plataforma cuenta con un gran número de usuarios activos.

A continuación, se dará una serie de consejos y medidas a tomar para que el canal de empresa tenga éxito, desde el punto de vista del *marketing* del negocio.

■ Captar la atención del espectador.

Lo principal para que los vídeos que se suban al canal tengan éxito es que se capte la atención del espectador. Para ello, es muy importante tener claro qué mensaje se quiere transmitir a los usuarios, y definir el tipo de vídeos que se suban a la plataforma: presentación de la empresa, de un producto concreto, testimonios de clientes, etc. También es importante ser original, puesto que, de esta forma, será más probable diferenciarse de la competencia y captar la atención del resto de usuarios.

■ Escuchar a los usuarios.

Es muy importante prestar atención a los comentarios que se reciban al subir un vídeo, puesto que así se podrá saber, de primera mano, qué le ha parecido el vídeo a la audiencia. Esto permitirá tener en cuenta estos comentarios para la creación del siguiente vídeo.

■ Enlazar el canal a la web de la empresa.

Se aconseja enlazar el canal con la web de empresa, en caso de tenerla. Para ello, es una buena forma incluir un enlace a la página web de la empresa dentro de las dos primeras líneas de la descripción del vídeo en YouTube.



Importante

Al enlazar a la página de empresa, siempre se ha de incluir el “http://”, puesto que, de lo contrario, YouTube no dejará que se haga clic sobre el enlace.

- **Usar las palabras clave.**

Para que el contenido del canal sea más fácil de encontrar por parte de los usuarios, es aconsejable usar las palabras clave en el título y en la descripción del canal.

- **Mantener “vivo” el canal.**

Como se ha recalcado en otras redes sociales, es muy importante, una vez que se cree el canal, mantenerlo con vida; es decir, ir subiendo periódicamente vídeos e interactuar con los espectadores del canal habitualmente. De lo contrario, se podría dar una imagen de abandono que sería perjudicial para el negocio.

Por lo tanto, se aconseja desactivar el canal si durante un tiempo no se va a poder gestionar.

- **Distribuir el contenido en el resto de redes sociales.**

Compartir el contenido que se suba al canal con otras redes sociales, como Facebook o Twitter. De esta forma, los vídeos llegarán a un mayor número de posibles espectadores.



Actividades

10. Enumere y explique cuatro buenas prácticas para mejorar el rendimiento del canal de empresa en YouTube.
 11. Elija cuatro grandes empresas y vea sus canales de empresa en YouTube y sus cuentas en otras redes sociales. Analice el tipo de contenido que comparten el canal de empresa de YouTube y las otras redes sociales.
-



Aplicación práctica

Imagine que tiene una clínica dental y se plantea la posibilidad de abrir un canal de empresa en YouTube, puesto que ya tiene presencia en otras redes sociales. ¿Qué contenido debería ofrecer el canal? ¿De qué forma se podría aumentar la publicidad de su canal?

SOLUCIÓN

En este caso, la clínica dental debería publicar vídeos en los cuales se pudiesen ver sus instalaciones, si son representativas, así como vídeos relacionados con los diversos tratamientos y técnicas que utilizan. También sería interesante publicar vídeos sobre temas de odontología o acerca de la importancia de tener una buena higiene dental.

Para aumentar la publicidad del canal, se podría vincular este con una cuenta de Google AdWords, aunque hay que recordar que esta opción supondría un coste adicional.

Otra opción para publicitar el canal de modo totalmente gratuito es la de compartir el contenido publicado en el canal de empresa con otras redes sociales, tales como Facebook o Twitter.

7. Resumen

YouTube es un foro donde los usuarios encuentran, ven y comparte vídeos originales.

Es necesario disponer de cuenta **Gmail** para crear un canal de empresa en YouTube, y se recomienda **asociarla** a la página de empresa en Google My Business.

Cuando vaya a crearse el canal en YouTube, hay que tener en cuenta:

- Escoger un **nombre** de canal adecuado, usando palabras clave.
- Una **imagen** de canal o *avatar* significativa y que se pueda asociar fácilmente con la empresa

- Tener claro el tipo de vídeos que se van a subir y a qué **tipo de público** se dirige el canal.

Ventajas de crear una página de empresa en YouTube:

- Mercado potencial muy grande, ya que cuenta con más de mil millones de usuarios activos al mes.
- Importancia del contenido audiovisual en la red.
- Mejora el posicionamiento de la página web.
- Es muy fácil de usar.
- Permite promocionar los productos o servicios.
- Posibilidad de compartir contenido sin necesidad de tener página web.

YouTube permite **editar y crear vídeos propios**. Para ello, cuenta con una biblioteca de audio que ofrece música gratuita, música con anuncios y efectos de sonido, que ayudarán a la creación y edición de los vídeos.

Los **consejos** para promocionar la empresa en YouTube son:

- Captar la atención del espectador.
- Escuchar a los usuarios y leer sus comentarios.
- Enlazar el canal a la web de la empresa.
- Usar las palabras clave, para que el contenido sea más fácil de encontrar.
- Mantener “vivo” el canal.
- Distribuir el contenido en el resto de redes sociales.

