

**TALLER DE Youtube**

La más popular comunidad de [**video**](http://www.guioteca.com/medios-sociales/descubriendo-el-origen-de-youtube/) online

**PARTE TEÓRICA EN AULA**

1.- LA EVOLUCIÓN DE YOUTUBE

2.- PUNTOS FUERTES Y DÉBILES

**PARTE PRÁCTICA EN AULA**

4.- CONOCIMIENTO DE LA HERRAMIENTA DE YOUTUBE

- Darse de alta en una cuenta y configuración.

- Explorar

- Subir vídeos

- Gestionar Mi canal

- Gestor de vídeos

- Suscripciones

- Bandeja de entrada

- Cambiar de cuenta/ Salir

5.- EJEMPLOS Y CONTENIDOS DE INTERÉS DE YOUTUBE EN EL DESARROLLO LOCAL

- Empleo

- Formación

- Emprendedores

- Empresa

|  |
| --- |
| **YOUTUBE** |

**1.- QUÉ ES ESTO DE YOUTUBE**

**Video a la orden del día**

Se trata de una red social en la que los usuarios tienen la posibilidad de “subir” y compartir videos. La idea original que tenían los desarrolladores era que YouTube fuera un lugar de encuentros amorosos en el que los usuarios calificaran a las personas por medio de los videos que compartieran. Sin embargo, quienes se unían a la red subían toda clase de contenidos.

“La ventaja de YouTube es que permite a los usuarios integrar videos a blogs y otras plataformas de manera rápida y sencilla”, explica Alejandro Morales, de Grupo 1com. A pocos meses de su lanzamiento, gracias a que los usuarios de MySpace enriquecían sus perfiles con videos de la red social, YouTube registró 50 millones de visitas diarias. El resultado: marcas como Nike, Time Warner y Sequoia Capital invirtieron hasta US$8.5 millones en el sitio Web.

**Tu canal de televisión**

Para las empresas, YouTube significa tener su propio canal de televisión: con estudios de grabación, tecnología para mejorar la experiencia de los espectadores y hasta un proveedor de estudios de mercado y métricas de popularidad. Lo mejor es que tenerlo no cuesta y la operación implica un bajo costo. “Las marcas pueden acercarse a sus fans a través de tutoriales, clips con consejos sobre cómo aprovechar mejor sus productos e información útil”, señalaMorales.

**A continuación, algunas herramientas que apoyan al desempeño de las compañías en YouTube:**

**Editar.** Con ella se pueden moderar los comentarios que deseas recibir y permitir o anular la opción de “Votación”. También facilita la elección de la imagen en miniatura con la que los usuarios identifican un video.

**Anotaciones.** Sirve para enriquecer videos de tutoriales y tips. Por medio de una caja, se pueden publicar anotaciones prácticas que aparecerán sobre el video. Además, la herramienta da la libertad de elegir en qué segundo incluirlas.

**Subtítulos.** Esta herramienta brinda al espectador la opción de traducir los mensajes de un video. Las empresas pueden comenzar con una traducción básica de español a inglés.

**Audio.** Esta opción funciona para agregar sonidos y pistas musicales a los videos.

**Insight.** La herramienta mide el alcance de los videos. Aquí los usuarios eligen las variables que les interesa co-nocer. Asimismo, ofrece la opción de enviar los reportes a un correo electrónico.

**Boletines**. Esta aplicación permite a los usuarios enviar boletines con las últimas actualizaciones a todos sus con-tactos.

**Comunicación audiovisual**

A diferencia de una campaña en televisión, los usuarios de YouTube valoran mucho la honestidad con la que se comunican las marcas con ellos. En ese sentido –y más para los emprendedores o empresas en crecimiento– resulta determinante actuar con naturalidad y no invertir en grandes producciones.

“Los usuarios buscan contenidos de interés”, asegura Cecilia Juárez de Grupo 1com; por eso, los videos más vistos serán los que aporten valor a los miembros de la red. Se recomienda permitir que los miembros del canal de la marca expresen su opinión acerca del video y por ningún motivo dejar sin respuesta dudas o comentarios o usar un tono agresivo.

En caso de que algún miembro de la comunidad utilice palabras ofensivas, lo mejor es no responder de la misma forma sino pedir respetuosamente que se modere o que abandone la discusión. Por otro lado, el consejo de los expertos es que los videos de corte empresarial no duren más de 10 minutos ni que se segmenten. Esto significa que los mensajes deben ser claros, precisos y breves.

**Llega a millones de espectadores**

Según datos publicados por la consultora ComScore en junio de 2010, y recopilados por Millward Brown para IAB México, YouTube es el sitio de entretenimiento líder en América Latina con 56.6% del mercado. Le siguen Rede Globo y Terra Entertainment con 18.5% y 15.2% respectivamente. Para las marcas, esto significa un **escaparate publicitario de gran alcance**.

Brasil ocupa el sexto lugar de los países con más usuarios de YouTube; es decir, el equivalente a 3.6% de los usuarios a nivel internacional. Por su parte, México obtuvo el séptimo lugar y detenta el 3.5% de los usuarios en todo el mundo, de acuerdo a la empresa Alexa.com.

Ya sea con videos informativos o divertidos, lo recomendable es ser transparente con quienes han decidido invertir tiempo viendo los videos de ciertos productos y servicios.

**2.- LA EVOLUCIÓN DE YOUTUBE. Desde un site de citas a tener 490 millones de usuarios. Curiosidades**

Todos coinciden en que se ha convertido en la más popular comunidad de [**video**](http://www.guioteca.com/medios-sociales/descubriendo-el-origen-de-youtube/) online, pero hay algo donde nadie se pone de acuerdo: la verdadera idea que dio vida a esta plataforma [**online**](http://www.guioteca.com/medios-sociales/descubriendo-el-origen-de-youtube/).

El éxito de [**YouTube**](http://www.youtube.com/) es impresionante. Cada minuto [**se suben 24 horas de video**](http://www.emol.com/noticias/todas/detalle/detallenoticias.asp?idnoticia=404164), cifra que representa un aumento constante de la cantidad de material que los usuarios agregan al sitio.



[**YouTube**](http://www.youtube.com/?gl=ES&hl=es) se ha convertido en todo un fenómeno hoy en día. Se dice que el concepto original de la plataforma se inspiró en un sitio de citas que se llamaría **“Tune In Hook Up”.** Al final, se convirtió en un lugar donde compartir vídeos sencillos que nos ha seducido a todos y que nos ha “obligado” a participar con otros usuarios, a nivel mundial, utilizando **plataformas de intercambio social y herramientas multimedia.**

En el [blog de Jeffbullas](http://www.jeffbullas.com/2011/05/09/50-awesome-youtube-facts-and-figures/) citan **30 momentos relevantes** a lo largo de estos 6 años. Son los siguientes:

1 – Fue creado por **Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim**, ex-empleados de PayPal, en el año 2005.

2 – Fue financiado inicialmente por los bonos recibidos tras la compra de **PayPal** por parte de [eBay](http://www.muycomputerpro.com/2011/05/10/evolucion-youtube-site-citas-millones-usuarios/).

3 – El site comenzó siendo un sitio de citas llamado **“Tune In Hook Up”**. Más adelante, los fundadores decidieron no ir por ese camino.

4 – La inspiración para crear un [YouTube](http://www.muycomputerpro.com/2011/05/10/evolucion-youtube-site-citas-millones-usuarios/), **tal y como lo conocemos hoy en día**, se atribuye a dos hechos diferentes. El primero de ellos es la incapacidad de Karim de encontrar en [Internet](http://www.muycomputerpro.com/2011/05/10/evolucion-youtube-site-citas-millones-usuarios/) imágenes de Janet Jackson “ligerita de ropa”, y la segunda, cuando Hurley y Chen no pudieron compartir un vídeo de una [fiesta](http://www.muycomputerpro.com/2011/05/10/evolucion-youtube-site-citas-millones-usuarios/) por las limitaciones del correo electrónico.

5 – El nombre del dominio fue registrado el día de **San Valentín,** del año 2005.

6 – Este nombre causó un gran malentendido para la empresa Universal Tube & Rollform Equipment. El dominio de esta empresa era **“utube.com”**, y fue bombardeada con tráfico de gente que intentaba deletrear el nombre del site fonéticamente.

7 – El **primer vídeo de YouTube** es de uno de los co-fundadores, Jawed Karim, hablando de elefantes y titulado “Yo, en el zoo”.

8 – Este vídeo recibió más de **4,8 millones de visitas.**

9 – [Google](http://www.muycomputerpro.com/2011/05/10/evolucion-youtube-site-citas-millones-usuarios/) pagó **1.650 millones de dólares** por YouTube en noviembre de 2006.

10 – Google sirve **6 veces más vídeos** que su más cercano competidor, según Nielsen.

11 – Google **traduce** de forma automática los vídeos a 51 idiomas, incluyendo títulos.

12 – El vídeo más largo de YouTube es de **48 horas.**

13 – YouTube tiene **490 millones de usuarios** en todo el mundo.

14 – Cada mes se genera una cifra aproximada de **92.000 millones de páginas vistas.**

15 – El usuario **visita** el site 14 veces al mes, de media y está unos 25 minutos cada vez.

16 – En total, si sumamos a todos los usuarios, hacen un total de **2.900 millones de horas al mes** en YouTube. Es decir, 326.294 años.

17 – En [dos horas **se ven** 167 millones de vídeos](http://www.muyinternet.com/2011/05/04/actividad-medios-sociales) y se suben 2.888 horas de vídeos, de media.

18 – La cantidad de vídeos subidos en 2010 equivalen a más de **150.000 películas** de larga duración.

19 – El 70% del tráfico de YouTube viene de **fuera** de Estados Unidos.

20 – La **edad** de sus usuarios está entre los 18 y los 54 años.

21 – Tiene más de 10.000 **socios publicitarios**, entre ellos, [Disney](http://www.muycomputerpro.com/2011/05/10/evolucion-youtube-site-citas-millones-usuarios/), Turner y Univision.

22 – YouTube tiene más contenidos en **HD** que cualquier site de vídeos on-line.

23 – El **10%** de sus vídeos está disponible en alta definición.

24 – Tiene **identificación automática** de contenido que escanea más de 100 años de vídeo, cada día.

25 – Cada día, registra millones de **suscripciones**.

26 – Más del 50% de los vídeos incluyen **comentarios** útiles.

27 – La gente visita YouTube desde el **móvil** más de 100 millones de veces al día.

28 – Se hace una media de 400 **tweets** por minutos que contienen un enlace de YouTube.

29 – El vídeo más visto es **“Charlie me mordió el dedo”**, con 317 millones de opiniones.

30 – El vídeo musical más visto es **“Baby”**, de Justin Bieber, que actualmente cuenta con más de 536 millones de visitas.

**3.- COMO Y PARA QUE UTILIZAR YOUTUBE EN NUESTRO TRABAJO Y COMPLEMENTANDO AL RESTO DE REDES SOCIALES. Puntos fuertes**

* **La comunicación con los clientes**: el video es una herramienta que rápidamente captura el interés de los usuarios que buscan entretenimiento, información, o ambos.
* **La exposición de marcas**: una de las más poderosas herramientas en la web para construir un canal de comunicación para tu marca. Es un medio seguro para la exposición de tu marca.
* **Posicionamiento en buscadores**: muy eficaz para construir enlaces hacia nuestro sitio pues los videos tienen altas calificaciones en los buscadores.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **BUENO**  | **OK**  | **MALO**  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| WEBSITE | COMUNICACIÓN | VISIBILIDAD DE MARCA | TRAFICO A TU WEB | SEO  |
| TWITTER |  |  |  |  |
| FACEBOOK |  |  |  |  |
| LINKEDIN |  |  |  |  |
| **YOUTUBE** |  |  |  |  |

4.- CONOCIMIENTO DE LA HERRAMIENTA DE YOUTUBE( Parte práctica en el aula)

- Darse de alta en una cuenta y configuración.

- Explorar

- Subir vídeos

- Gestionar Mi canal

- Gestor de vídeos

- Suscripciones

- Bandeja de entrada

- Cambiar de cuenta/ Salir

Principio del formulario

Final del formulario

* [Emprendedores](http://encasadeherrero.es/category/zona-emprendedores)
* [Eventos](http://encasadeherrero.es/category/eventos)
* [Gestión](http://encasadeherrero.es/category/gestion)
* [Consejos](http://encasadeherrero.es/category/consejos-y-trucos)
* [El colmo de…](http://encasadeherrero.es/el-colmo-de)

### Mi empresa en Youtube, crea tu canal

### Hoy os proponemos crear un canal para mi empresa en Youtube. Sencillos pasos y consejos a tener cuenta para gestionar el canal de nuestra **empresa en Youtube**. Para empezar necesitamos tener una cuenta en [Google +](http://encasadeherrero.es/crear-una-pagina-de-empresa-en-google-plus) o una cuenta de correo electrónico en Gmail. ¡Empezamos!

Después de tener nuestra cuenta vamos a [**Youtube**](http://www.youtube.com), al lado de nuestra imagen de perfil encontraremos una pestaña que indica **Mi canal**, donde tendremos que clicar. Llega el momento de elegir el nombre para nuestro canal (no lo realices hasta haber de terminado de leer el artículo y seguir los diferentes consejos para crear un **canal en Youtube**). Una vez elegido vamos adelante. Ahora tendrás que configurar la privacidad y seleccionar las acciones que deseas compartir en tu canal de Youtube y clicar en Hecho.

El trabajo fácil está hecho, ya tienes tu canal en **Youtube**. Ahora tendremos que editar nuestro perfil para hacerlo lo más útil y atractivo posible.

Sigue unos pequeños [**consejos**](http://encasadeherrero.es/category/guia-concurso).

Presta atención al elegir el nombre, lo más sencillo es que sea el mismo nombre que tiene la empresa. Rellena tu perfil con **toda la información** posible y no olvides incluir el link que lleve a tu web. Además podemos editar las etiquetas que harán que encuentren a nuestra **empresa en Youtube**. Elige por último un título que preciso, que represente nuestra actividad.

Cuando nuestra empres tiene unos colores corporativos y que la representan es conveniente **editar el perfil** con éstos. Existe la posibilidad de elegir los colores y la tipografía. Por último elige el fondo conveniente, bien con las plantillas dadas por Google o con la imagen que deseamos cargas. ¿Has conseguido el look deseado? Realiza los cambios necesarios hasta conseguirlo.

Ya lo tenemos todo, aunque queda el trabajo más complicado, **gestionar nuestro canal en Youtube**. Es muy importante crear vídeos de calidad, intentar crear diálogo con nuestros consumidores y también vídeos con contenido comercial. Tenemos que tener en cuenta siempre los comentarios y saber gestionar y dar respuesta a nuestros clientes. No siempre conseguiremos vídeos virales, pero la paciencia es un don que nos hará conseguir el éxito. La plataforma de vídeo nos ofrece la posibilidad de cargar vídeos de entre 10 y 15 minutos, no apures el tiempo, es complicado retener por tanto tiempo al usuario, conviene ser **concreto y específico en los vídeos** de Youtube.

La **edición de nuestros vídeo**s es importante, ya que darán una imagen de nuestra empresa, cuídala. No olvides etiquetar de forma correcta cada uno de ellos para que los usuarios los puedan encontrar de una forma sencilla.

Nuestro último consejo, no olvides **compartir tus vídeos** en las redes sociales.

**5.- EJEMPLOS Y CONTENIDOS DE INTERÉS DE YOUTUBE EN EL DESARROLLO LOCAL**

- Empleo

- Formación

- Emprendedores

- Empresa