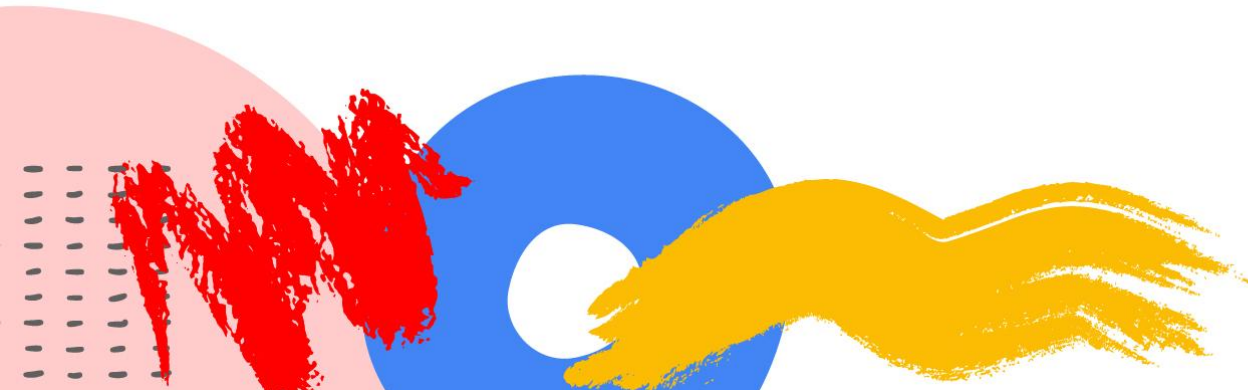
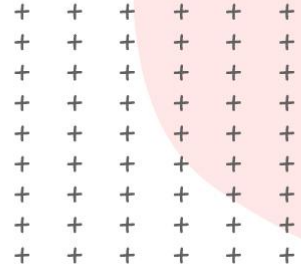
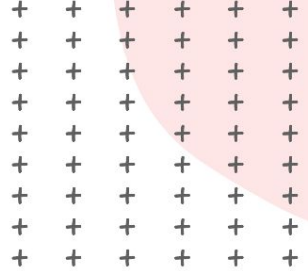


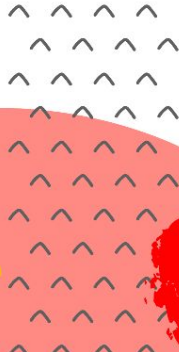
News Creator

WORKSHOPS 2022



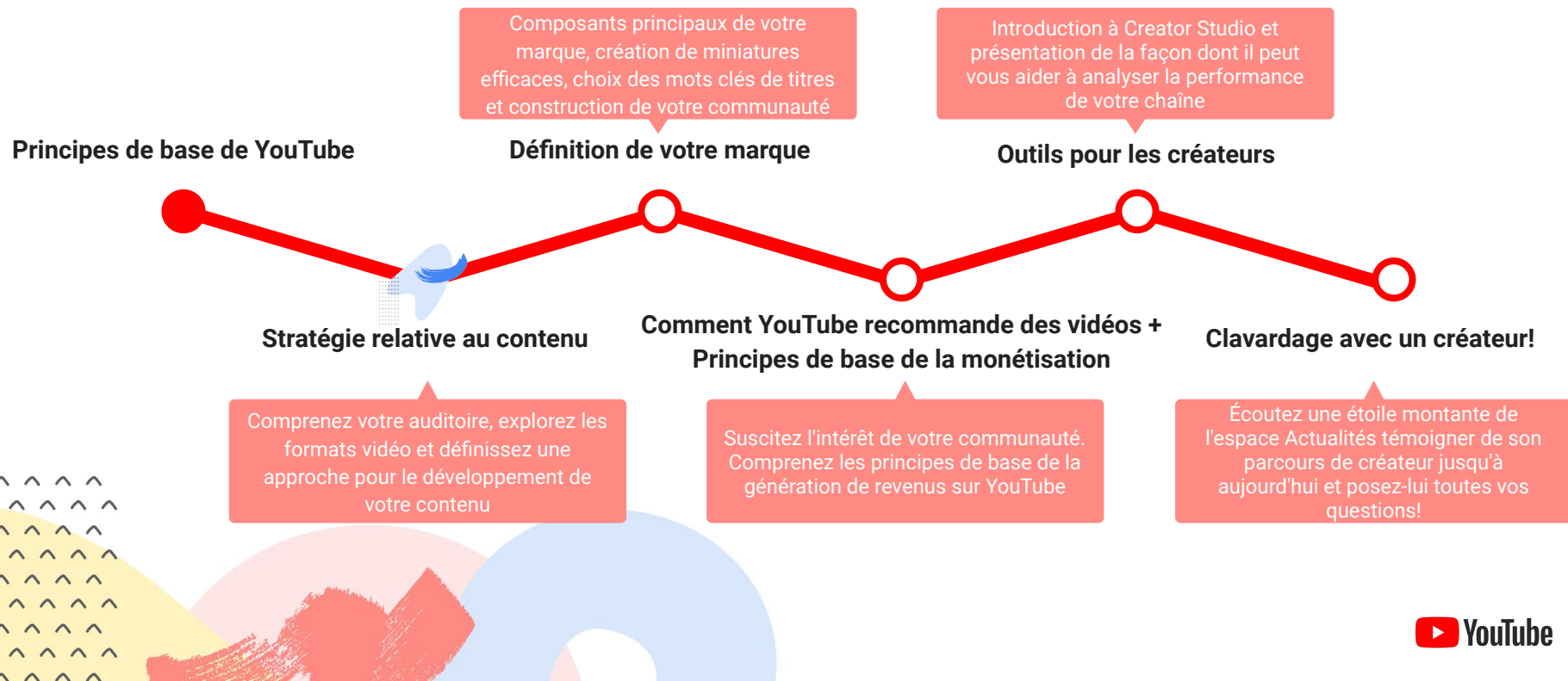


ATELIER 2 : Stratégie relative au contenu



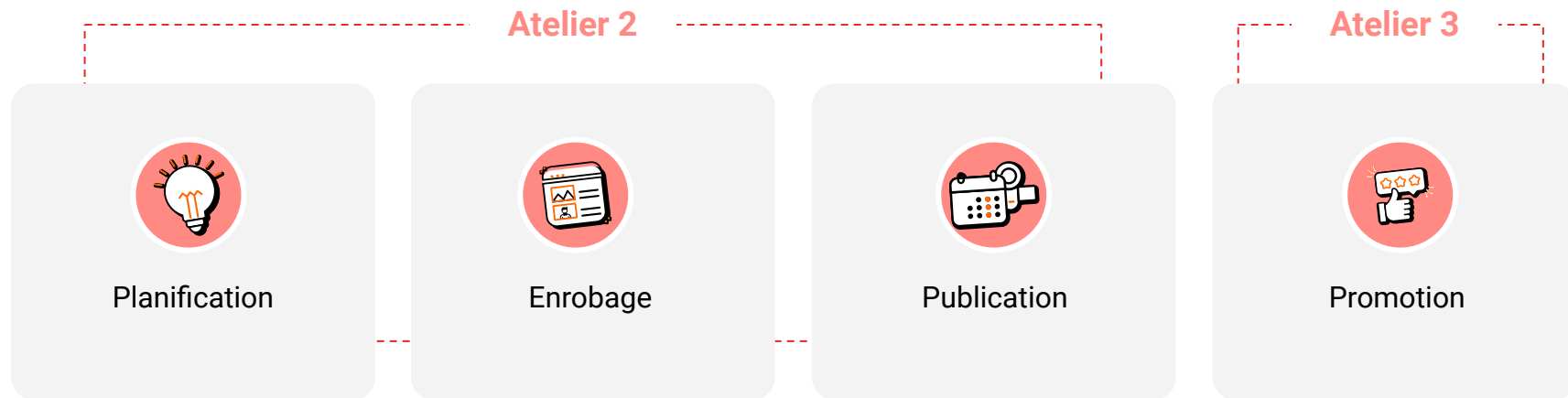
ATELIER 2 : STRATÉGIE RELATIVE AU CONTENU

Aperçu du programme



ATELIER 2 : STRATÉGIE RELATIVE AU CONTENU

Les quatre piliers de la stratégie relative au contenu



Programme

Planification



01

Comprenez et cerner votre auditoire

02

Paramétrez votre équipement

03

Trouvez le format adapté à votre contenu

Enrobage



04

Enrobage de votre contenu

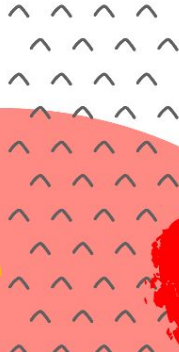
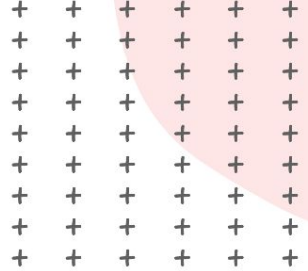
Publication



05

Considérations à propos de la publication

Comprenez et cernez votre auditoire



ATELIER 2 : STRATÉGIE RELATIVE AU CONTENU

Réfléchissez à la façon dont l'auditoire trouve votre contenu (sources de trafic)

Les données relatives aux sources de trafic indiquent les différents endroits où votre contenu est présenté aux spectateurs. Mettez-les à profit dans vos futures planifications, mais en explorant les façons dont les spectateurs trouvent votre contenu actuel. Les principales sources de trafic sont indiquées ci-après.

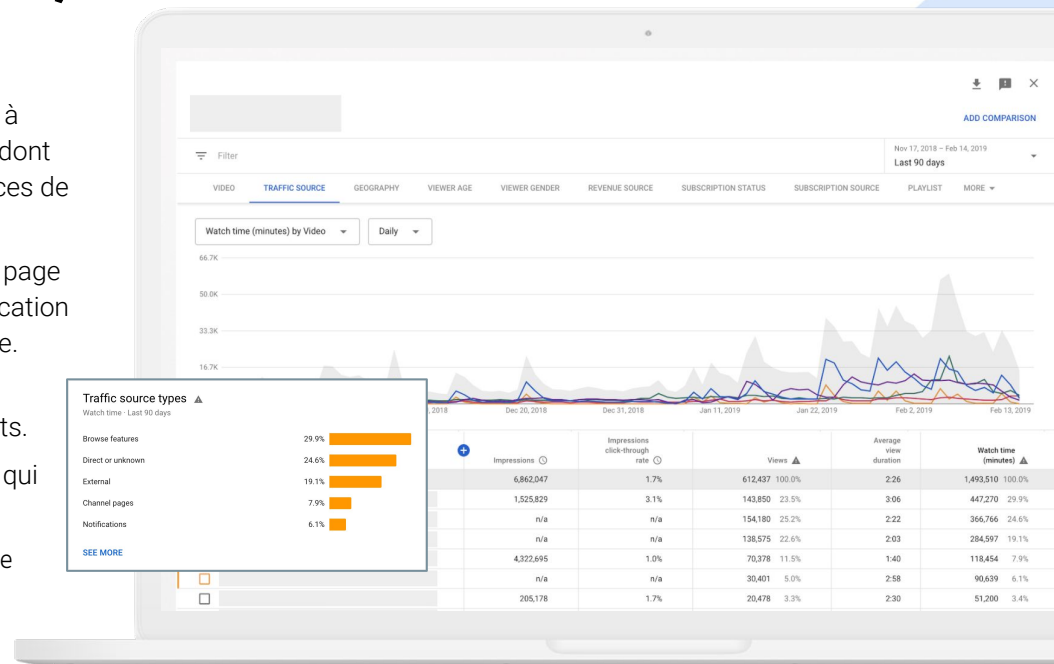
Les **vidéos suggérées** sont affichées sur le côté droit de la page de visionnement sous « Suivante », sous la vidéo sur l'application mobile et en tant que vidéo suivante en lecture automatique.

Les **fonctionnalités de navigation** font référence au trafic généré par les flux d'accueil, de tendances et d'abonnements.

La **recherche YouTube** examine les requêtes de recherche qui ont dirigé les spectateurs vers votre contenu.

Les **notifications** sont des alertes envoyées lorsqu'une nouvelle vidéo est rendue publique. Elles peuvent être envoyées par des alertes poussées sur un appareil mobile ou par courriel.

Apprenez-en plus au sujet des fonctionnalités avancées de YouTube Analytics [ici](#).

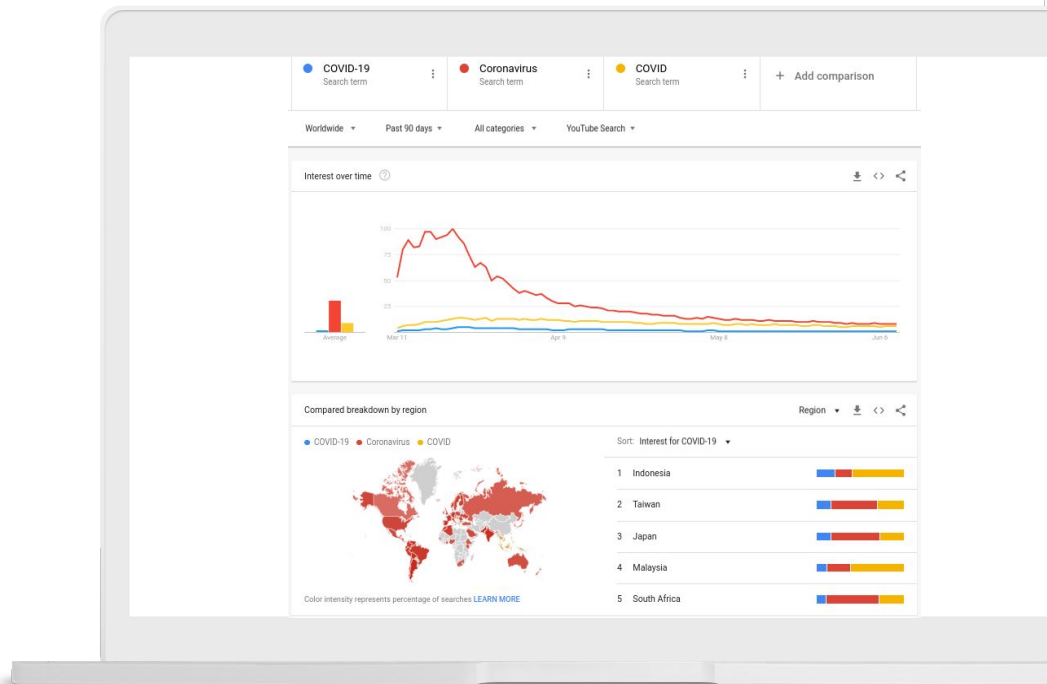


Suivez les choix et les tendances de mots clés

Google Tendances peut vous aider à déterminer :

- quels mots clés sont les plus populaires;
- où les mots clés sont populaires;
- l'évolution de l'intérêt pour les mots clés au fil du temps;
- en quoi les tendances diffèrent dans les recherches sur le Web, dans Actualités ou sur YouTube.

Réfléchissez attentivement aux termes que vous utilisez en fonction de l'auditoire que vous ciblez et au moment de vos téléversements.



Comprenez votre auditoire grâce aux analyses

* Apprenez-en plus sur l'utilisation de YouTube Analytics [ici](#).

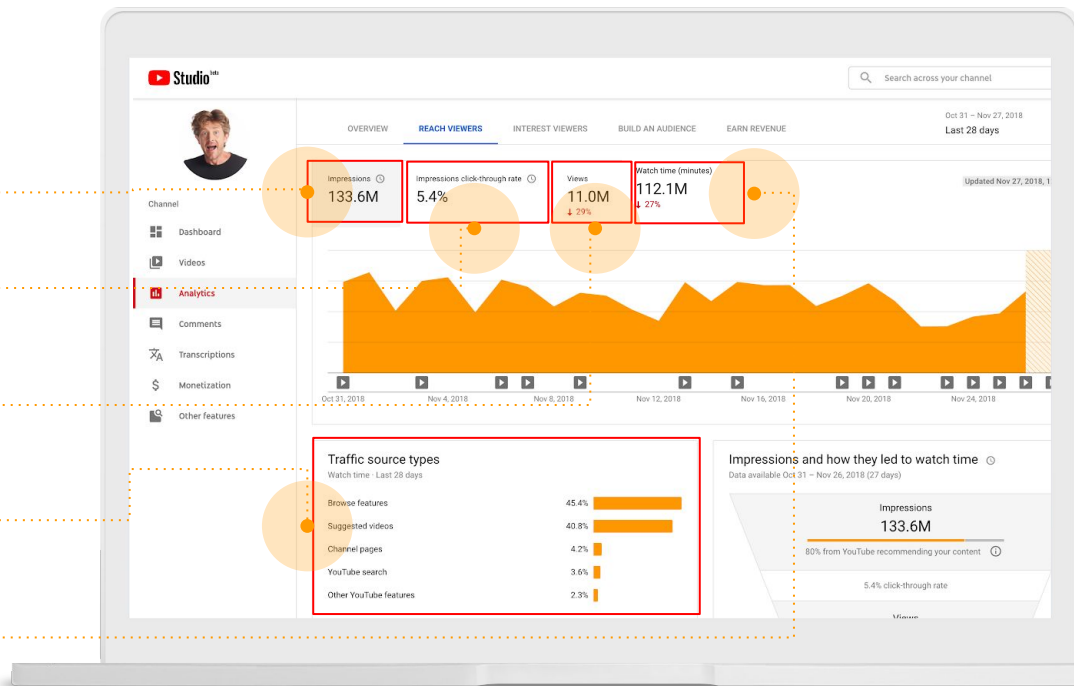
Les **impressions** mettent en évidence le nombre de fois où les miniatures de vos vidéos sont affichées sur YouTube.

Le **taux de clics** vous indique quel pourcentage de vos impressions sur YouTube se sont transformées en visionnements.

Les **visionnements** : nous voulons nous assurer que les vidéos sont visionnées par de vrais humains et non par des programmes informatiques. C'est pourquoi le décompte des visionnements publics et internes peut être décalé, car nos systèmes vérifient la légitimité des visionnements.

Les **sources de trafic** vous donnent une idée de la manière dont les spectateurs découvrent votre contenu.

La **durée de visionnement d'une session** correspond au temps que les spectateurs ont passé à visionner votre contenu et vous donne une idée de ce qui est réellement visionné (par opposition au contenu sur lequel les spectateurs ont cliqué, puis qu'ils ont abandonné).



Paramétrez votre équipement



CONCENTREZ-VOUS SUR LES BASES

Principes de base de la création de vidéos

Un bon téléphone cellulaire peut suffire pour commencer à réaliser des vidéos! Voici quelques conseils applicables, quel que soit le type d'équipement.

1. **Talent** : vos vidéos YouTube serviront de présentation de votre marque et la représenteront. En conséquence, incluez des personnes de différents horizons et/ou à différentes étapes de leur carrière. Pour en savoir plus sur la création de contenu inclusif, consultez cette [leçon de l'Académie des créateurs](#).
2. **Éclairage** : lorsque vous choisissez votre plan, utilisez un éclairage naturel et évitez les ombres. Soyez attentif à votre arrière-plan et privilégiez les endroits avec une profondeur visuelle (c'est-à-dire, évitez de filmer en vous plaçant devant un mur).
3. **Caméra** : essayez l'objectif, choisissez les paramètres permettant d'obtenir la meilleure qualité, placez votre appareil sur une surface horizontale stable et activez le mode Ne pas déranger si vous utilisez un téléphone.
4. **Action** : avec la caméra, cadrez le sujet de sorte que ses yeux se trouvent dans le tiers supérieur de la vidéo (comme [ceci](#)). Si vous vous filmez vous-même, pensez à regarder l'objectif de la caméra, pas vous-même.



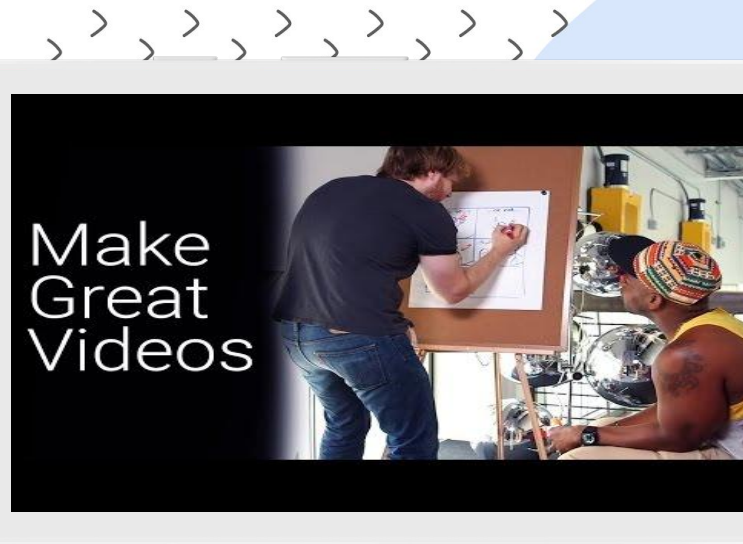
CONCENTREZ-VOUS SUR LES BASES

Production

Une production bien conçue comprend :

- **des couleurs vives** (et un bon éclairage);
- **un contraste marqué;**
- **une profondeur de champ;**
- **des images fortes intéressantes.**

Vous allez probablement réutiliser plusieurs fois le même décor. En conséquence, faites en sorte qu'il soit intéressant et polyvalent. Par ailleurs, les créateurs utilisent souvent des images fortes intéressantes pour leurs introductions face caméra avec un plan large et de gros plans sur leurs invités.



CONCENTREZ-VOUS SUR LES BASES

Captez un bon son

Un bon son peut avoir un effet significatif sur la façon dont les spectateurs perçoivent votre vidéo. Les auditoires sont généralement plus indulgents envers les défaillances liées à la caméra et à l'éclairage qu'envers un son de mauvaise qualité. Voyons comment éviter les faux pas.

- **Gardez l'audio à l'esprit lorsque vous choisissez l'emplacement.** Tenez compte de l'impact négatif potentiel du bruit ambiant ou de l'acoustique d'une pièce (comme un écho) sur votre enregistrement audio.
- **Utilisez des microphones externes.** Bien qu'un simple téléphone intelligent puisse filmer des vidéos incroyables, vous devrez utiliser des microphones externes (pas ceux du téléphone) pour enregistrer un son de la même qualité.
- Pour vous aider à démarrer, cette vidéo de l'Académie des créateurs explique les bases de la création d'une expérience audio et vidéo fantastique.



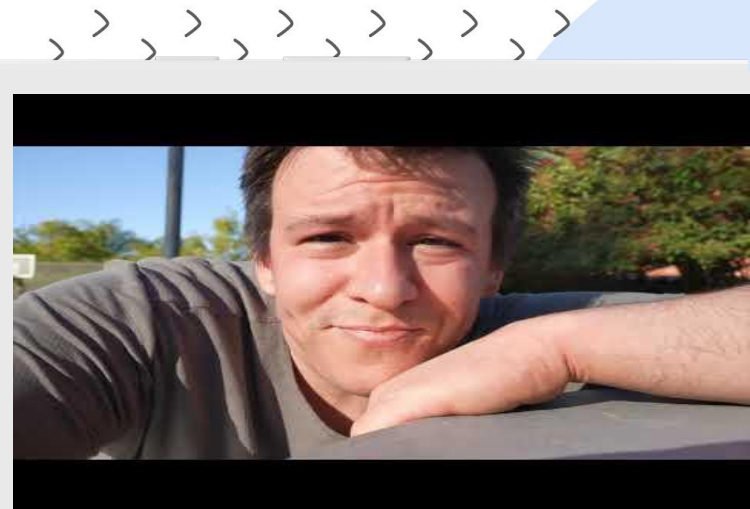
Vous cherchez un aperçu de la création de contenu sur YouTube?
Consultez la liste de lecture [« Production Skills: From Ideas to Video »](#)
(Compétences en matière de production : des idées aux vidéos), proposée
par l'[Académie des créateurs YouTube](#).

CONCENTREZ-VOUS SUR LES BASES

Soyez accessible

Le public veut vous voir tel que vous êtes.

- **Le contenu personnel fonctionne le mieux.** La distance et le mystère ne sont pas vos amis ici. N'ayez pas peur de prendre la caméra et de vous adresser directement à votre public.
- **Les imperfections sont vos amies.** Bien que cela puisse sembler contre-intuitif, n'ayez pas peur de garder vos vidéos légèrement à l'état brut.
- **Soyez ouvert à la conversation avec votre auditoire** à travers les diffusions en direct et les commentaires afin d'approfondir les connexions communautaires.



Créez en bloc

La création de vidéos demande du temps et des ressources, il est donc toujours judicieux d'essayer de maximiser le rendement de vos journées de production.

- **Tournez plusieurs vidéos à la fois.**

Dans la mesure du possible, réalisez plusieurs vidéos lors de chaque tournage. Par exemple, si vous interviewez des experts au sein de votre organisation, est-il possible de planifier deux interviews ou plus dans la même journée?

- **Faites preuve de souplesse dans le traitement des séquences filmées.**

Soyez créatif avec les séquences supplémentaires que vous pouvez capturer lors des différents événements auxquels vous participez et réfléchissez à la manière dont elles peuvent être mises en valeur pour vous donner plus de contenu à partager.



MORE Videos,
LESS Effort
(sort of)

MASTER CLASS

The background features several abstract elements: a yellow semi-circle in the top right corner with a yellow brushstroke; a red shape in the bottom left corner with a yellow brushstroke; a light blue shape in the center with a black dot pattern; and a yellow brushstroke in the top right corner.

Trouvez le format adapté à votre contenu

ATELIER 2 : STRATÉGIE RELATIVE AU CONTENU

Formats populaires adaptés aux actualités – Récapitulatif

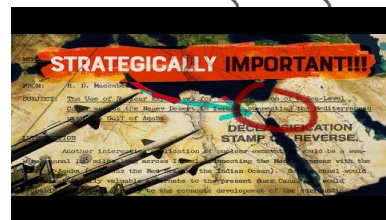
Surtout au début de votre exploration sur YouTube, pensez à vous appuyer sur des formats existants que l'auditoire en ligne connaît déjà. Vous trouverez ci-dessous quelques-uns des formats les plus populaires qui peuvent convenir à votre mission sur YouTube.



ANALYSE DES ACTUALITÉS



EN DIRECT



VIDÉOS EXPLICATIVES



COLLABORATIONS



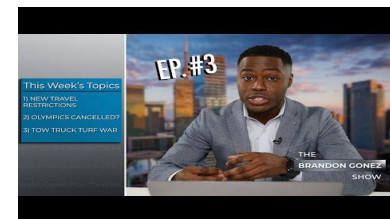
INTERVIEWS



BALADOS



NARRATION/DOCUMENTAIRE



TOUR D'HORIZON DES ACTUALITÉS

Mensuel

VEDETTE

VEDETTE

VEDETTE

Contenu vedette

Des vidéos à la production très soignée ou des collaborations avec des créateurs YouTube et d'autres personnalités publiques.

Hebdomadaire

CIBLÉ

CIBLÉ

CIBLÉ

CIBLÉ

Contenu ciblé

Des diffusions en direct et des formats épisodiques réguliers qui incitent les spectateurs à revenir et à s'abonner.

Contenu qui reste d'actualité, moins fréquent

AIDE

Contenu d'aide

Contenu qui reste d'actualité et qui vise à répondre à des questions, à expliquer des idées ou à approfondir des sujets qui ont une résonance au fil du temps.

FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu VEDETTE

Fréquence : moins fréquent. Nécessite habituellement un plus grand effort de production que le contenu ciblé. Peut porter sur un événement (p. ex., période d'élections) ou être une occasion que vous avez créée (p. ex., collaboration).

Contenu : attrait général qui peut susciter l'intérêt accru du grand public à un moment donné.

Auditoire : le contenu vedette tente de ratisser aussi large que possible et d'être accessible aux spectateurs qui peuvent ne pas être familiers avec votre chaîne.

Objectif : fournissez un moment de visibilité important à votre contenu pour convertir un grand nombre de spectateurs occasionnels en abonnés à long terme.

Conseils :

- Utilisez les premières, les histoires et l'onglet Communauté YouTube pour augmenter l'intérêt et la sensibilisation.
- Les collaborations peuvent accroître le nombre de spectateurs. Il est important d'optimiser le titre de la vidéo, mais aussi de promouvoir la vidéo sur d'autres médias sociaux.



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu VEDETTE : narration/documentaire

Que ce soit par le biais de journalisme d'investigation ou du tournage de documentaires, une narration approfondie peut démarquer votre chaîne de la concurrence

- **Moments vedettes pour maintenir la pertinence.** Une série de documentaires ou du contenu d'investigation peut créer des moments durables durant lesquels vous touchez votre auditoire, mais cela peut aussi inciter votre auditoire à revenir si plusieurs épisodes sont nécessaires à votre histoire, en plus d'augmenter potentiellement la durée de vie de votre chaîne.
- **Programmation du contenu dans un but précis.** Soyez attentif au moment où vous publiez ces vidéos parce qu'elles peuvent faire partie de vos productions les plus chronophages. Réfléchissez à la façon de susciter l'anticipation par le biais d'outils promotionnels, comme des visites en coulisse dans les histoires et des mises à jour dans l'onglet Communauté.
- **Création de contenu annexe.** Vous pouvez utiliser des vidéos en coulisse pour faire part de vos progrès jusqu'au moment de votre publication, mais envisagez aussi d'utiliser ces vidéos avec une séquence « salle de montage » à l'intention de votre auditoire de base qui souhaite en voir plus.



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu VEDETTE : collaboration

Collaborez avec d'autres chaînes afin d'élargir votre portée et votre auditoire, tout en créant un contenu de qualité pour vos fans actuels.

- **Choisissez avec soin.** Le créateur le plus populaire de la plateforme n'est pas forcément le meilleur choix pour vous. Concentrez plutôt vos efforts sur les créateurs qui s'adressent déjà au public que vous souhaitez rejoindre (p. ex., des pairs dans votre domaine de prédilection ou des marques populaires qui abordent des sujets connexes, etc.).
- **Réfléchissez à ce que vous pouvez offrir d'unique aux autres chaînes.** Que ce soit la possibilité de vous consulter en tant qu'expert sur un sujet ou d'accéder à votre auditoire, réfléchissez à la façon dont vous pouvez offrir à ces chaînes des occasions qu'elles n'auraient autrement pas (bien entendu, tout en gardant à l'esprit la façon dont ces chaînes vous offrent une valeur égale, à vous et à votre chaîne).
- **Créez également du contenu pour votre chaîne.** Pour tirer pleinement parti de cette puissante occasion promotionnelle, assurez-vous de développer du contenu qui pourra être utilisé sur la chaîne de votre collaborateur, mais aussi sur la vôtre. En réalisant d'incroyables vidéos publiables sur les deux chaînes, vous augmentez l'incidence de la collaboration.

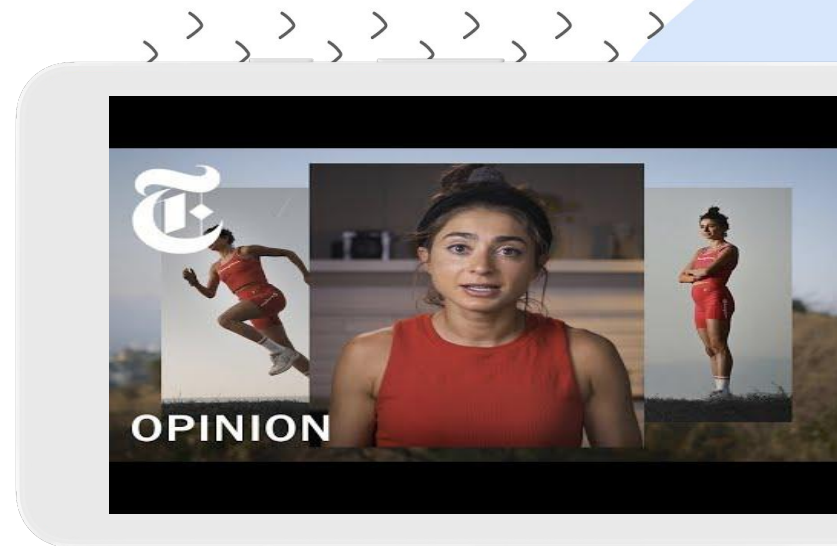


FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu VEDETTE : culture populaire et actualités

Le plus souvent, il s'agit d'une vidéo au format **explicatif** qui a un large attrait en raison de ses liens avec la culture populaire. Elle devrait générer un moment « vedette » pour votre chaîne.

- **Choisissez avec soin.** Là encore, veillez à ce que les événements de culture populaire que vous abordez soient logiques pour votre chaîne. Si vous vous écartez trop de votre domaine, vous risquez de susciter une réaction négative et de perdre du temps sur une vidéo non pertinente pour votre auditoire.
- **Dans ce contexte, envisagez la culture populaire comme une chose en lien avec des actualités sérieuses, en évitant les ragots.** Efforcez-vous de créer du contenu de façon authentique à propos de grands moments ou de sujets discutés sur YouTube auxquels vous ajoutez de la valeur, sans sacrifier votre intégrité.



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu CIBLÉ

Fréquence : la fréquence habituelle que vous avez choisie. Considérez le contenu ciblé comme le contenu de base de votre chaîne.

Contenu : un contenu durable et ciblé qui répond directement aux préférences et aux attentes de vos abonnés. (Faites appel à vos formats!)

Auditoire : votre base d'abonnés existante, en plus des spectateurs qui regardent votre contenu, mais qui ne se sont pas abonnés.

Objectif : fidélisez votre auditoire en lui proposant un contenu régulier et cohérent qui répond à ses attentes et à ses préférences. Puis, fournissez une banque de contenu que les nouveaux spectateurs pourront explorer après qu'ils se sont abonnés.

Conseils :

- Programmez à jour et à heure fixes des téléversements hebdomadaires d'épisodes afin de favoriser un nombre de spectateurs constant.
- Partagez ce programme dans vos téléversements de contenu ciblé afin que votre auditoire sache quand revenir pour en voir plus.

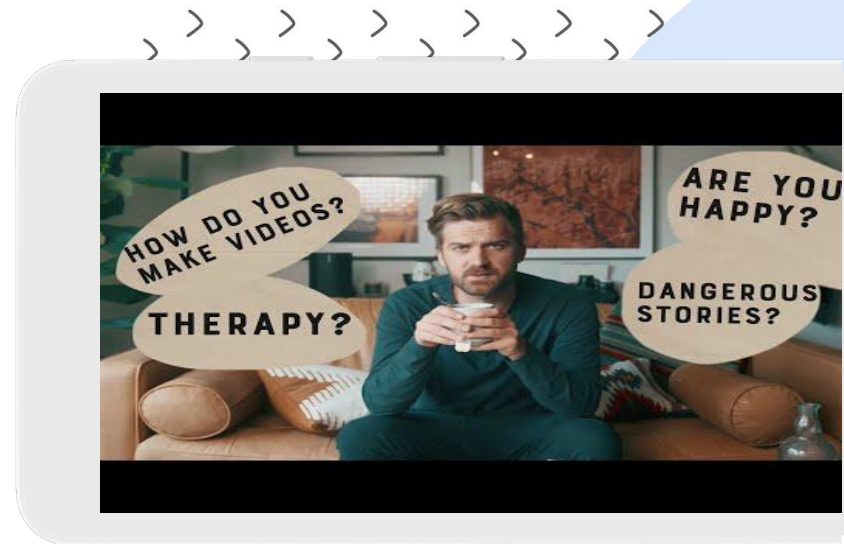


FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu CIBLÉ : foire aux questions

N'oubliez pas que YouTube n'est pas la télévision; les auditoires veulent vous voir tel que vous êtes, sans filtre. Le public apprécie aussi la nature bilatérale de la plateforme. Les foires aux questions constituent l'un des moyens les plus simples d'offrir ce type de communication à votre communauté.

- **Répondez dans un style que vous maîtrisez.** Si vous décidez de créer une foire aux questions, vous vous demanderez peut-être s'il faut qu'elle soit en direct ou sur demande. Une foire aux questions sur demande peut être préférable si vous souhaitez examiner les questions au préalable. D'autres préféreront peut-être une foire aux questions en direct afin de susciter un dialogue qui convient mieux à leur style et à leur communauté.
- **La fréquence peut varier selon les formats « contenu ciblé ».** Vous pouvez mettre en place une foire aux questions de façon fréquente, mais ce format a tendance à être produit moins souvent que les autres formats « contenu ciblé » (chaque mois plutôt que chaque semaine, par exemple). C'est correct. Choisissez toujours un style cohérent qui vous convient.



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu CIBLÉ : balados

Les balados sont des conversations non structurées de longue durée au sujet d'idées, de sujets ou d'histoires. Ce format efficace implique moins d'efforts de production et peut être plus simple à produire sur une base régulière.

- **Trouvez un style cohérent.** Les balados sont habituellement non structurés. Veillez toutefois à ce que le style et l'orientation restent cohérents. Vos balados approfondissent-ils une histoire en particulier ou s'agit-il d'interviews avec des experts sur un sujet donné ou avec des personnalités publiques?
- **Téléversez une compilation de vos meilleurs extraits pour aider les spectateurs à voir la valeur de vos productions.** Lorsque vous tentez d'attirer de nouveaux auditoires vers ces formats plus longs de vidéos, il peut être judicieux de téléverser les meilleurs extraits pour deux raisons. Tout d'abord, la découverte sera plus aisée en raison du sujet ciblé de l'extrait. Ensuite, les extraits de contenu étant plus courts, l'auditoire peut plus facilement comprendre ce qu'il se passe dans vos balados, en moins de temps.
- **Mettez à profit les appels à l'action** et les écrans finaux dans la vidéo pour orienter les spectateurs vers le balado complet.
- Lorsque vous créez des titres pour ces vidéos, choisissez des titres qui contiennent d'abord le sujet de l'émission, puis le nom de votre balado.

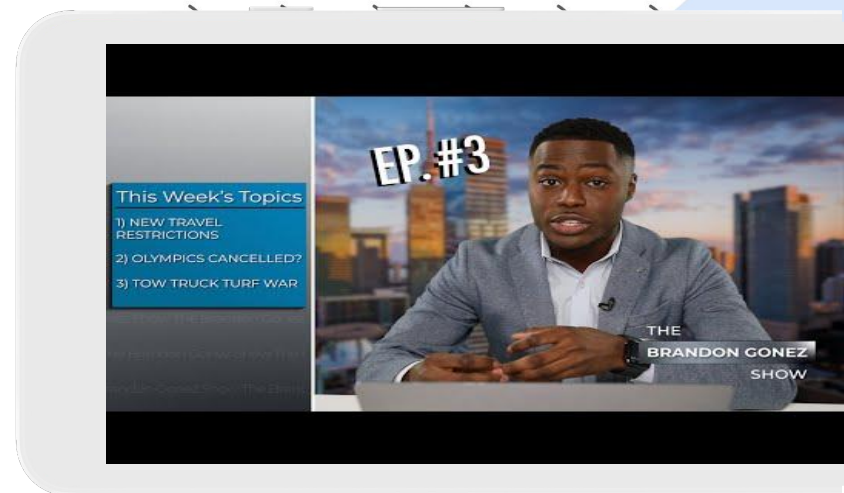


FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu CIBLÉ : mises à jour/récapitulatifs concernant les actualités

Les mises à jour/récapitulatifs concernant les actualités sont des formats qui vous permettent de proposer des mises à jour sur des sujets d'actualités généraux et des histoires qui concernent le grand public. C'est aussi un format pertinent pour traiter d'actualités qui ont touché le grand public, mais qui ont besoin de corrections.

- **La recherche sera la clé.** Choisissez avec soin les mots et les expressions que vous utilisez dans l'enrobage de votre contenu parce que ces éléments permettent à votre contenu d'apparaître dans les résultats de recherche et à proximité de vidéos portant sur des sujets semblables (auxquelles vous pourrez apporter des corrections de façon narrative).
- **Discutez des zones d'intérêt connues et inconnues.** Cette série peut être un excellent moyen de traiter de sujets médicaux dans les médias grand public. Elle peut aussi vous donner l'occasion de mettre en lumière des actualités médicales intéressantes dans votre domaine de prédilection ou ailleurs qui peuvent ne pas figurer dans les médias grand public.
- **Création d'une série.** Si vous souhaitez réaliser une série de type « émission » pour ce format récurrent, pensez à rendre ce contenu repérable au moyen d'une miniature et en dernière partie de votre titre



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu CIBLÉ : listicles

Les vidéos listicles constituent un autre format populaire de YouTube. Elles peuvent être utilisées pour enrober des mises à jour concernant les actualités dans un style YouTube.

- Contextualisez le contenu.** Si les listes sont plus efficaces, c'est notamment parce qu'elles permettent à l'auditoire d'en comprendre facilement le contexte. Le titre et la configuration indiquent clairement le sujet de la liste et le rapport avec chaque élément.
- Suscitez la curiosité des spectateurs.** En indiquant clairement le nombre d'éléments dans la liste, vous incitez l'auditoire à continuer à regarder votre vidéo, puisqu'ils savent exactement à quoi s'attendre en fonction du numéro de la liste.
- Combinez de brèves informations avec une structure de plus longue durée.** Enfin, la dualité des listicles les rend populaires sur YouTube : vous pouvez combiner de brèves informations dans chaque élément de la liste avec l'importance de la durée de visionnement d'une session grâce à la combinaison de ces éléments pour créer une vidéo plus longue et plus percutante qui retiendra les spectateurs.



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu d'AIDE : contenu

Fréquence : plus souvent que le contenu vedette, mais moins que le contenu ciblé

Contenu : sujets qui restent d'actualité et qui ciblent des questions ou des domaines précis (p. ex., Qu'est-ce que le NHS?, Comment fonctionnerait le « Green New Deal »?, etc.)

Auditoire : ce type de contenu général et ciblé peut attirer des spectateurs plus occasionnels qui ne s'intéressent habituellement pas à votre chaîne

Objectif : fournissez des vidéos qui restent d'actualité, qui gagnent continuellement en nombre de spectateurs et qui convertissent les abonnés à un rythme régulier

Conseil : Vérifiez les tendances sur Google et sur YouTube avec Tendances afin de savoir quel sera le prochain contenu d'aide à créer.

- Le contenu d'« aide » ne doit pas nécessairement toujours porter sur l'« aide ». C'est un contenu avec une durée de vie plus longue (un contenu que les spectateurs peuvent regarder 6 à 12 mois plus tard, avec toujours plus ou moins le même intérêt).



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Contenu d'AIDE : vidéos explicatives

Il est probable que vous connaissiez ce format YouTube populaire parce que c'est un format incontournable de la plateforme. Les vidéos explicatives sont des vidéos détaillées qui traitent d'un sujet ou d'une histoire en particulier afin d'apporter un contexte et des informations solides à l'auditoire qui cherche à en savoir plus.

- Les vidéos explicatives **fournissent une analyse approfondie sur un sujet ou même une liste. Ensuite, un hôte explique les enjeux, soutenu par des animations et des images fortes.**
- Certains des formats les plus populaires sont conçus de façon à **faire le lien avec les actualités et les enjeux actuels pour exploiter les résultats de recherche** tout en restant pertinents au fil du temps, quand les événements ou les enjeux réapparaissent dans les actualités.
- **Réalisez des vidéos explicatives traitant de sujets qui restent d'actualité.** Vous pouvez commencer par consulter les commentaires de votre auditoire ou par examiner les sujets dans Google Tendances et YouTube Analytics.



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Courtes vidéos

YouTube Shorts est une nouvelle expérience de vidéos de courte durée pour les propriétaires de chaînes qui souhaitent réaliser de courtes vidéos percutantes à l'aide de leurs téléphones cellulaires.

- **Qu'est-ce qui est considéré comme une courte vidéo?** Une vidéo verticale d'une durée maximale de 60 secondes.
- **Des recommandations de découverte?** Incluez #Shorts dans le titre ou dans la description de votre vidéo pour aider notre système à recommander vos courtes vidéos sur YouTube.
- **Chaîne de courtes vidéos ou chaîne existante?** Si vos courtes vidéos sont en accord avec votre contenu de longue durée, il peut être judicieux de les publier sur votre chaîne principale. En revanche, si vous prévoyez de vous en écarter, il peut être préférable de créer une autre chaîne pour vos courtes vidéos.



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Courtes vidéos

- **Quel effet les courtes vidéos ont-elles sur les notifications?** Les spectateurs qui ont activé la cloche de notification ne seront pas informés chaque fois que vous publiez une courte vidéo. Afin d'éviter de lasser votre auditoire, les notifications de courtes vidéos cibleront vos spectateurs de courtes vidéos intéressés.
- **Que dois-je créer?** Sur Shorts, les vidéos aléatoires, authentiques et non filtrées ont du succès. Si vous avez du mal à commencer, réfléchissez au contenu que vous aimez regarder et à la façon de vous l'approprier!
- **Des exemples d'actualités?** Certaines courtes vidéos d'actualités sont des extraits d'actualités et des vidéos explicatives tronquées. Faites des essais et voyez comment réagit votre auditoire. Il peut s'écouler un certain temps avant que vos courtes vidéos trouvent leur public. Faites preuve de patience avec vos essais.



Enrobage de votre contenu



ENROBAGE

Enrobage du contenu sur YouTube

- **Trois aspects de l'enrobage sur YouTube :**
 - **Titre :** clair, descriptif, exact, succinct
 - **Miniature :** haute résolution et représentative (du contenu)
 - **Description :** soyez descriptif; les deux premières lignes sont essentielles
- **Prévoyez et créez votre titre et votre miniature de façon assortie**
- Tirez parti des impressions et des CTR dans YouTube Analytics afin de **jauger ce qui fonctionne le mieux en fonction de votre auditoire.**



ENROBAGE

Créez des titres et des miniatures efficaces

Les titres et les miniatures peuvent faire une grande différence quant à la décision d'un spectateur de regarder votre vidéo, surtout lorsque ces deux éléments sont assortis. Voici un aperçu des pratiques exemplaires.

- **Soyez précis.** Assurez-vous que la combinaison de votre titre et de votre miniature est une représentation fidèle de la vidéo.
- **Soyez concis.** Essayez de limiter les titres à moins de 70 caractères et de vous concentrer sur les idées ou les mots les plus importants au début.
- **Soyez facile à rechercher.** Dans la mesure du possible, incluez des mots clés faciles à rechercher dans votre titre.
- **Soyez intéressant.** Utilisez la combinaison de vos titres et de votre miniature pour créer un aperçu attrayant du contenu.

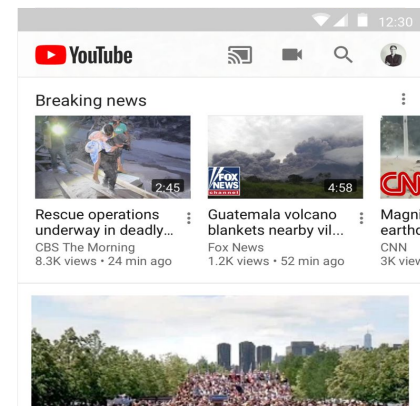
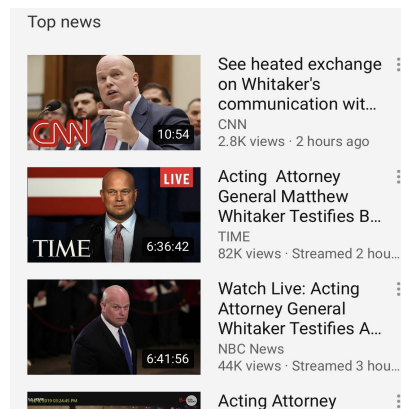
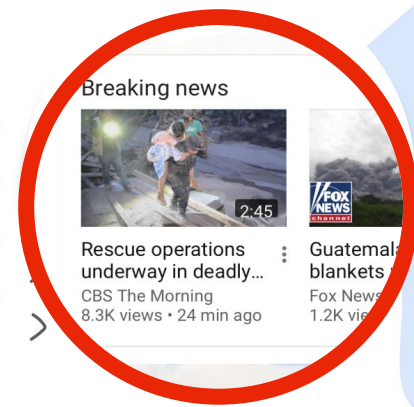
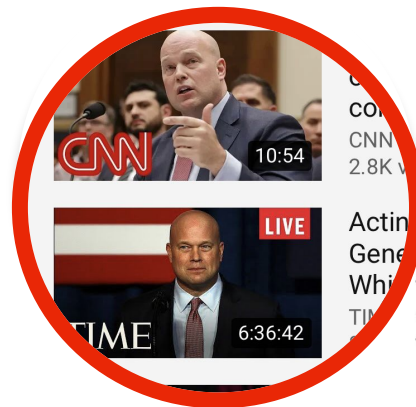


ENROBAGE

Différenciez visuellement votre contenu à l'aide de miniatures et d'un logo

Les titres et les miniatures peuvent faire une grande différence quant à la décision d'un spectateur de regarder votre vidéo, surtout lorsque ces deux éléments sont assortis. Voici un aperçu des pratiques exemplaires.

- **Utilisez votre logo pour aider les auditoires qui vous font confiance à trouver votre contenu relatif à des actualités importantes**
- **Créez des titres qui font le lien entre les séries ou les sujets** afin d'aider les auditoires à continuer leurs sessions
- **Créez des modèles ou des styles de miniatures pour les sujets ou les genres** en fonction de votre combinaison de programmes
- **Dans cet exemple**, réfléchissez à la façon dont les images de miniatures peuvent être semblables pour des actualités importantes



Considérations pour créer des miniatures

Proportions de 16:9//1 280 px x 720 px//Taille de fichier inférieure à 2 Mo

Le bouton
Lecture sera
superposé

Il est préférable d'éviter de placer des images importantes ou la marque dans cette zone : le texte peut être superposé ici dans les intégrations et dans les étagères Dernières nouvelles et Palmarès des actualités

**SUPERPOSITION DU
CODE TEMPOREL**

La marque doit,
**idéalement, être
située dans les
coins**

Conseils pour l'image
principale :

1. Représentation fidèle du contenu
2. Luminosité soignée
3. Contraste marqué
4. Claire quelle que soit la taille

Miniatures avec modèle – simples, mais efficaces



Les miniatures avec modèle sont idéales pour le contenu à rotation rapide que vous souhaitez différencier visuellement. L'avantage des miniatures avec modèle est qu'une fois le modèle créé, l'éditeur peut rapidement y placer une nouvelle photo et mettre à jour le texte sur la superposition avant le téléversement sur YouTube.



Considérations à propos de la publication



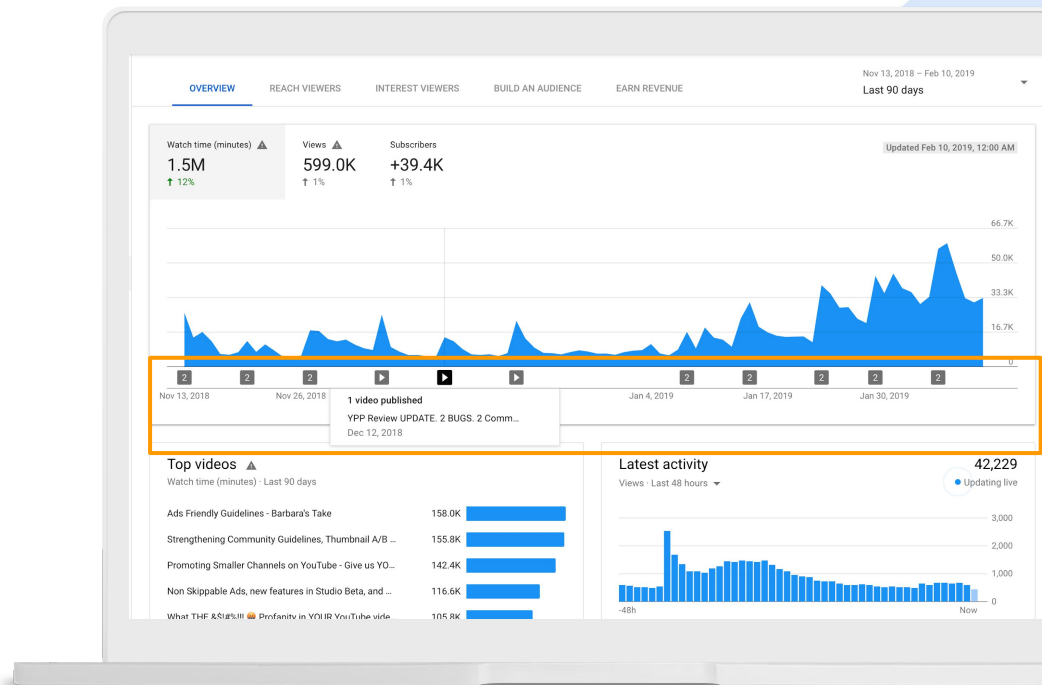
PUBLICATION

Soyez régulier

Vous voulez fixer des attentes pour votre auditoire, il est alors crucial que vous les exprimiez de manière fiable au moyen de votre bannière de chaîne ou d'un rythme de publication régulier.

Respectez un calendrier de publication régulier et communiquez à l'avance les interruptions de contenu.

- **Régularité n'est pas synonyme de volume.** Il est beaucoup moins important de publier fréquemment que de respecter un calendrier fiable.
- **Veillez à ce que votre contenu soit facile à gérer.** Les vidéos à la production très soignée sont fantastiques, mais il peut être très difficile de maintenir cette qualité. Trouvez un équilibre entre la quantité et la qualité du contenu que vous pouvez maintenir sur le long terme.



PUBLICATION

Diffusions en direct ou premières

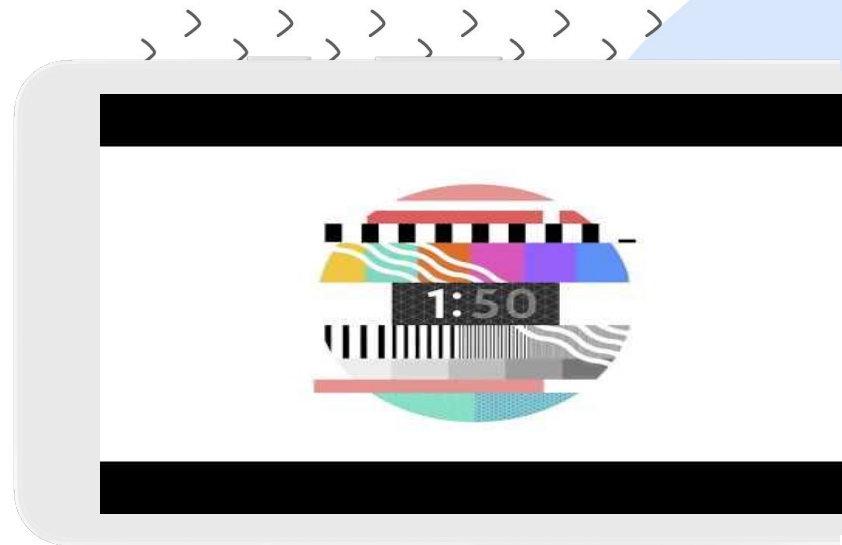
Diffusions en direct : quand les utiliser :

- Pour les vidéos dans lesquelles vous souhaitez avoir des interactions actives avec votre auditoire qui orientent ce que vous faites dans la vidéo.
- Lorsque vous souhaitez présenter à votre auditoire une mise à jour en temps réel sur un sujet ou une question.

Premières : publiez une vidéo préenregistrée qui, au moment de la publication, est diffusée comme une vidéo en direct. Quand les utiliser :

- Pour les vidéos préenregistrées à large portée. Une première vous permet de simuler un « moment en direct » durant lequel les membres de votre auditoire regardent tous en même temps la vidéo, avec en plus une expérience de clavardage en direct pour les interactions (si le clavardage est activé).
- Soyez exigeant dans vos choix de premières. Utilisez ce format pour les vidéos avec lesquelles vous souhaitez créer un moment spécial pour votre communauté.

Modération de clavardage en direct : YouTube fournit divers outils que vous pouvez utiliser pour modérer le clavardage en direct.



PUBLICATION

Comprenez votre auditoire grâce aux analyses

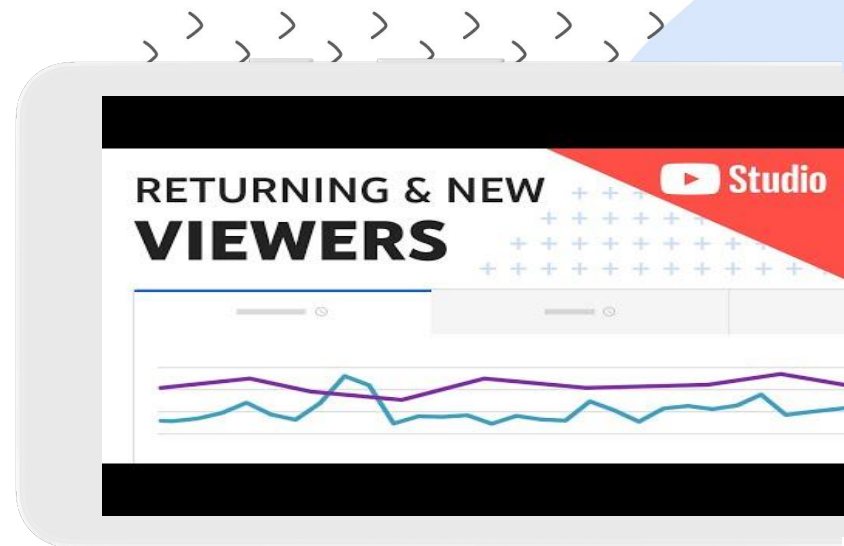
Dans YouTube Studio, vous pouvez découvrir des renseignements utiles au sujet de votre auditoire dans l'onglet Auditoire. Voici quelques éléments utiles que vous pouvez trouver :

Spectateurs nouveaux et réguliers : utilisez cette mesure pour planifier la stratégie relative au contenu de votre chaîne. Par exemple, vous pouvez fidéliser vos spectateurs en créant un contenu régulier ou vous pouvez tester de nouveaux sujets pour attirer de nouveaux spectateurs.

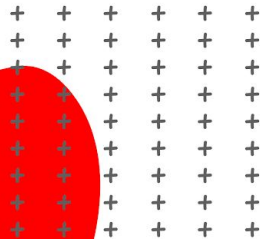
Périodes où vos spectateurs sont sur YouTube : ce rapport vous indique quand vos spectateurs ont été en ligne sur YouTube durant les 28 derniers jours. Vous pouvez l'utiliser pour bâtir votre communauté, comprendre quand programmer une première ou prévoir votre prochaine diffusion en direct.

Autres vidéos regardées par les membres de votre auditoire : ce rapport vous indique quelles autres vidéos vos spectateurs ont regardées en dehors de votre chaîne au cours des sept derniers jours. Vous pouvez l'utiliser pour rechercher des sujets de nouvelles vidéos et de titres. Vous pouvez aussi l'utiliser pour trouver des idées de miniatures et des occasions de collaboration.

Ce ne sont que quelques-uns des éléments traités dans l'onglet Auditoire de YouTube Studio.



Merci



FORMATS ADAPTÉS AUX ACTUALITÉS

Courtes vidéos

- **Quel effet les courtes vidéos ont-elles sur les notifications?** Les spectateurs qui ont activé la cloche de notification ne seront pas informés chaque fois que vous publiez une courte vidéo. Afin d'éviter de lasser votre auditoire, les notifications de courtes vidéos cibleront vos spectateurs de courtes vidéos intéressés.
- **Que dois-je créer?** Sur Shorts, les vidéos aléatoires, authentiques et non filtrées ont du succès. Si vous avez du mal à commencer, réfléchissez au contenu que vous aimez regarder et à la façon de vous l'approprier!
- **Des exemples d'actualités?** Certaines courtes vidéos d'actualités sont des extraits d'actualités et des vidéos explicatives tronquées. Faites des essais et voyez comment réagit votre auditoire. Il peut s'écouler un certain temps avant que vos courtes vidéos trouvent leur public. Faites preuve de patience avec vos essais.



Récapitulatif des pratiques exemplaires relatives aux actualités

LES CINQ PRINCIPES FONDAMENTAUX

- 1. Diversifiez votre stratégie relative au contenu**
 - a. Équilibrez le contenu à thèmes et le contenu qui reste d'actualité.
 - b. Créez du contenu pour différents objectifs.
- 2. Mettez à profit votre singularité**
 - a. Soyez ouvert à la conversation et appuyez-vous sur votre expertise.
 - b. Personnalisez le contenu en fonction de votre auditoire.
- 3. Programmez votre contenu pour la découverte**
 - a. Concentrez-vous sur le trafic de la page d'accueil, des suggestions et des résultats de recherche.
 - b. Enrobez votre contenu pour vous démarquer.
 - c. Planifiez vos téléversements pour une découverte optimale dans Dernières nouvelles et dans les résultats de recherche.
- 4. Soyez constant**
 - a. Créez un programme afin de téléverser votre contenu à temps et en proportion.
 - b. Gardez un style de production familier en fonction de votre auditoire.
- 5. Évaluez grâce à des essais**
 - a. Testez, itérez, perfectionnez et répétez avec l'aide de la fidélisation de l'auditoire.

GESTION DE VOTRE PRÉSENCE

- 1. Une ou plusieurs chaînes?**
 - a. Tenez compte des auditoires : allez-vous diviser des auditoires semblables ou diffuser le contenu auprès de différents auditoires?
 - b. Disposez-vous de ressources nécessaires et de suffisamment de contenu pour alimenter et gérer correctement deux chaînes?
- 2. Gestion de chaîne**
 - a. Gardez la page d'accueil de votre chaîne à jour et pertinente.
 - b. Créez une bande-annonce pour indiquer aux spectateurs qui vous êtes et pourquoi ils doivent s'abonner.
 - c. Utilisez des listes de lecture pour organiser efficacement le contenu par sujet et pour créer des étagères sur la page d'accueil de votre chaîne.