



# Руководство по оптимизации YouTube: как улучшить ваш канал

Екатерина Измestьева

<https://te-st.org/2016/06/28/youtube-optimization/>

Статья обновлена 01 июня 2023



Хотите создать свой YouTube-канал или повысить количество просмотров? **Сандрин Сахакианс**, мультимедиа продюсер блога о продвижении контента Buffer, дает советы о том, как оптимизировать канал на **YouTube**.

Видео становится все более популярным типом контента – представляем вам руководство по оптимизации, которое поможет улучшить ваш канал на YouTube и привлечь новых подписчиков.

## Оптимизация домашней страницы YouTube

Подумайте о вашем канале на YouTube как о веб-сайте: что должны узнать и почувствовать пользователи, когда они заходят на страницу вашего канала?

Визуальное оформление

YouTube позволяет выбрать изображение для иконки канала (icon), а также фоновое изображение (channel art):



Пример оформления YouTube-канала. Фото: Vsauce.

**Иконка** – это квадратное изображение, которое появляется в верхнем левом углу вашего канала, а также под каждым из ваших видео, поэтому убедитесь, что она выглядит хорошо.

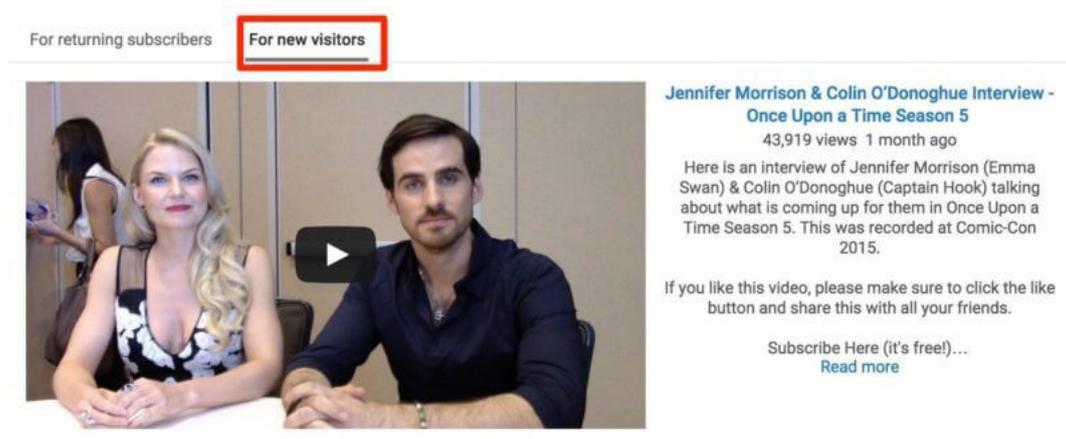
Подумайте об иконке и фоновом изображении, как о вашей визитной карточке: эта визуальная информация должна репрезентировать вашу организацию.

Фоновое изображение отражается по-разному в зависимости от размера экрана устройства. Для хорошего отображения на любом устройстве YouTube рекомендует использовать одно изображение размером 2560 x 1440 px, при этом основная важная информация должна быть размещена в прямоугольнике в центре и не выходить за рамки 1546 x 423 px.

Полное руководство по размерам фоновых изображений вы можете найти здесь.

## Трейлер: представление канала новым пользователям

Трейлер – это видео, которое представляет ваш канал новым пользователям.



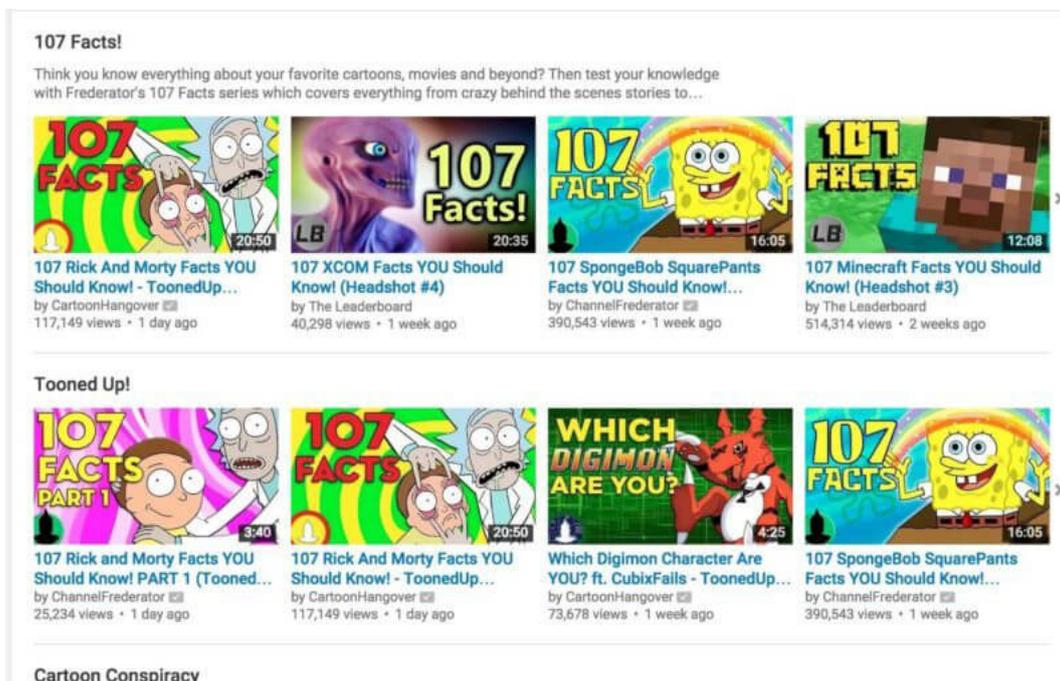
YouTube позволяет выбрать видео, которое будет показываться новым пользователям. Фото: Buffer.

**Трейлер** показывается только тем пользователям, которые еще не подписались на ваш канал, и представляет собой отличную возможность рассказать им, чем вы занимаетесь и почему нужно подписаться на ваш канал.

## YouTube дает советы, как сделать хороший трейлер.

- Представьте, что зрители ничего о вас не знают.
- Будьте краткими.
- Захватите внимание зрителей с первых секунд.
- Показывайте, а не рассказывайте.
- Предложите зрителям подписаться на ваш канал.

## Организация контента



Организация контента на вашей странице позволит зрителям лучше ориентироваться. Фото: Buffer.

Использование секций поможет вашим подписчикам лучше ориентироваться в вашем контенте. Инструкцию YouTube о том, как организовать секции, вы можете прочитать здесь.

Плейлисты – это еще один хороший инструмент для организации ваших видео, благодаря которому зрители легко могут найти видео на интересующую их тематику.

## Оптимизация видео на YouTube

Теперь, когда вы оптимизировали страницу, можно перейти к оптимизации самих видео. Миниатюры видео.

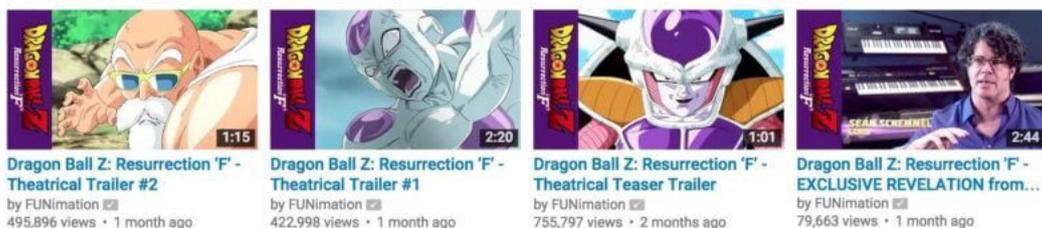


Миниатюры видео на YouTube. Фото: Buffer.

**Миниатюры** – это ваши друзья! Они – один из основных инструментов, который помогает привлечь внимание зрителей и заставить их кликнуть на видео. Думайте о миниатюрах как о своего рода обложке книги: они должны быть визуально привлекательными, вызывать эмоции и интерес.

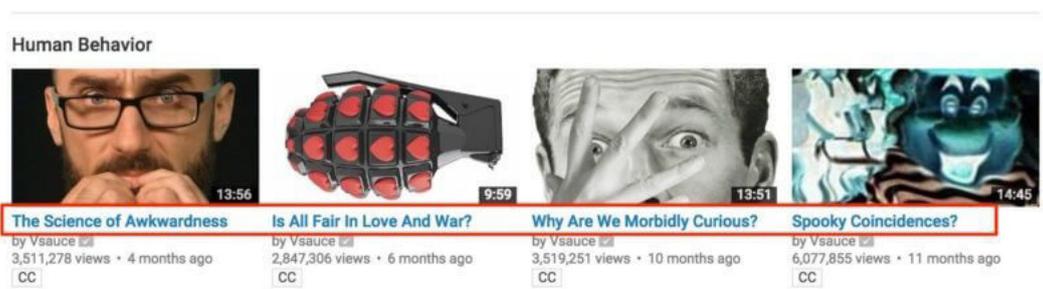
Некоторая стандартизация ваших миниатюр поможет сделать их более узнаваемыми для зрителей. В стандартизации могут помочь повторяющиеся цветовые схемы, логотип.

## Dragon Ball Z: Resurrection 'F'- Promo Videos



Стандартизированные миниатюры канала на YouTube. Фото: Buffer.

## Название видео



Названия привлекают внимание зрителей. Фото: Buffer.

**Название** – это еще один способ привлечь внимание зрителей и вызывать у них желание посмотреть ваше видео. ReelSEO дает советы о том, какие названия давать видео.

- Используйте намек на содержание видео.
- Не раскрывайте все, но заинтересовывайте зрителей, например, скажите, что они узнают и чему научатся из этого видео.
- Помните об ограничениях в количестве знаков (YouTube позволяет использовать до 100 знаков в названиях видео).
- Проверьте ключевые слова в поиске.

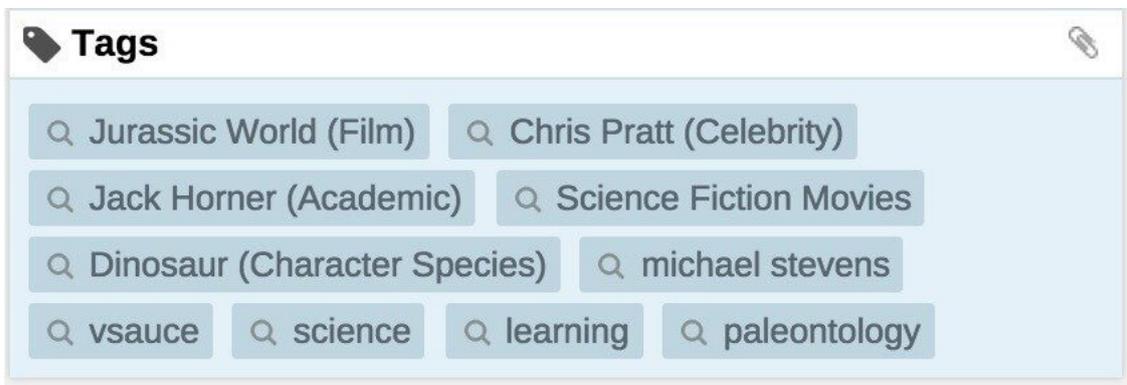
## Описание видео

Описание видео – это важная часть информации о вашем видео. Некоторые советы об оптимизации описания.

- Давайте ссылку на внешний URL.
- Синописис должен быть 200-500 слов.
- Включайте в описание призыв к действию.
- Включайте ссылку «Подпишитесь здесь».
- Давайте ссылки на социальные медиа.
- Выбирайте правильную категорию.

## Теги

Теги не так важны, как название или описание, но тем не менее они могут предоставить зрителям важную информацию о вашем видео. Подумайте о том, как кто-нибудь будет искать ваше видео: какие слова или комбинации слов они будут использовать?



Используйте теги, наиболее точно описывающие ваше видео. Фото: Buffer.

## Призыв к действию

Итак, зрители посмотрели ваше видео. Что дальше? Ваше видео должно заканчиваться понятным для зрителя призывом к действию. Это может быть призыв:

- подписаться на канал;
- оставить комментарий или лайк;
- посмотреть другое видео;
- посетить ваш веб-сайт.

Хорошей идеей будет также добавить призыв к действию и ссылку в описание вашего видео.