

ConstruyeTuMarca

(Curso de marcas personales)

Semana 11. YOUTUBE

AUTORES:

Arturo de las Heras García

Santiago Hernández Hernández



Semana 11:

YOUTUBE

- [¿Qué es Youtube?](#)
- [Algunos datos sobre Youtube](#)
- [El fenómeno de los youtuber](#)
- [El canal de Youtube](#)
- [¿Cómo podemos crear nuestro primer vídeo?](#)
- [¿Cómo medimos la influencia de Youtube en nuestra marca personal?](#)

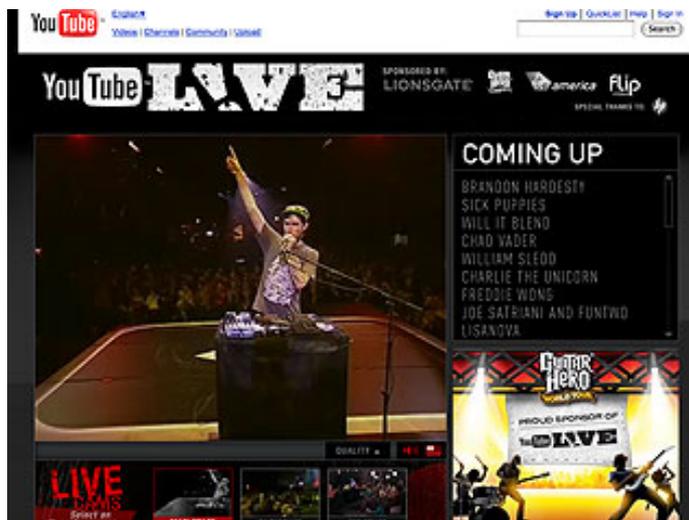
¿QUÉ ES YOUTUBE?

Youtube es en la actualidad el principal sitio web para ver y alojar vídeos. Nació como empresa independiente en 2005 de la mano de tres antiguos empleados de Pay-Pal aunque en el año 2006 pasó a integrarse como filial de Google.



Año tras año Youtube ha crecido en volumen de visitantes y de contenidos alojados convirtiéndose en una de las principales herramientas que las compañías utilizan a la hora de promocionar sus productos y servicios.

Las primeras personas que pasaron a trabajar con Youtube como parte de su estrategia de construcción de marca personal fueron las celebridades. La industria musical ha estado muy presente en esta red desde prácticamente sus inicios, y en especial los artistas que han colgado sus conciertos, entrevistas y videoclips, lo que en ocasiones ha generado tensiones con las discográficas.



No obstante, en los últimos años, Youtube se ha democratizado en la publicación del contenido, surgiendo la llamada generación *youtuber*, de la que hablaremos posteriormente. Cada vez más personas anónimas se animan a participar en la generación de contenido en esta web, que es una de las más visitadas a nivel mundial, la tercera concretamente. Este fenómeno se debe a que se trata de una plataforma perfecta debido a varios factores:

Amplísimo volumen de visitantes: en el siguiente apartado repasaremos algunos datos que nos ayudarán a comprender las dimensiones de este gigante.

Universalidad: al contrario que en otras redes sociales, no necesitamos que los usuarios de la plataforma estén registrados para poder impactarles con nuestro contenido.

Capacidad de expresión: Youtube es una aplicación para compartir vídeos. Si una imagen vale más que mil palabras... ¿a qué equivale un libro?

Facilidad de integración con el resto de redes sociales, blogs y páginas de internet.

Menor saturación: el número de gente que se dedica a trabajar su marca personal a través de esta herramienta es menor que el que lo hace a través de otras.

ALGUNOS DATOS SOBRE YOUTUBE

Los siguientes datos, extraídos directamente de la página de la propia compañía, nos ayudan a entender por qué es ineludible la inclusión de Youtube en cualquier estrategia de construcción de marca personal que se precie:

- De los 2.500 millones de usuarios de internet a nivel mundial, el 40 % entra en Youtube al menos una vez al mes.
- Cada mes, los usuarios visionan más de 6 mil millones de horas de vídeo, lo que equivale a que toda la población mundial dedicara una hora al día a ver vídeos en Youtube.
- Cada minuto se suben 100 horas de nuevo contenido audiovisual a Youtube.
- Youtube está traducido a 61 idiomas, lo que hace que llegue al grueso de los habitantes de la Tierra en su idioma materno.
- Según la prestigiosa consultora Nielsen, Youtube llega en Estados Unidos a más adultos de edades comprendidas entre los 18 y los 34 años que cualquier televisión por cable.
- Millones de usuarios se suscriben a Youtube cada día. El número de nuevas suscripciones diarias se cuadruplica en comparación con las cifras de 2012.

EL FENÓMENO DE LOS YOUTUBERS

Youtube es una plataforma en la que se puede alojar nuestro contenido audiovisual de manera sencilla y gratuita, así como consultar el contenido de otros usuarios, actividad esta que es la principal dentro de esta red social: hay muchas más personas consultando contenido que generando ese contenido.

Con el paso del tiempo, y apoyado en esa simplicidad para compartir el material, Youtube se ha convertido en una de las webs más visitadas en todo el mundo y en un espacio perfecto para consumir productos audiovisuales, hasta llegar a convertirse en una alternativa a la televisión. Las nuevas generaciones eligen esta plataforma debido a que ofrece algunas ventajas que el medio televisivo no puede aportar: elegir qué consumir, cuándo consumirlo y a través de qué dispositivo, además de tratarse de un soporte publicitario menos saturado que las cadenas de televisión.

Como decíamos, hay mucho más público visionando que emitiendo vídeo dentro de Youtube, pero en los últimos años el número de personas anónimas que se han decidido a publicar sus tutoriales, *sketches*, conferencias o pensamientos en formato audiovisual a través de Youtube ha crecido exponencialmente.

Dentro de esta corriente, destacan los llamados *youtubers*, personas que se dedican a tiempo completo o parcial a trabajar una estrategia de generación de contenidos en esta red social, habiendo establecido su canal de Youtube como su puesto de trabajo, que rentabilizan

económicamente a través de los ingresos por publicidad que la plataforma les otorga basándose en el número de visualizaciones que tienen en sus canales.

Usuarios y canales como Smosh, Pew Die Pie o Jenna Marbles cuentan con un volumen amplísimo de fieles suscriptores que consumen su contenido con devoción. En lengua española, los youtubers más populares son Hola Soy Germán, El Rubius o Willy Rex.

Existen infinidad de canales relacionados con los más diversos temas, pero existen entre todos algunos denominadores comunes: el público al que se dirigen es un público joven, acorde al público que tradicionalmente ha utilizado Youtube con mayor profusión; el humor es un elemento recurrente en casi todos los youtubers; y abundan los que han establecido en sus canales una especie de parrilla dividida por secciones, lo que se asemeja al mundo televisivo.



EL CANAL DE YOUTUBE

El canal de Youtube es el lugar en el que subimos nuestros vídeos para que los demás usuarios puedan acceder a ellos, equivale a nuestra embajada dentro de la herramienta. Los vídeos pueden ser encontrados a través del buscador o bien entrando directamente en el canal que nos interese. Además, si nos suscribimos a algún canal en concreto, recibimos avisos en nuestro correo electrónico para que estemos al tanto de las novedades del mismo. El canal de Youtube consta de ciertas partes:

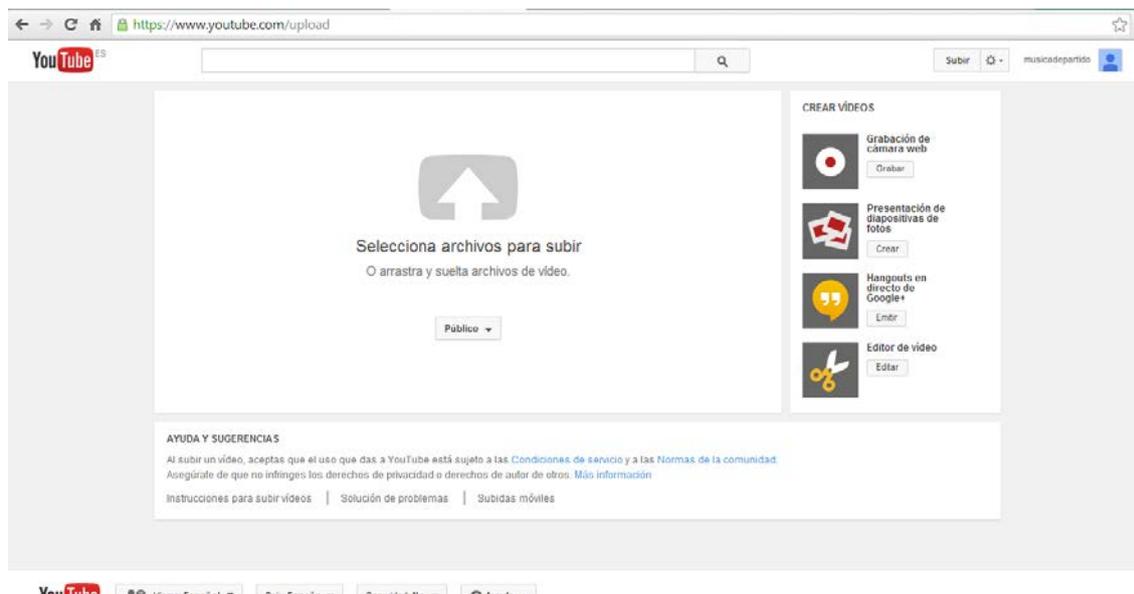
¿CÓMO PODEMOS CREAR NUESTRO PRIMER VÍDEO?

De una manera muy sencilla... ¡Creándolo! No existe una fórmula mágica que nos indique cómo ha de ser nuestro vídeo, ni necesitamos ser un experto en una materia o contar con un complejo equipo de grabación, solamente ganas de aportar algo a la comunidad.

Cada persona tiene algo diferente que mostrar, todos tenemos una historia que contar y por descontado que tendremos algún público al que le resulten interesantes nuestros vídeos. Preguntémosnos qué es aquello que le podría ser de utilidad a alguien y pongámonos manos a la obra. Podemos grabar directamente desde la webcam del ordenador o desde el teléfono móvil, puesto que los *smartphones* de hoy día graban con muy buena resolución.

Una vez tengamos nuestro vídeo grabado, para subirlo solamente tendremos que utilizar el botón **Subir**, que encontraremos en la página de nuestro canal, y automáticamente se habrá publicado. En caso de que el resultado no nos convenza, siempre podremos eliminarlo a través del espacio **Gestor de vídeos**.

Es importante mencionar que el contenido que subamos a Youtube debe ser original para no infringir los derechos de autor. No obstante, Youtube pone a disposición de los usuarios un banco de sonidos y músicas gratuitos dentro de las **Herramientas de creación**, en las que también disponemos de un editor de vídeos.



¿CÓMO MEDIMOS LA INFLUENCIA DE YOUTUBE EN NUESTRA MARCA PERSONAL?

Como ya hemos mencionado, Youtube es una herramienta indispensable para alcanzar los objetivos de nuestra marca personal, pero ¿cómo medimos su influencia? Youtube pone a disposición de sus usuarios una serie de herramientas que nos pueden ayudar en este sentido:

Youtube Analytics: es la principal herramienta que tenemos para llevar a cabo este análisis. Se trata de una aplicación que nos indica las principales estadísticas de nuestro canal: datos demográficos, de reproducciones y de interacción con el contenido que nos permiten responder a preguntas como ¿cuáles son los vídeos más seguidos?, ¿desde dónde nos han visitado?, ¿cuánto tiempo pasan en cada vídeo?, ¿desde qué fuente han accedido?, ¿entraron desde el móvil o desde un ordenador?



Integración con otros medios: Youtube permite enlazar nuestra cuenta a otros *sites* externos como nuestra página web o blog. Haciendo esto podemos llevar tráfico hacia nuestra web, utilizando Youtube como plataforma para que nos conozcan por otra vía, e integrando Youtube en Google Analytics para medir la interacción con nuestra web de los usuarios llegados por esta vía.

Además de estos medios de medición directa, también podemos observar la repercusión que tiene Youtube en nuestro canal atendiendo a los resultados que obtenemos en el resto de redes en las que trabajemos nuestra marca personal. Por ejemplo: comparando el número de enlaces, *retweets* o “me gustas” que consiguen los post con vídeo que incluyamos frente a los que carezcan de material audiovisual. Existen estadísticas que nos indican que los post con vídeo consiguen el triple de enlaces que los post que consisten solamente en un texto.