



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO
AGRICOLTURA VERONA

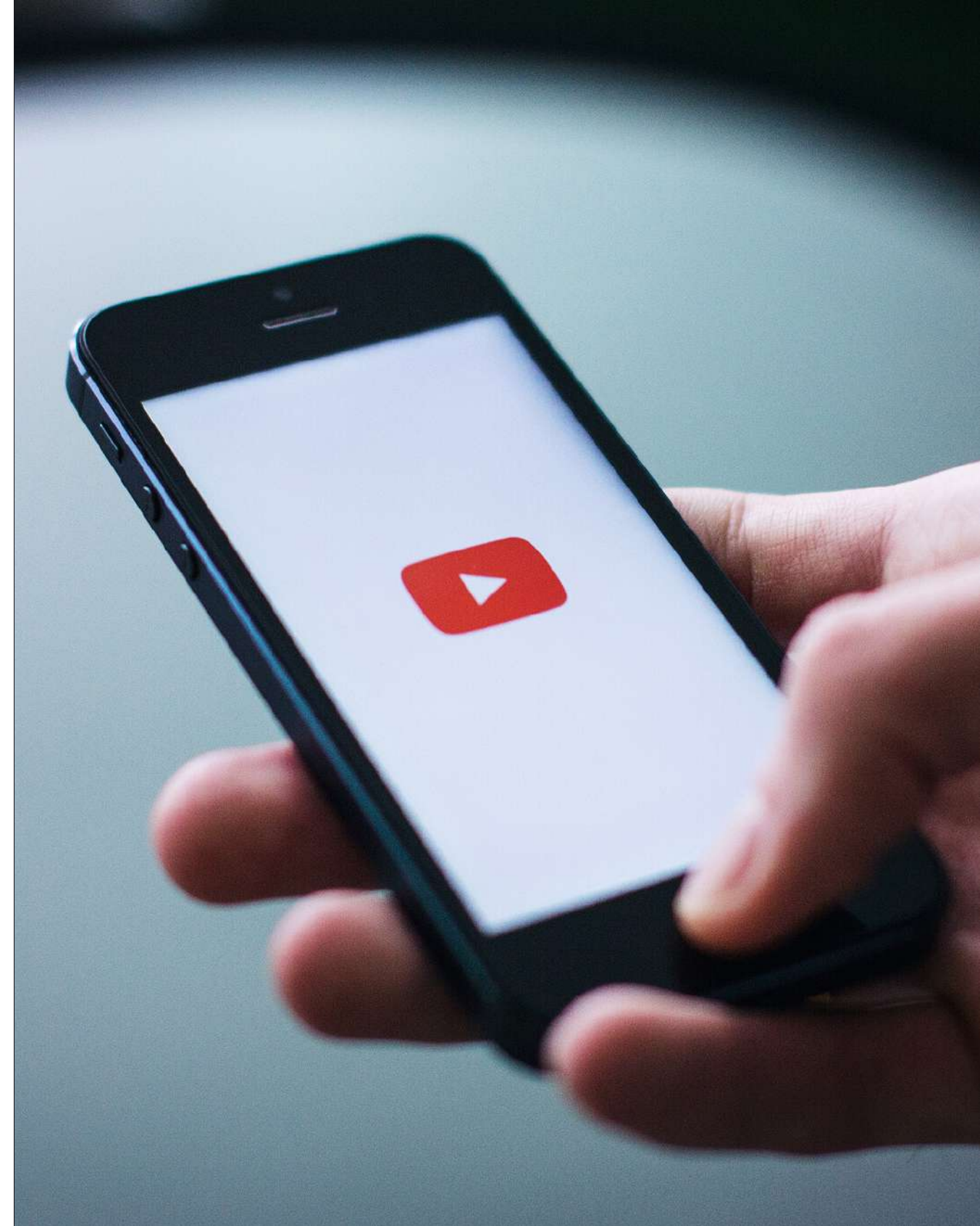


punto
impresa
digitale

YouTube

01

STRUMENTI E STRATEGIE PER OTTENERE
PIÙ VISIBILITÀ



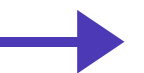
Manuel Algaba Cortés,
27/11/2020



Manuel Algaba Cortés

Aiuto le aziende a sfruttare il digitale per creare nuove opportunità commerciali

- Laureato in Informatica e Filosofia
- Dal 1997 lavoro in ambito marketing e sales per multinazionali e PMI in ambito sales e marketing in Spagna, Regno Unito e Italia.
- Dal 2012 consulente di marketing digitale.
- Dal 2019 mentor dei PID delle Camere di Commercio d'Italia.



Principali indicatori di YouTube

<https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/>

2 miliardi

utenti collegati mensilmente in tutto il mondo. YouTube è disponibile in 80 lingue diverse e in 91 paesi

500 ore

di video caricati ogni minuto.
+40% negli ultimi 5 anni.

11m 24s

tempo medio che ogni utente passa in media al giorno su YouTube. Secondo Alexa, 8m 41s nel 2018

70%

di ciò che la gente guarda su YouTube è determinato dal suo algoritmo di raccomandazione.



YouTube è adatto a me, alla mia azienda e ai miei clienti?

(*) dimenticati di "Giacomino e il fagiolo magico"

Conosci il tuo pubblico

Che domande si fanno prima e dopo di aver acquistato il tuo prodotto o servizio? Come potresti rispondere con un video? Vuoi essere tu o la tua azienda a rispondere?

Conosci i tuoi competitors

Chi sono i tuoi concorrenti su YouTube? Puoi farlo meglio di loro?

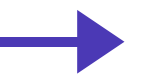


YouTube è un canale, ma anche un formato: il video

Che può essere inserito nel sito, condiviso su un altro social o la newsletter, ecc.

3 siti web su 4 nel mondo utilizzano YouTube per l'hosting di video.

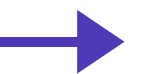
Fonte: [Datanyze](#)



YouTube: il terzo più grande motore di ricerca su Internet

YouTube è una parte sempre più importante del contenuto mostrato nella pagina dei risultati di ricerca di Google.

Ha un volume di ricerca superiore a quello di Bing o Yahoo, più del doppio di Amazon e tre volte quello di Facebook.



YouTube SEO



Rilevanza

L'algoritmo di posizionamento di YouTube considera molti fattori nel determinare la rilevanza: il titolo, i tags, la descrizione e il contenuto del video stesso.

Coinvolgimento

L'algoritmo di ricerca di YouTube incorpora i segnali di coinvolgimento complessivi degli utenti, come ad esempio il tempo di visione di un particolare video per una particolare ricerca.

Qualità

YouTube usa segnali che possono aiutare a determinare quali canali dimostrano competenza, autorevolezza e affidabilità su un determinato argomento.

(*) YouTube segnala che "il 90% dei video con le migliori prestazioni ha miniature personalizzate."

6 idee di video per YouTube



Testimonianze dei clienti

Video in forma di intervista con clienti.



Video dimostrativi di prodotti

Video che mostrano le caratteristiche, i vantaggi e l'uso corretto di un prodotto



Video esplicativi e tutorial

video di approfondimento che spiegano come utilizzare un prodotto o servizio.



6 idee di video per YouTube



Analisi di progetti e casi di studio

riassumono una campagna o progetto di successo e spesso includono statistiche e risultati.



YouTube Live

Il video in diretta permette di condividere facilmente momenti senza filtri e permette al pubblico di partecipare con commenti e reazioni in tempo reale.



Video blog

video che riassume o evidenzia un post del blog in modo che il pubblico abbia diversi modi per capire il contenuto.



Prima

Cosa serve per mettere il video davanti al mio potenziale cliente?

3 domande prima di pubblicare il video.

Durante

Come faccio a far sì che il potenziale cliente guardi il video fino alla fine?

Dopo

Che cosa ci aspettiamo dal potenziale cliente se è interessato al nostro prodotto o servizio?





TATTICA VS. STRATEGIA

- La **strategia** definisce i vostri obiettivi a lungo termine e come pensate di raggiungerli: il percorso necessario per raggiungere la missione della vostra azienda.
- Le **tattiche** sono molto più concrete e spesso sono orientate verso passi più piccoli e un periodo di tempo più breve lungo il percorso.

Obiettivi SMART

OBIETTIVI, PIANI E PERFORMANCE

- Specifico, cioè che non lascia spazio ad ambiguità;
- Misurabile senza equivoci e verificabile in fase di controllo;
- raggiungibile (dall'inglese *Achievable*). Un obiettivo non raggiungibile demotiva all'azione allo stesso modo di uno facilmente raggiungibile;
- Rilevante da un punto di vista organizzativo: coerente con il resto di obiettivi aziendali;
- definito nel Tempo.



MISURARE PER MIGLIORARE

- Sto facendo quello che ho pianificato?
- Il progetto sta avendo l'impatto che ho previsto, producendo o andando verso i risultati stabiliti dai miei obiettivi?
- Sono necessarie modifiche al mio piano?
- Dobbiamo aggiungere altre risorse o posticipare il raggiungimento dell'obiettivo?

YouTube Analytics

Tipi di sorgenti di traffico

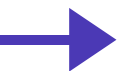
come arrivano i potenziali clienti ai tuoi video. Questo fornisce una utile informazione su dove promuovere al meglio i tuoi contenuti di YouTube.

Durata di visualizzazione media

Un video con un percentuale di tempo di visione più alto ha più probabilità di ottenere risultati migliori.

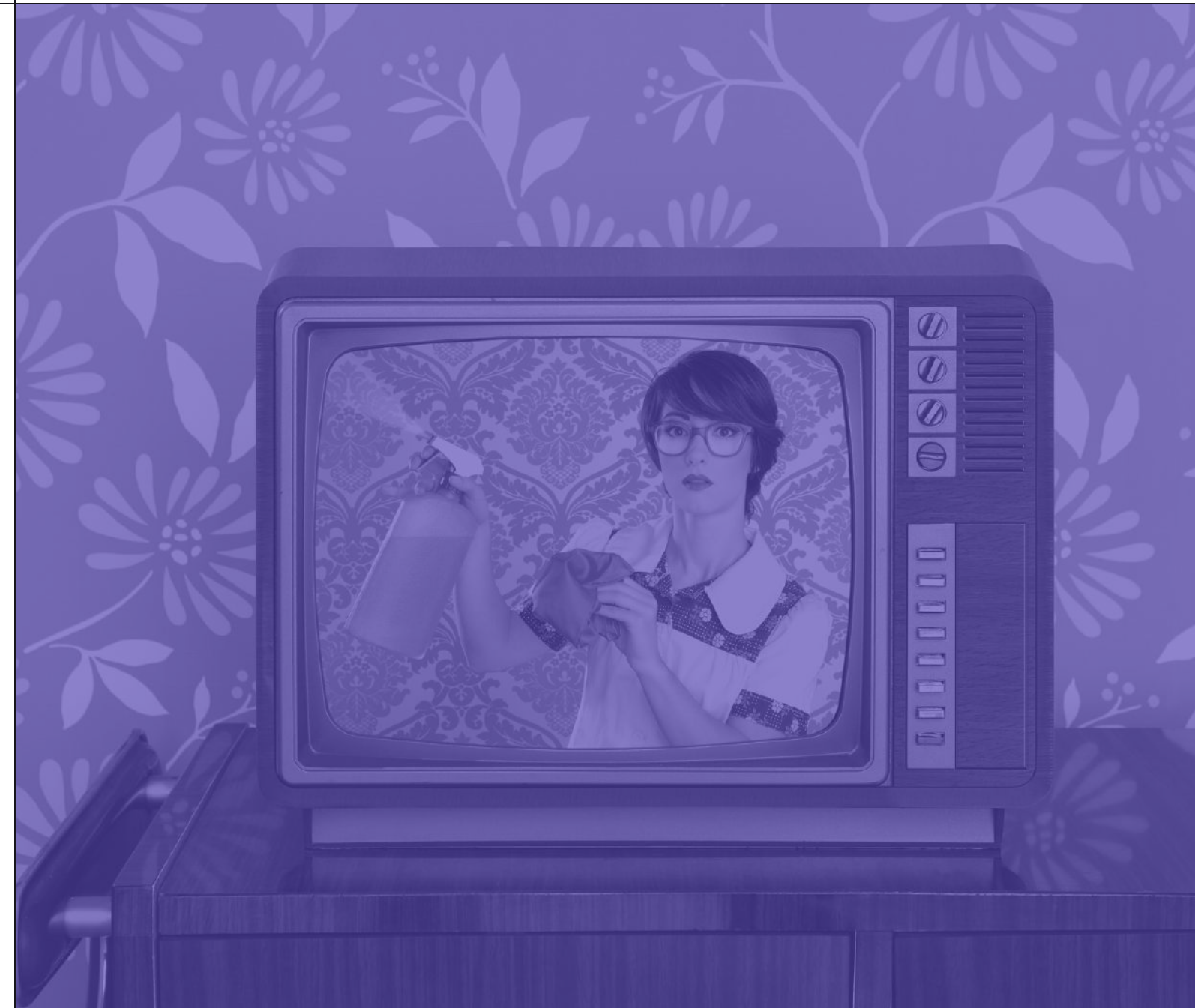
Coinvolgimento

I dati di questa scheda ci aiutano a capire la rilevanza del nostro video per l'utente.



Pubblicità su YouTube

- Pagherai solo se mostrano interesse per il tuo annuncio.
- Non devi mostrare il tuo annuncio a tutti, solo a chi potrebbe essere interessato a ciò che hai da offrire.
- Scoprite come sta andando la vostra campagna e cosa potete migliorare



YouTubers: Alternativa alla gestione interna

Il più grande vantaggio è raggiungere un numero maggiore di potenziali clienti attraverso YouTubers con un proprio pubblico, che o non ha sentito parlare del marchio fino a quando l'influencer non lo menziona, oppure dà così tanto valore all'opinione dell'influencer da convincerlo a provare ad acquistare.



- Come nasce un tessuto

<https://youtu.be/iX2Fs6NHN9Y>

- Come tagliarsi i capelli da soli

<https://youtu.be/aCiJJFPCp5I>

- The Goulet Pen Company

<https://www.youtube.com/user/TheInkNouveau>

- Ecobonus 110% spiegato semplicemente

<https://youtu.be/y5697XeTGik>

Materiale Aggiuntivo



“

**PER FARE UN TAVOLO CI
VUOLE UN FIORE.**

– GIANNI RODARI (1920 – 1980)