

Comment Réussir sur YouTube

Guide pour monter votre chaine YouTube de A à Z



Comment Réussir sur You Tube

Guide pour monter votre chaine YouTube de A à Z



Entrepreneur Tuto®

Comment Réussir sur YouTube

Guide pour monter votre chaine YouTube de A à Z



Entrepreneur Tuto®

Copyright © 2020 by Entrepreneur Tuto®

All rights reserved, including the right to reproduce this book or portions thereof in any form whatsoever

Entrepreneur Tuto® :

kidlicontact@gmail.com

Copyright © 2019

Entrepreneur Tuto ®

All rights reserved, including the
right to reproduce this book or
portions thereof in any form
whatsoever.

Copyright © 2019,

Entrepreneur Tuto®

Tous droits réservés. Toute
reproduction même partielle du
contenu, de la couverture ou des
icônes, par quelque procédé que
ce soit (électronique, photocopie,
bandes magnétiques ou autre) est
interdite sans les autorisations de
Entrepreneur Tuto®.

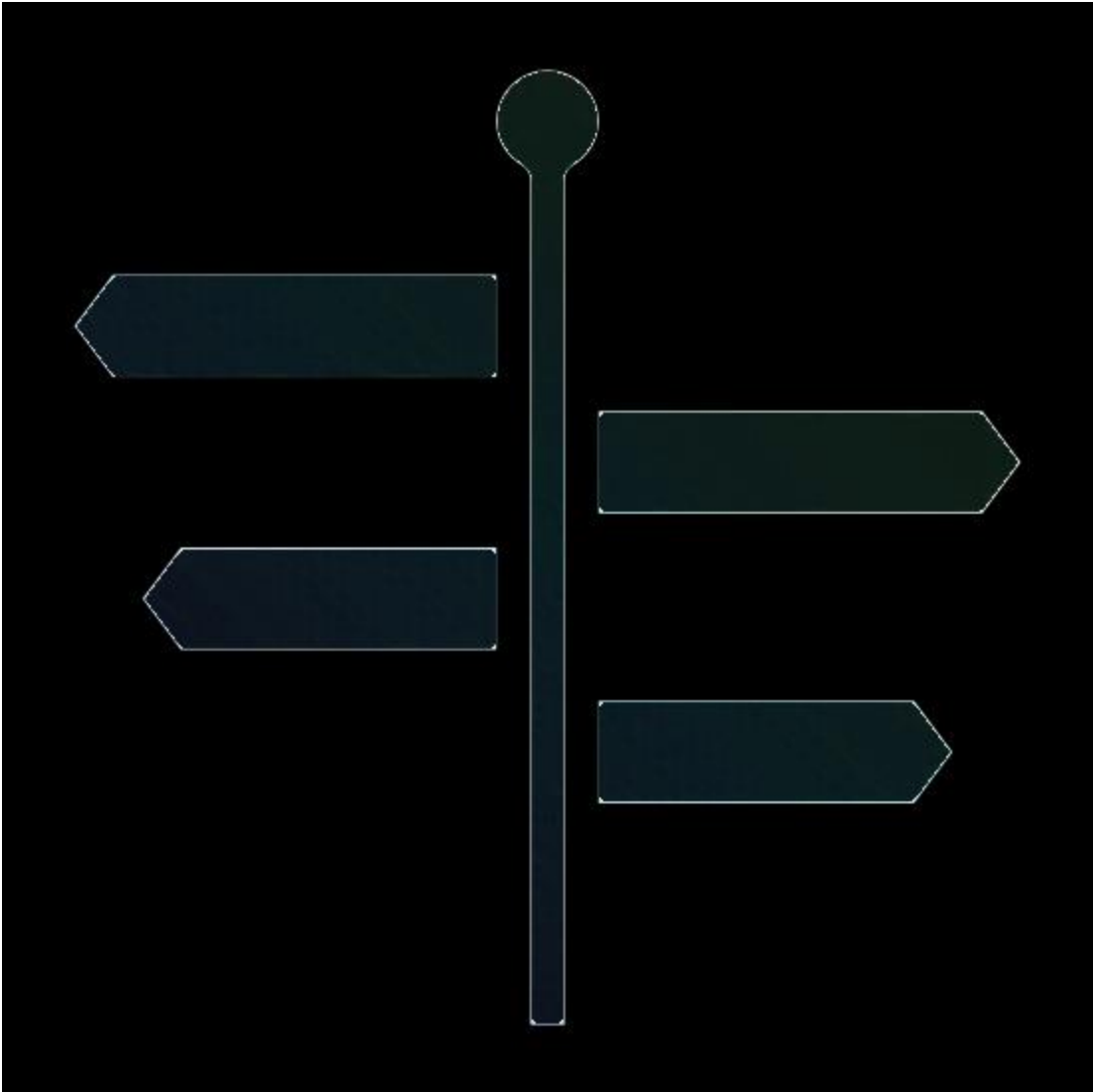
Le Code de la propriété
intellectuelle interdit les copies ou

reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'Auteur ou de ses ayants cause est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle

•

•

•



.....

I. L'intérêt de l'objectif 28

II. Comment trouver ton objectif ? 29

1. Qu'est-ce que t'apporte la vidéo ? 29

2. Souhaites-tu être connu ? 29

3. Quel type de contenu souhaites-tu partager ? 30

4. Que représente YouTube pour toi ? 30

5. Souhaites-tu gagner de l'argent ? 30

I. C'est quoi une niche ? 34

II. Pourquoi ta niche est-elle importante ? 35

III. Deux types de chaines 38

IV. Les 3 piliers pour trouver une niche 41

1. Passion : 45

2. Audience : 45

.....

I. Comment créer ta chaine YouTube ? 49

II. Comment choisir ton nom de chaine ? 50

1. Inclure ta niche ou ton concept dans le nom de ta chaine 51

2. Utiliser ton prénom 52

3. Fusionner les deux 53

4. Utiliser un pseudo 53

III. Comment rédiger la description de ta chaine ? 55

1. Les mots-clés 56

2. Un texte construit 57

IV. Comment designer ton logo ? 60

1. Comprendre à quoi sert ton logo ? 60

2. Trois types de logos 62

3. Comment créer ton logo gratuitement et sans logiciel ? 64

V. Comment dessiner une belle bannière ? 68

1. Utiliser un modèle 69

2. Respecter ta charte graphique 70

3. Inclure le nom de ta chaine 70

4. Marquer ton slogan 70

5. Ton visage 72

6. Ta fréquence de publication 72

•
•
•
•
•
•
•
•
•
•

VI. Comment bien paramétrer ta chaine ? 74

1. Vérifier ta chaine 75

2. Ajouter des mots-clés à ta chaine 76

3. Ajouter le pays de ta chaine 77

4. Cocher que ta chaine n'est pas pour les enfants 78

5. Ajouter une image de branding 79

I. Choisir le sujet de ta première vidéo 85

II. Choisir le type de vidéo que tu souhaites créer 86

III. Faire le montage de ta première vidéo ? 87

IV. Publier ta première vidéo sur YouTube 88

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

I. Comment écrire une vidéo ? 94

1. L'accroche 95

2. Le sujet principal 98

3. Le récapitulatif 100

II. Comment tourner une vidéo ? 101

1. Un smartphone 114

2. Un bon éclairage 104

II. La description 129

1. La phrase chapeau 130

2. Attention aux liens ! 130

3. Les timestamps 131

4. Soit simple 132

Petite précision 132

III. Les playlists 133

1. Elle augmente ton référencement 134

2. Elle augmente ton nombre de vues 134

3. Petite astuce ! 135

IV. L'écran de fin 136

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

V. Les fiches. 138

1. Tu ne dois pas utiliser les 5 fiches ! 139

<u>2. Ne choisis pas tes fiches au hasard !</u>	<u>139</u>
<u>3. Ne déploie pas tes fiches à n'importe quel moment !</u>	<u>140</u>
<u>4. Ne laisse pas ta communauté en mode passive !</u>	<u>140</u>
<u>VI. Les tags</u>	<u>141</u>
<u>1. L'intuition</u>	<u>142</u>
<u>2. L'autocomplétion</u>	<u>142</u>
<u>3. Les générateurs des mots-clés</u>	<u>142</u>
<u>4. L'audit de concurrence</u>	<u>143</u>
<u>VII. La miniature</u>	<u>145</u>
<u>0. Qu'est-ce que le putaclic ?</u>	<u>146</u>
<u>1. Le branding</u>	<u>148</u>
<u>2. Ton visage</u>	<u>149</u>
<u>3. Ton titre</u>	<u>150</u>
<u>4. Un élément</u>	<u>151</u>
<u>I. Comment (bien) utiliser YouTube Studio ?</u>	<u>156</u>
<u>1. Les vidéos les plus populaires</u>	<u>157</u>
<u>2. Le taux de clics par impression</u>	<u>158</u>
<u>3. Les heures de pointe</u>	<u>159</u>
<u>4. La rétention d'audience</u>	<u>160</u>
<u>5. Les best tags</u>	<u>162</u>

- II. Comprendre l'algorithme YouTube 164
 - 1. Stratégie du référencement (mots-clés) 165
 - 2. Stratégie des suggestions 168
- III. Comprendre les droits d'auteur sur YouTube 173
 - 1. À quoi servent les droit d'auteurs ? 174
 - 2. Comment contourner les droits d'auteur sur YouTube ? 176
- I. Comment trouver ta (vraie) niche ? 182
 - 1. Lis la première grande partie de ce guide 183
 - 2. Teste une première piste 183
 - 3. Analyse tes résultats 183
- II. Comment trouver des idées de vidéo ? 185
 - 1. Note tes idées 186

2. Continue ce qui a marché 187

3. Inspire-toi du monde anglophone 189

4. Inspire-toi de ton expérience 190

III. Quelle fréquence de publication adopter ? 191

1. Publier autant que possible 192

2. Fréquence de publication régulière 195

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

I. La monétisation par annonce Google Ads 203

1. Deux types de publicité 204

2. Combien ça rapporte ? 205

3. Comment activer la monétisation sur YouTube ? 206

II. Convertir l'utilisateur en abonné 229

1. La recherche YouTube 229

2. Les suggestions 231

III. Convertir l'abonné en prospect 232

1. Pourquoi la confiance est-elle importante ? 232

2. Comment gagner la confiance d'un abonné ? 233

3. Comment mettre en forme ta description de vente ? 238

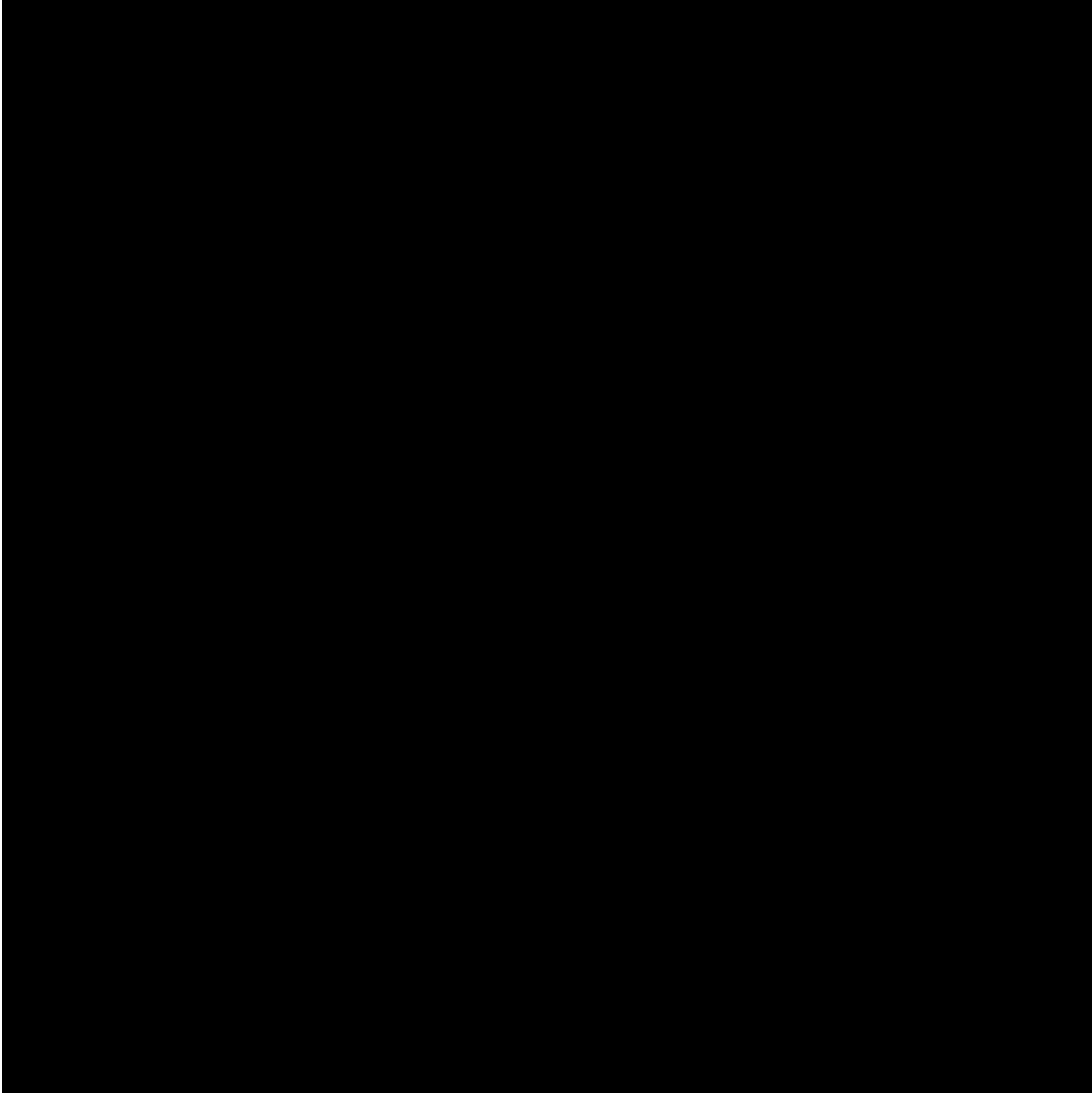
•

•

•

•

•



.

.

06 février 2014,

Je vais avoir 13 ans dans quelques jours, je suis en 5ème, et comme la plupart des jeunes de ma génération, j'ai eu mon premier téléphone en entrant au collège.

Comme tous les gosses de mon âge, j'aime trainer dehors avec mes amis, jouer aux jeux vidéo, et bien sûr, regarder des vidéos sur YouTube avec mon fameux téléphone.

Chaque jour, je suis assis en cours, regardant par la fenêtre, et attendant avec impatience que la sonnerie retentisse pour pouvoir rentrer chez moi, me poser dans mon lit, et mater les vidéos de Squeezie, Norman, ou encore Cyprien.

Et Chaque jour, je me dépêche de rentrer chez moi, je jette mon sac en arrivant, et je m'affale sur mon lit pour regarder mes créateurs préférés.

Cette routine s'installe de plus en plus, et YouTube comment à devenir un de mes premiers passe-temps ...

Jusqu'au jour où c'est le déclic !

.

.

Une après-midi, en regardant un nouveau podcast de Cyprien, une étincelle jaillit en moi, et je me fais cette puissante réflexion :

« Mais ... En fait... Cyprien, Norman, ou encore Squeezie font des vidéos chez eux, dans leur appartement, voire dans leur chambre !

Ils sont partis de rien, et aujourd'hui grâce à YouTube, ils cumulent des centaines de milliers de vues, ils gagnent de l'argent, et surtout, ils kiffent faire de super vidéos ! Ils aiment leur vie !

Mais du coup... Pourquoi ne pourrais-je pas moi aussi me lancer sur YouTube comme tous ces modèles que je regarde pendant des heures ? »

Et bim !

Quelques jours plus tard, je poste ma première vidéo sur YouTube. On y voit mes mains en train de pianoter sur un petit synthétiseur dans ma chambre d'ado.

Cette première vidéo marque le début d'une grande aventure sur la plateforme !

Du coup, à 13 ans, je crée ma première chaîne YouTube qui portait le joli nom de « SkyNight ».

Mouais ...

Bon, à l'époque, je suis en cinquième, et mon youtubeur favori est Squeezie, j'ai donc naturellement choisi la thématique du gaming.

J'ai dû garder cette chaine environ un an avant qu'elle ne me soûle et que je passe à autre chose dans ma vie, en délaissant complètement internet.

Cette chaine a-t-elle cartonné ?

.

Eh bien, à vrai dire ... pas du tout ! Disons que j'étais un gamin de 13 piges qui voulais imiter les « grands ».

Par conséquent, les vidéos étaient irrégulières et tournées à la va-vite. J'ai dû faire en tout un maximum de 10 000 vues cumulées.

Et comme tous les débutants, j'étais assez perdu ... je faisais des vidéos médiocres, et surtout, j'étais impatient !

En fait, je voyais tous les gros youtubeurs réussir et gagner des centaines voire des milliers d'abonnés par jour.

Par conséquent, ma chaine n'a jamais dépassé les 467 abonnés, et en réalité je pense qu'une soixantaine de réelles personnes au maximum devaient être abonnés.

Mais alors, qui étaient les autres abonnés ? Eh bien, soit des faux comptes que j'avais créés, soit tout simplement des comptes créent par un robot ...

oui, en gros j'ai acheté des vues et des abonnés.

Et honnêtement, c'était assez cool car je pouvais me la péter devant mes potes, et puis ça me faisant plaisir de voir un « gros » chiffre au compteur.

Mais finalement, ça n'a servi strictement à rien.

Car malgré beaucoup d'effort et de persévérance, ma chaîne s'est fait démonétiser et striker par YouTube.

C'est donc un échec lamentable pour le jeune garçon qui rêvait de percer...

Néanmoins, cette première chaîne m'a permis de me forger une certaine expérience sur YouTube, et plus particulièrement sur la création de contenu.

J'ai donc appris et beaucoup pratiqué le « protocole » pour tourner, monter, et uploader une vidéo directement sur terrain. Ce qui m'a par la suite beaucoup servi, car je maîtrisais alors Adobe Première Pro et Photoshop.

.

De 2015 à 2020, j'ai complètement laissé tomber les projets sur internet pour me consacrer à des activités totalement différentes ...

En parallèle de ça, je grandis, et je suis de plus en plus dégoûté par le système scolaire classique, qui nous fait assoir durant 17 ans de notre vie sur une chaise pour finalement être à la merci d'un patron toute notre vie, en nous contentant de gagner des miettes.

Je commence donc à m'intéresser à fond à l'entrepreneuriat sur le web, et au fond de moi, une petite voix me répète sans cesse :

« Tu peux le faire, et tu dois le faire ! ».

J'ai alors 17 ans.

Je décide donc de me prendre en main, d'arrêter d'écouter mes profs et mes parents, et je monte mon premier business en ligne sur Amazon KDP

en novembre 2019.

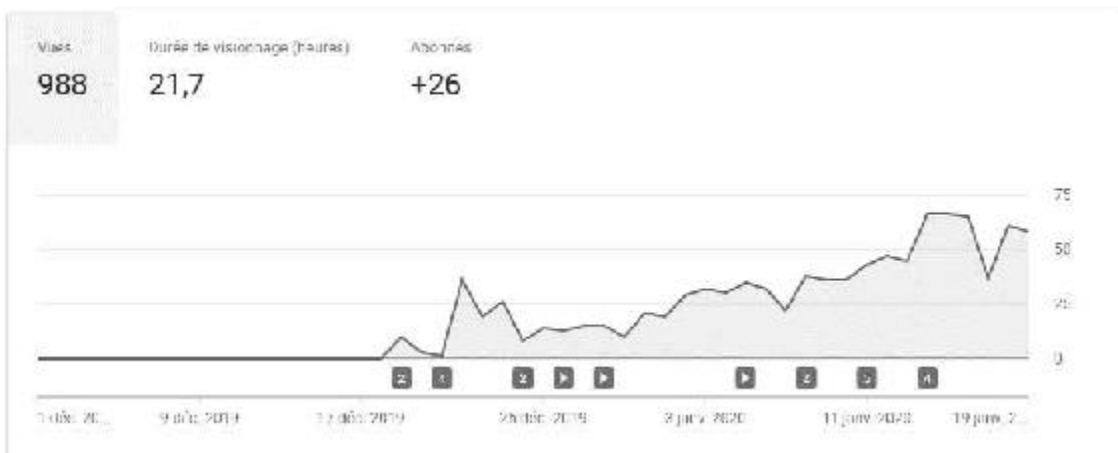
Seulement, les choses sont assez vagues, et mes projets semblent encore être flous...

Jusqu'au 19 décembre 2019, où je décide de créer la chaîne Entrepreneur Tuto, qui a pour but de former gratuitement à l'entrepreneuriat et la création

de business en ligne les personnes souhaitant être libres.

Mon but était simple : aider un maximum d'humains sur terre à atteindre leur objectif.

.



Et au contraire de ma première chaine, je me suis cette fois-ci formé, et j'ai une mentalité bien différente qu'à l'époque de cette dernière.

Je me donne alors à fond, et voici ce que donne le lancement de ma chaine :

J'ai créé la chaine Entrepreneur Tuto le 19 décembre 2019 et j'ai publié la première vidéo le même jour.

J'ai ensuite publié 22 vidéos dans le mois qui a suivi. Puis, j'ai arrêté jusqu'en mars, pour me consacrer à d'autres projets.

Et ce qu'il s'est passé est la chose suivante : durant le premier mois de la chaine (19/12/19 - 19/01/20) j'ai engendré :

+ 1 000 vues

+ 21 heures de visionnage

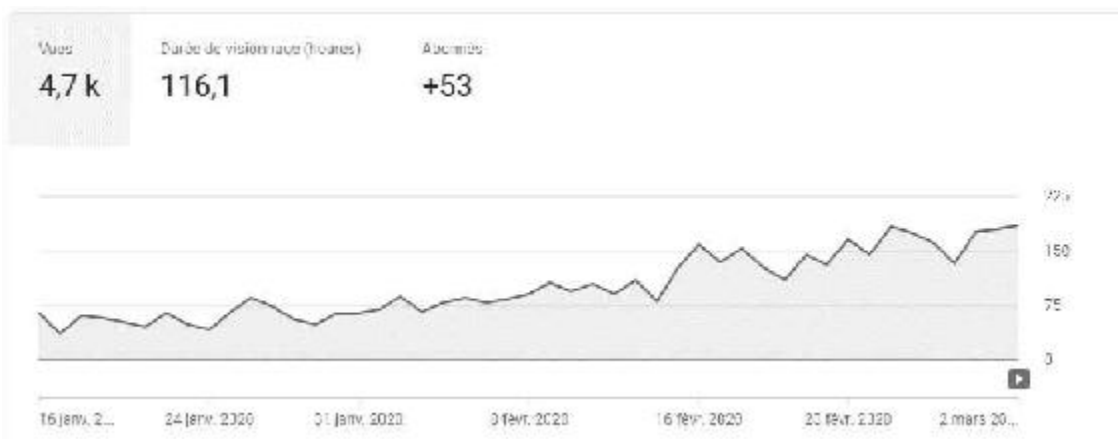
+ 26 premiers abonnés

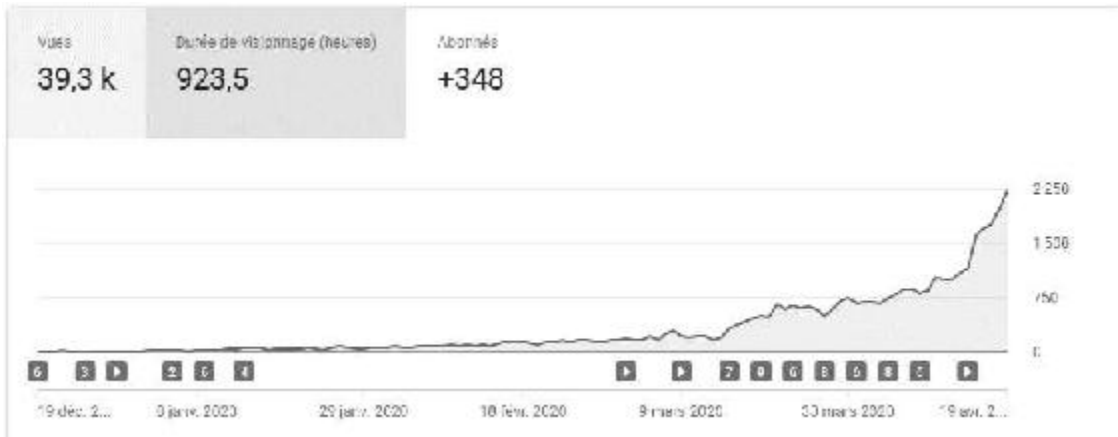
Ce qui était plutôt pas mal pour moi, étant donné les résultats catastrophiques de ma première chaîne.

Nombre de vues de la chaîne durant le premier mois.

Mais ce n'est pas tout !

.





Après cela, entre le 15 janvier 2020 jusqu'au 02 mars 2020 (période creuse sans activité sur la chaîne), la chaîne a comptabilisé les données suivantes :

+ 4 700 vues

+ 116 heures de visionnage

+ 53 abonnés

Nombre de vues de la chaîne entre le 15/01/20 et le 02/03/20

Par conséquent, j'ai réussi à atteindre les 100 abonnés en moins de 80 jours sur YouTube.

Depuis, j'ai repris les vidéos, et la chaîne connaît une croissance exponentielle

Vues de la chaîne depuis le début (performance en 5 mois)

.

.



Maintenant que tu as pu voir l'histoire de ma chaine, je vais mettre les choses au clair :

Je ne me proclame PAS expert de YouTube.

Je ne me vante ABSOLUMENT PAS de mes statistiques YouTube.

Je suis juste un gars, qui a réussi à lancer sa chaine YouTube en un minimum de temps, et je te montre tout simplement comment faire dans ce guide.

Bien sûr, tu peux retrouver tout ce qui est dit dans ce guide sur la chaine YouTube Entrepreneur Tuto que t'aide à créer ton business en ligne pour être libre !

Tu peux retrouver la chaine à cette URL :

<https://www.youtube.com/c/EntrepreneurTuto>

À présent, assez parlé de moi !

Je t'invite à lire la partie suivante qui t'explique comment fonctionne ce livre !

Comment fonctionne ce livre ?

Ce livre est divisé en 3 grandes parties que tu as pu retrouver dans la table des matières (au début du livre).

C'est 3 grandes parties sont les suivantes :

I. Créer ta chaine YouTube

II. Monter ta chaine YouTube

III. Monétiser ta chaine YouTube

Je vais brièvement t'expliquer le déroulement chronologique de ces 3 grands axes.

I.

Créer ta chaine YouTube

Dans la toute première partie, tu vas découvrir les bases pour réussir sur YouTube.

Le premier chapitre t'explique pourquoi tu dois te définir un objectif précis, et surtout comment définir cet objectif.

Le deuxième chapitre t'aidera quant à lui à trouver ta niche, c'est-à-dire à trouver la thématique de ta chaine YouTube si tu as du mal.

Puis, on passera aux choses sérieuses avec le troisième chapitre de ce guide qui te montrera en détail comment créer ta chaine YouTube .

Tu découvriras comment choisir ton nom de chaine, rédiger ta description, ou encore créer gratuitement ton logo et ta bannière.

Enfin, on terminera cette première partie par un chapitre t'expliquant comment créer ta toute première vidéo, de manière simple et guidée pas à pas !

.

.

II.

Monter ta chaine YouTube

Une fois que tu sauras comment créer ta chaine YouTube grâce à la première grande partie, tu vas pouvoir commencer ton activité sur cette dernière.

Et justement, c'est dans cette deuxième grande partie que tu vas apprendre l'essence même de YouTube.

Premièrement, le chapitre 5 t'expliquera comment créer une vidéo pour YouTube de A à Z, puis le chapitre 6 entrera dans la technique en te montrant comment bien publier une vidéo sur YouTube.

Par la suite, on abordera le cœur de la plateforme avec le chapitre 7 qui t'expliquera comment fonctionne l'algorithme YouTube, et comment utiliser YouTube Studio pour faire grandir ta chaine. C'est également dans ce dernier que nous parlerons des droits d'auteur sur YouTube et de comment les contourner.

Pour achever cette seconde grande partie, dans le chapitre 8, nous parlerons de différentes stratégies que tu dois connaître en tant que vidéaste. Tu apprendras par exemple comment trouver des idées de vidéo ou encore à quelle fréquence publier sur la plateforme.

III.

Monétiser ta chaine YouTube

Enfin, dans cette dernière grande partie, nous parlerons de la monétisation de ta chaine YouTube.

Cette dernière se décompose en deux chapitres.

Le chapitre 9 t'explique comment monétiser ta chaine YouTube en te basant uniquement sur ta chaine, tandis que le chapitre 10 t'explique comment utiliser ta chaine YouTube pour monter un véritable business en ligne !

Par conséquent, et comme tu vas le constater, cet ouvrage aborde en détail et de manière concise les différents points clés à maîtriser pour créer, monter et monétiser ta chaine YouTube.

.

.

I.

1. 

2. 

* 

* 

3. 

II.

1. 

* 

* 

2. 

* 

* 

Comment s'organise ce livre ?

Comme tu as déjà pu le voir, le guide est composé de 3 grandes parties qui elles-mêmes sont décomposées en un total de 10 chapitres.

Et justement, voilà la manière dont sont organisés les chapitres : **Grandes parties**

Sous-parties

Sous sous-parties

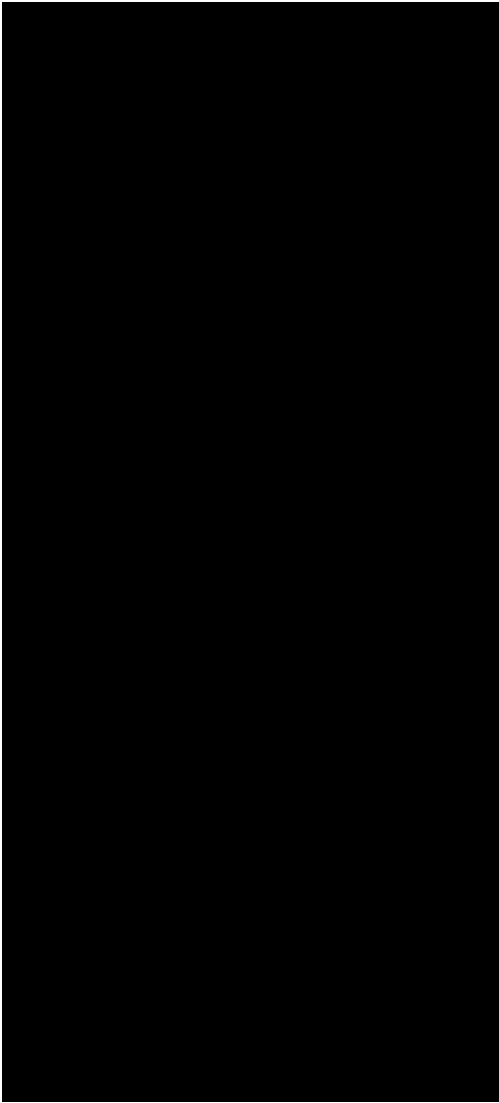
Sans plus tarder, tourne cette page et commence l'aventure !

▪
▪
▪

Partie I

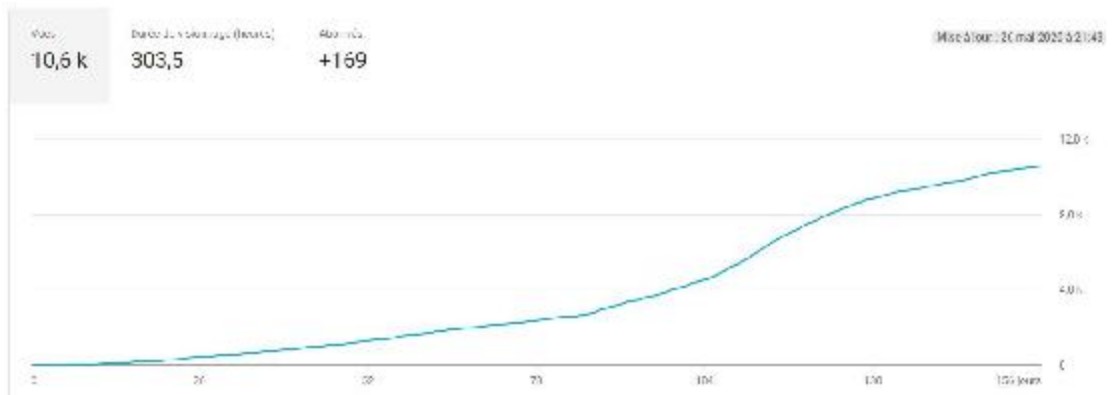
**CRÉER TA
CHAINED
YOUTUBE**





•
•





Dix mille vues, c'est le nombre qu'a atteint l'une des premières vidéos de la chaîne qui s'intitulait « Comment créer une chaîne YouTube en 2020 ».

C'est assez fou lorsqu'on sait que ma chaîne comptait à l'époque moins de 500 abonnés.

Statistiques de la vidéo « Comment créer une chaîne YouTube » de la chaîne Entrepreneur Tuto.

Par conséquent, on peut facilement en déduire que créer une chaîne YouTube est quelque chose qui intéresse de plus en plus les gens : tout le monde a envie de se lancer pour gagner le plus d'abonnés et de vues possibles en un minimum de temps.

Pourtant, 98% des gens font une erreur fatale qui est de ne pas se poser la question :

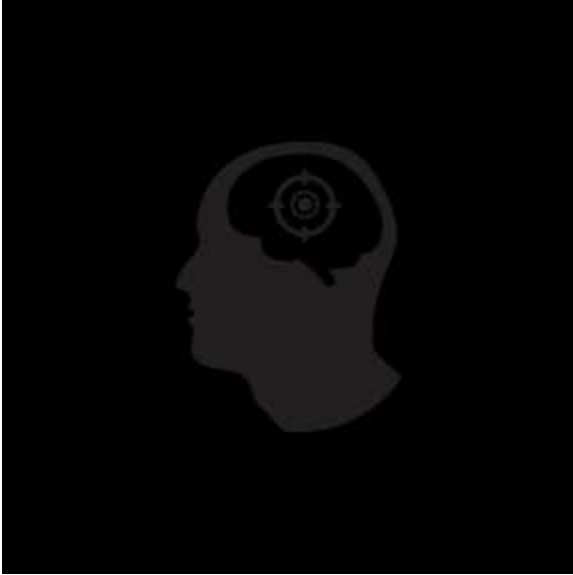
« Pourquoi est-ce que je commence l'aventure YouTube ? »

Et d'ailleurs, c'est peut-être ton cas, et c'est pourquoi dans ce premier chapitre tu vas découvrir :

L'intérêt de l'objectif

Comment trouver ton objectif ?

- .
- .



I.

L'intérêt de l'objectif

Dans mon guide de développement personnel « Forgez-vous un mental de Guerrier » (que tu peux retrouver en ebook et papier sur Amazon), j'insiste énormément sur le fait que pour n'importe quelle entreprise dans ta vie, tu dois

toujours commencer par te fixer un objectif précis afin de matérialiser la position que tu dois atteindre.

Si je te dis ça, c'est parce que 98 % des nouveaux youtubeurs font l'erreur de se jeter sans trop réfléchir ...

Et bien sûr, une telle démarche entrepreneuriale est à applaudir, car le passage à l'action est ce qu'il y a de plus productif.

Néanmoins, te jeter à corps perdu dans une entreprise dont tu ne connais pas vraiment les débouchés peut être à l'inverse contreproductif...

En effet, se lancer sur YouTube sans avoir au préalable étudié un minimum ta future aventure, et partir dans cette jungle sans élaborer la moindre stratégie va avoir pour effet d'affaiblir tes résultats.

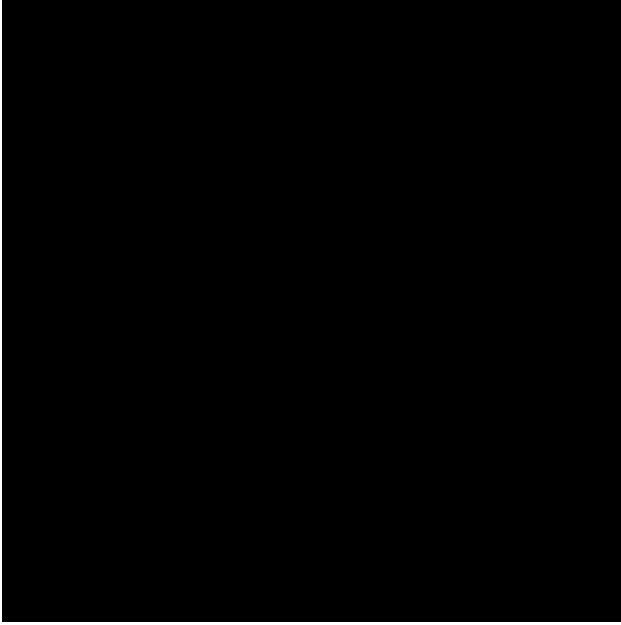
Et ce pour une raison très simple : tu ne peux pas atteindre un objectif que tu ne connais pas.

Par comparaison, ce serait comme te précipiter dans ta voiture et démarrer au quart de tour pour rouler sans connaître ta destination : tu auras beau rouler à 180 km/h, tu ne seras jamais arrivé à destination, car toi-même ignores là où tu souhaites te rendre.

Par conséquent, tu dois déterminer des objectifs concrets et palpables avec des données, des chiffres, et des dates limites afin de savoir dans quelle direction avancer, car ta progression ne dépend finalement que de ce que tu vises !

.
.





II.

Comment trouver ton objectif ?

Il n'est bien sûr pas facile de répondre à la question

« Pourquoi je me lance sur YouTube ? »

En effet, la réponse te parait à la fois évidente et difficile.

Et en fait, c'est tout à fait normal, car la question « Pourquoi ? » est très large, du fait qu'elle regroupe un tas d'autre sous questions.

Par conséquent, voici les 5 grandes questions que tu dois te poser pour comprendre ce que tu souhaites réellement. Ces 5 grandes questions sont d'ailleurs décomposées en plusieurs sous-questions pour te faciliter la tâche.

1. Qu'est-ce que t'apporte la vidéo ?

La vidéo est-elle une pure passion ou est-elle juste le support qui te permet de transmettre ton contenu ?

Prends-tu du plaisir à monter ou à tourner une vidéo ?

Ou es-tu plus attiré par le fait que YouTube soit un média à large portée ?

2. Souhaites-tu être connu ?

La question n'est pas est-ce que tu souhaites avoir des abonnés, mais plutôt est-ce que tu voudrais devenir une personnalité publique et être possiblement médiatisé.

Aimes-tu te montrer ?

Ou es-tu plutôt réservé ?

.

.





3. Quel type de contenu souhaites-tu partager ?

Quel est le fond de ton contenu ?

Partages-tu des idéologies ?

Ou plutôt des conseils pratiques ?

Cherches-tu à apporter des résultats ?

Ou préfères-tu transmettre des émotions ?

4. Que représente YouTube pour toi ?

YouTube reste-t-il une fin en soi ?

Ou est-il au contraire un outil de promotion ?

Est-il une simple passion sur ton temps libre ?

Ou envisages-tu d'en faire une profession à part entière ?

5. Souhaites-tu gagner de l'argent ?

YouTube est-il avant tout un moyen d'enrichissement ?

Ou la monétisation de ta chaîne reste-t-elle une option facultative ?

.

.

.

.

Je t'invite donc dès maintenant à prendre une feuille et un stylo pour répondre à ces 5 questions.

À la fin de ce petit questionnaire, tu seras en mesure de répondre concrètement, rapidement, et de manière honnête à la question :

« Pourquoi je commence YouTube ? »

Encore une fois, je sais que répondre à cette question n'est pas facile du tout et d'ailleurs, il est impossible d'être sûr à 100%

Néanmoins, maintenant, tu as au moins une idée générale du pourquoi tu veux commencer YouTube. Et ça, c'est génial, car tu vas pouvoir fournir des efforts dans la bonne direction afin d'atteindre ce que tu désires réellement.

Désormais, tu n'as même plus besoin de rouler à 180 km/h, car tu sais où te rendre !

• **Créer une chaine YouTube demande une réelle réflexion afin de comprendre tes véritables objectifs.**

• **Apprends à trouver les véritables raisons de la création de ta chaine avec les 5 questions posées plus haut.**

.

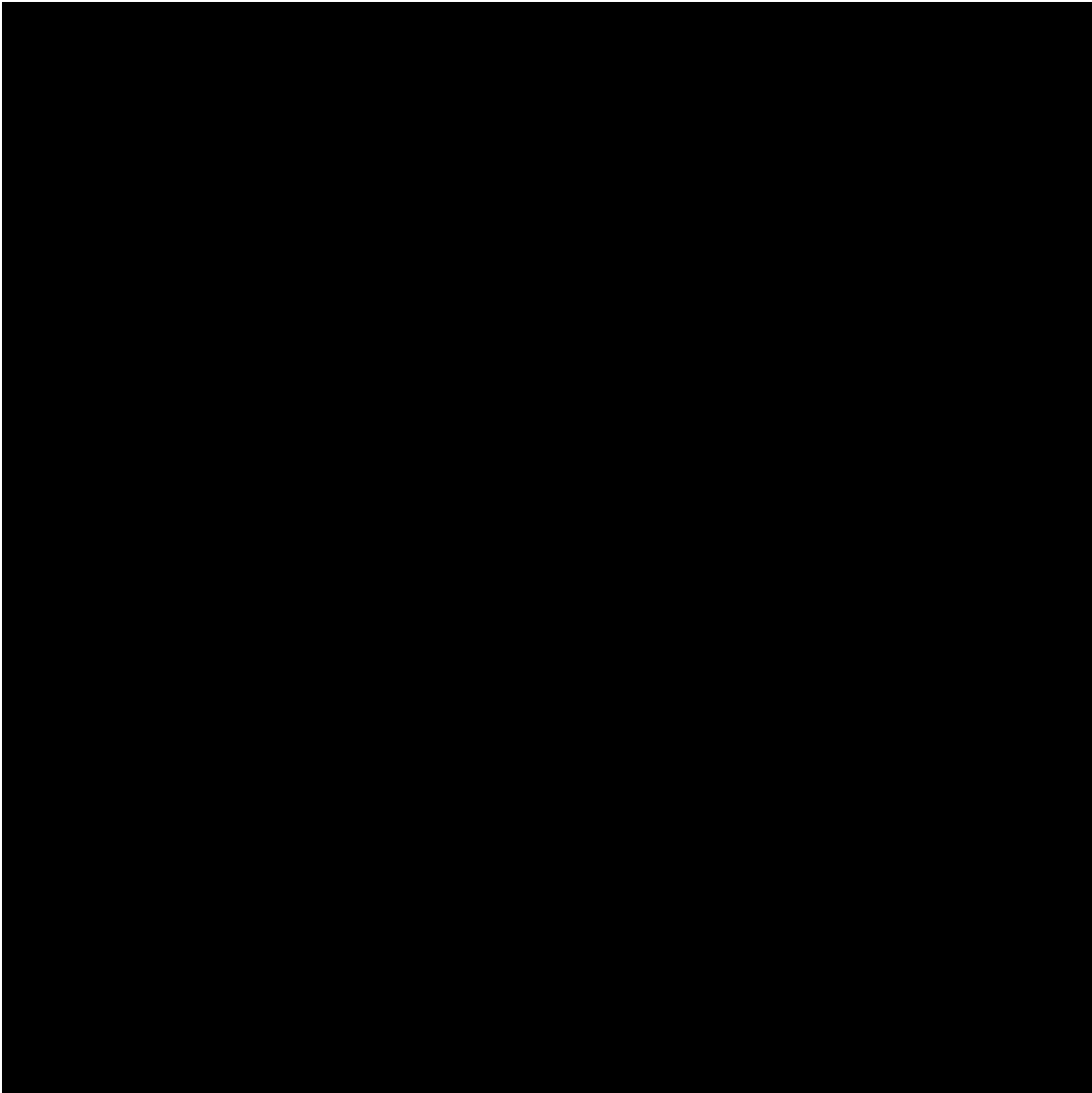
.

.

.

.

.



.

.



« Quel thème de vidéo devrais-tu choisir lorsque tu crées ta chaine YouTube ? »

« Quels sont les sujets et les niches qui marchent le mieux ? »

« Comment dois-tu faire pour trouver cette fameuse idée de chaine qui te garantit des résultats rapides et à long terme ? »

Si tu te poses ces questions, alors tu es tombé sur le bon chapitre de ce livre, car à la fin de ce dernier tu sauras exactement : **Ce qu'est une niche**

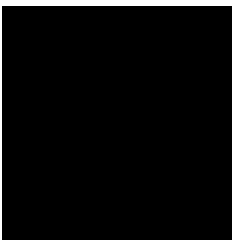
Pourquoi ta niche est-elle importante

Les 2 grandes catégories de chaines sur YouTube

Comment choisir ta niche

·
·





I.

C'est quoi une niche ?

Premièrement, commençons par le commencement :

qu'est-ce qu'une niche ?

Bon, en gros, ta niche va tout simplement être le thème de ta chaîne YouTube (fond) et le type de vidéo que tu fais (forme).

Par exemple, la niche de la chaîne YouTube « Cyprien » est le divertissement et la fiction. La chaîne « Marketing Mania » (Stan Leloup) a quant à elle pour niche l'enseignement et la vulgarisation du marketing.

Un dernier exemple serait la chaîne Alex Levand qui a pour niche la musculation et le sport.

Logo des chaînes YouTube « Cyprien », « Marketing Mania », et « Alex Levand ».

Comme tu as pu le remarquer à travers ces exemples, chaque chaîne YouTube a son propre thème à elle, et ne traite uniquement que de ce dernier.

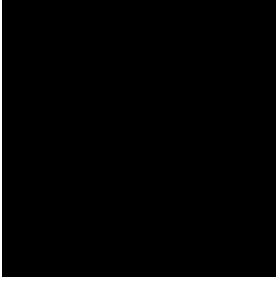
Et d'une manière générale, toutes les grosses chaînes YouTube à succès ne traitent que d'un seul grand thème qui leur est propre.

En effet, il est assez rare de voir une chaîne à plus de 100 000 abonnés qui produit une vidéo sur la mécanique le lundi et une vidéo sur la cuisine le mercredi ...Au contraire, toutes ces grosses chaînes choisissent un sujet bien précis et le traitent à fond.

Mais du coup la question qu'on est en droit de se poser est : pourquoi ?

.

.



II.

Pourquoi ta niche est-elle importante ?

Il est important de choisir une niche, car se focaliser sur un domaine précis est le premier ingrédient d'une chaîne à succès.

En effet, la spécialisation te place en tant qu'expert dans ta thématique, car plus tu concentres toute ton énergie en un point précis, plus tu excelleras dans ce point, et plus les gens auront confiance en ton travail et en tes capacités.

Et même si cela paraît contrintuitif, car ce serait censé t'attirer théoriquement l'audience de plusieurs niches en même temps, le fait de créer un contenu très varié ne fera que t'enfoncer dans le mur ... et ce pour une bonne raison : tu ne peux pas être un expert dans tous les domaines.

Par conséquent, si tu traites de tout et n'importe quoi c'est finalement que tu restes à la surface des sujets.

Pour que tu puisses bien comprendre, je vais te donner un exemple de la vie de tous les jours.

Si tu as envie de manger italien, tu vas au restaurant italien qui ne fait que des spécialités italiennes. Si tu as envie de manger indien, tu vas au restaurant indien qui ne fait que des spécialités indiennes. Et si tu as d'envie de manger des fruits de mer, tu vas au restaurant qui ne fait que des fruits de mer.

À présent, imagine qu'un nouveau restaurant ouvre dans ta ville, et qu'il serve à la fois des pizzas, de la nourriture indienne et des fruits de mer, et

ce, n'importe quel jour de la semaine. Peu importe tes goûts culinaires, tu risques d'être méfiant envers un tel restaurateur, et pour cause, le chef ne peut pas maîtriser à la perfection la cuisine italienne, indienne et les fruits de mer. Au contraire, le fait que la carte présente une telle variété de produits peut être un signe de nourriture ou de service bas de gamme.

.

D'ailleurs, dans les émissions telles que « Cauchemar en cuisine », la plupart du temps, l'erreur fatale des restaurateurs est d'avoir beaucoup trop de choix sur leur carte, et par conséquent, ils n'arrivent pas à tout gérer ...

Et ce principe s'applique partout dans la vie, notamment sur YouTube.

Par exemple, la chaîne de Cyprien, produit à 95 % du contenu divertissant du type podcast. Par conséquent, un spectateur YouTube qui tombe sur le contenu de Cyprien comprendra vite après avoir visionné quelques vidéos que la chaîne traite d'humours et de divertissements.

Et finalement, les probabilités que l'utilisateur s'abonne activement à la chaîne de Cyprien sont assez élevées, étant donné que le spectateur a compris de quoi traite la chaîne. Il sait donc à quel genre de contenu il s'abonne, et son choix va vite être réglé.

À présent, imagine que Cyprien fasse toujours des vidéos d'humour, mais qu'en plus de ça, il se mette à sortir des vidéos de critique culinaire et des covers de piano.

Cette fois-ci, les spectateurs YouTube qui surfent sur les différentes vidéos de Cyprien vont avoir un mal de chien à comprendre de quoi traite la chaîne et surtout à quel type de contenu ils risquent de s'abonner.

La chaîne est-elle une chaîne d'humour ? De musique ? Ou encore de cuisine ?

Les nouveaux spectateurs vont vraiment avoir du mal à comprendre, et par conséquent, ils risquent de ne pas s'abonner.

.

·

C'est d'ailleurs pour cela qu'en 2012, Cyprien crée la chaîne « Cyprien Gaming » sur laquelle il se consacre exclusivement aux jeux vidéo.

Et cette stratégie est très maline ! En effet, si Cyprien avait décidé de se lancer dans le gaming sur sa propre chaîne, il aurait pris le risque de ralentir sa croissance, voire pire, de la faire régresser.

Cela aurait été dû au fait que beaucoup de personnes se seraient retrouvés avec des vidéos de gaming dans leur fil d'abonnement YouTube, et n'aurait pas forcément été conquis par ce type de contenu. Par conséquent, ils se seraient alors désabonnés.

Bien sûr, comme dans tout, il existe des exceptions. C'est le cas des gros youtubeurs tel que Logan Paul (+21M d'abonnés) qui peuvent générer plusieurs millions de vues en se filmant en train de manger un McDo. Mais retiens que ce genre de chaîne est extrêmement difficile à développer (mais pas impossible).

Lorsque tu commences sur YouTube, poster une vidéo de toi en train de manger un tacos ne risque pas de te faire atteindre le million d'abonnés !

Bon OK, on a maintenant compris que tu dois te focaliser sur une thématique ciblée, car cela est la base pour créer une grosse chaîne YouTube. Mais à présent, la question c'est : comment ?

C'est une question difficile, car si tu commences tu es sûrement perdu.

Soit tu aimes le format vidéo, mais tu n'as aucun sujet à traiter ou du moins tu n'en as pas un qui te tient à cœur, soit au contraire tu as trop d'idées et tu ne sais pas laquelle exploiter.

Mais ne t'inquiète pas, car dans cette troisième partie, tu vas pouvoir commencer à affiner tes recherches.

·

·



III.

Deux types de chaines

Comme je l'ai dit précédemment, si une personnalité telle que Logan Paul sort une vidéo dans laquelle il déguste un fast-food, il va engendrer plusieurs millions de vues.

Mais si une personne lambda telle que toi et moi postait le même genre de vidéo, il y a de grandes chances que cette dernière n'intéresse personne.

Et cela est dû à une cause bien précise : les gens regardent Logan Paul pour sa personnalité, et non pas pour le contenu même qu'il propose. Ce qui fait

que oui, cet homme peut générer des statistiques incroyables en filmant une banale journée ou une embrouille entre potes.

Mais toi et moi n'avons pas la notoriété de Logan Paul et à vrai dire, le monde entier s'en tape de voir une vidéo d'un mec random en train de manger un McDo.

Par conséquent si tu veux vraiment attirer du monde sur tes vidéos et plus généralement sur ta chaîne YouTube, tu dois produire un contenu qui apporte une valeur aux spectateurs.

Et c'est là que tu dois comprendre qu'il y a deux grandes catégories lorsque tu commences sur YouTube :

Soit tu crées un contenu divertissant

Soit tu crées un contenu utile

Je te recommande d'ailleurs la vidéo de Poisson Fécond qui porte sur ce sujet.

https://youtu.be/WHLoc39k_Vg

·
·



Une chaîne de divertissement est une chaîne où la valeur qui est proposée aux spectateurs repose sur un ou plusieurs individus.

Par exemple, la chaîne « Yas et Tom » se classe dans la catégorie divertissement sans pour autant être basée sur la personnalité des deux vidéastes.

Une chaine dite utile est une chaine où la valeur qui est proposée aux spectateurs repose sur les informations délivrées durant la vidéo.

C'est le cas des chaines de tutoriel, par exemple la chaine « Entrepreneur Tuto » (la mienne).

Mais alors, pourquoi y a-t-il uniquement deux types de catégories ?

Eh bien, il faut réfléchir et analyser les choses à contresens.

Pourquoi les gens vont-ils sur YouTube ? Qu'est-ce que les utilisateurs espèrent obtenir à travers le fait de regarder des vidéos ?

La plupart du temps, ils cherchent :

Soit à se divertir : c'est pour ça que tu aimes regarder YouTube en rentrant des cours ou du travail.

Soit à trouver une solution à un problème cible : par exemple comment réparer une voiture.

Par conséquent, ces deux leviers que sont l'apprentissage et le divertissement sont sans doute ce qu'il y a de plus efficace pour pouvoir monter rapidement sur YouTube.

.

Pour revenir au sujet principal qui est comment trouver une niche pour ta chaine YouTube, la première étape va donc être de déterminer si ta chaine se base sur un contenu divertissant ou sur un contenu utile.

Faire ce premier choix est crucial car la stratégie de croissance à adopter ne sera pas du tout la même en fonction de ton type de chaine.

Dans ce guide, on va surtout traiter du cas des niches de vidéos dites

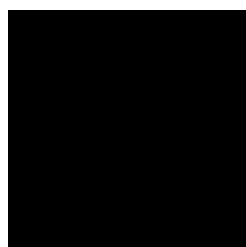
« utiles », tout simplement car le fait de trouver une niche autour du divertissement repose plus sur ta personnalité et tes compétences d'animation que sur une véritable demande de la part des utilisateurs.

En fait, si tu souhaites créer un contenu divertissant, la seule chose dont tu as réellement besoin est de te créer un style bien à toi, sans copier d'autres youtubeurs.

Mais si ton but est de créer une chaîne YouTube qui est hors de la catégorie du divertissement, alors tu vas pouvoir continuer à affiner tes recherches avec cette quatrième partie !

.

.



IV.

Les 3 piliers pour trouver une niche

Dans cette troisième partie, on va enfin rentrer dans le cœur du sujet et tu vas découvrir les 3 piliers à respecter pour trouver une niche sur YouTube.

En fait, pour réussir à trouver une thématique dans laquelle toi et toi seul peux avoir du succès, tu dois trouver et garder un point d'équilibre entre les 3 cercles d'or qui te permettront d'exploser tes résultats.

Ces cercles sont trois critères auxquels ta chaîne doit répondre si tu veux espérer pouvoir gagner à la fois des vues et de l'argent tout en restant motivé à 100% !

Ces trois cercles sont :

Passion

Rentabilité

Audience

Pour que tu puisses mieux comprendre, voici un schéma qui illustre cette loi.

·
·

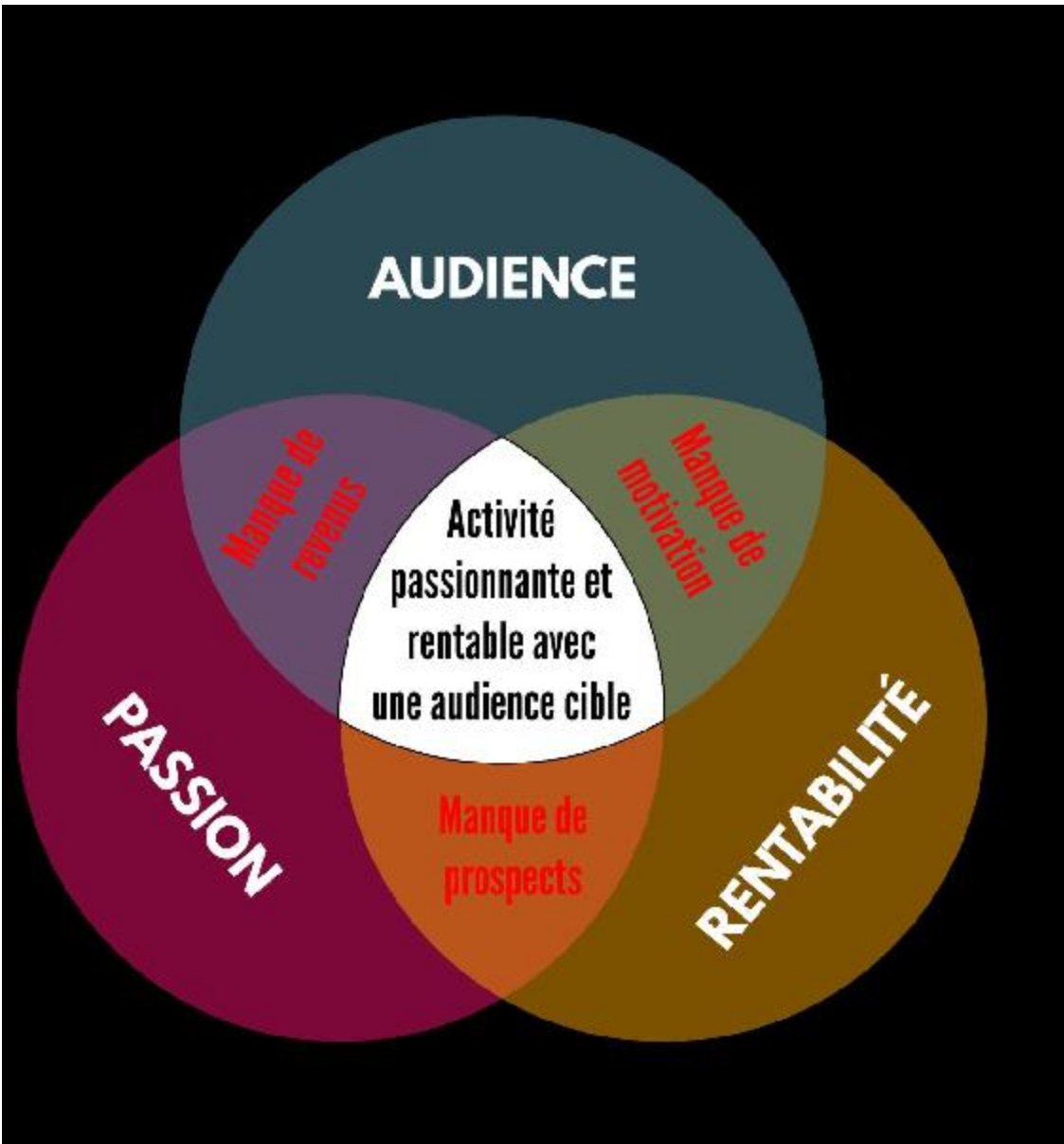


Schéma des 3 piliers d'une bonne niche.

.

Analysons ce dessin plus en détail.

Si tu souhaites monter une chaîne YouTube rapidement, sans te forcer à la tâche, et en gagnant de l'argent grâce à cette dernière, alors tu dois respecter le point d'équilibre au milieu de ces trois cercles.

En effet, tu dois trouver un sujet et un format de vidéo à la fois que tu aimes, qui intéresse les gens, et qui est facile à monétiser.

Mais ce n'est pas une chose aussi simple qu'elle n'y paraît ! Et d'ailleurs, si tu possèdes déjà une chaîne YouTube, il se peut que tu sois tombé dans le piège classique du « un » ?

Qu'est-ce que le piège du « un » ?

C'est tout simplement le fait de baser ta niche YouTube sur seulement un de ces cercles .

Par exemple, tu as une passion dévorante pour les collections de timbres, et par conséquent, tu décides de créer une chaîne YouTube où tu présentes tes différents timbres.

Bien sûr, c'est génial, car tu partages au monde entier ta passion et tu fais tes vidéos avec amour. D'ailleurs, une niche comme celle-ci peut fonctionner, car elle est peu concurrentielle.

Et surtout, tu possèdes l'avantage d'être rempli de joie à chaque fois que tu crées une vidéo.

Néanmoins, les chances que ta chaîne connaisse une croissance exponentielle et des millions de vues sont considérablement réduites.

Et pire encore pour la monétisation ! Car forcément la thématique des timbres n'est pas aussi simple à monétiser que la thématique du business en ligne ...

.
.

Inversement, il y a ceux qui vont chercher à tout prix à faire uniquement de l'argent grâce à leur chaîne et qui vont donc choisir un sujet qu'ils n'apprécient pas vraiment, mais qui est fortement rentable.

Le problème ici est que les vidéos ne vont pas forcément atteindre un grand nombre de vues, car il n'y a pas forcément une forte demande.

C'est-à-dire que l'audience n'y est pas, étant donné que les vidéos ne répondent pas directement à un problème.

Et surtout, la plupart du temps, ces créateurs ne ressentent aucune passion pour leur activité.

Enfin, il y a ceux qui choisissent à tout prix de faire du clic, c'est-à-dire de créer un contenu viral ou « putaclic ».

En gros les personnes vont publier des vidéos qui poussent énormément aux cliques (et ça marche), mais sans avoir une véritable passion du sujet dont ils traitent. Et bien sûr, sans pouvoir monétiser de manière professionnelle ce contenu.

Dans ces trois cas, les personnes n'y gagnent rien au long terme, et vont se tirer une balle dans le pied.

C'est pourquoi tu dois en amont faire ce travail pour trouver une niche qui à la fois te passionne, est demandée, et est monétisable de manière conséquente et facile.

.





Mais encore une fois, je sais qu'il n'est pas simple du tout de répondre à ce genre de question, et c'est pourquoi je t'ai facilité le travail en décomposant les cercles en 9 questions auxquelles tu pourras plus facilement répondre.

Tu vas donc te poser les questions suivantes :

1. Passion :

Quelles sont mes passions ?

Quelles sont mes compétences ?

Comment puis-je les utiliser pour aider les gens ?

2. Audience :

Quel est le profil type d'utilisateur que je vise ? (Homme, femme, enfant, âge, profession, ...)

Quels sont ses problèmes ?

Quelles solutions cherche-t-il sur ma chaîne YouTube ?

3. Rentabilité :

Jusqu'où est-il prêt à payer pour résoudre ses problèmes ?

Quels types de produits lui correspondent le mieux (coaching, ebook, formation vidéo, ...)

Sur quels leviers vais-je pouvoir jouer pour le pousser à l'achat ?

.

.



Oui, répondre à ces questions te parait une tâche on ne peut plus casse-pied si tu débutes. Et s'il y a bien une chose que l'on puisse dire, c'est que ce n'est pas en 2 minutes que tu vas pouvoir y répondre.

En effet, tu dois te creuser la tête et réfléchir en profondeur, tout en explorant les différentes pistes possibles .

Et bien sûr, tu dois faire les choses correctement, c'est-à-dire prendre une feuille et un stylo pour écrire les différentes idées de réponse pour chacune des questions.

Encore une fois, je te promets que toutes les grosses chaines YouTube que tu connais ont pu exploser grâce à ces questions (qu'elles le veuillent ou non)

Par exemple la chaine de Lucas Hauchard (SQUEEZIE) :

Sa passion est bien sûr la vidéo, et ses compétences reposent sur le fait de savoir animer ses vidéos.

De plus, les gens regardent car les sujets dont la chaîne traite dans ses vidéos sont attrayants et jouent sur différents biais psychologiques.

Et enfin, sa chaîne YouTube est rentable grâce aux grands nombres de vues qu'elle génère, même si c'est un cas un petit peu à part.

Si on prend à présent l'exemple de Stan Leloup (Marketing Mania) : Sa compétence (et passion) est le marketing.

Son public cherche pour solution le fait d'augmenter leurs taux de conversions (ventes), ainsi que de se former sur le marketing.

Et bien sûr, sa chaîne est monétisable grâce aux formations qu'il vend sur son blog.

•
•



•
•

À présent, tu te trouves forcément dans l'une de ces deux situations: soit tu as trouvé la bonne idée de chaîne grâce aux techniques offertes dans cette partie, soit tu as plusieurs idées, mais tu ne sais pas laquelle est la bonne.

Si tu te trouves dans cette deuxième possibilité, ce qui est probable, détends-toi, car nous verrons dans la deuxième grande partie du livre comment réellement se spécialiser dans une niche.

Si tu veux passer à la suite de ce guide, tu dois être en possession des choses suivantes :

Savoir pourquoi tu commences YouTube

Avoir une idée globale de ta niche (que tu affineras par la suite)

Avoir analysé ton marché : que peux-tu offrir ? À qui ? Comment ?

- **Une niche est une thématique précise dans laquelle ta chaîne est spécialisée.**

- **Cette spécialisation et concentration en un point est la clé pour construire une audience solide.**

- **Ta niche doit respecter les 3 points suivants : passion, audience, monétisation.**

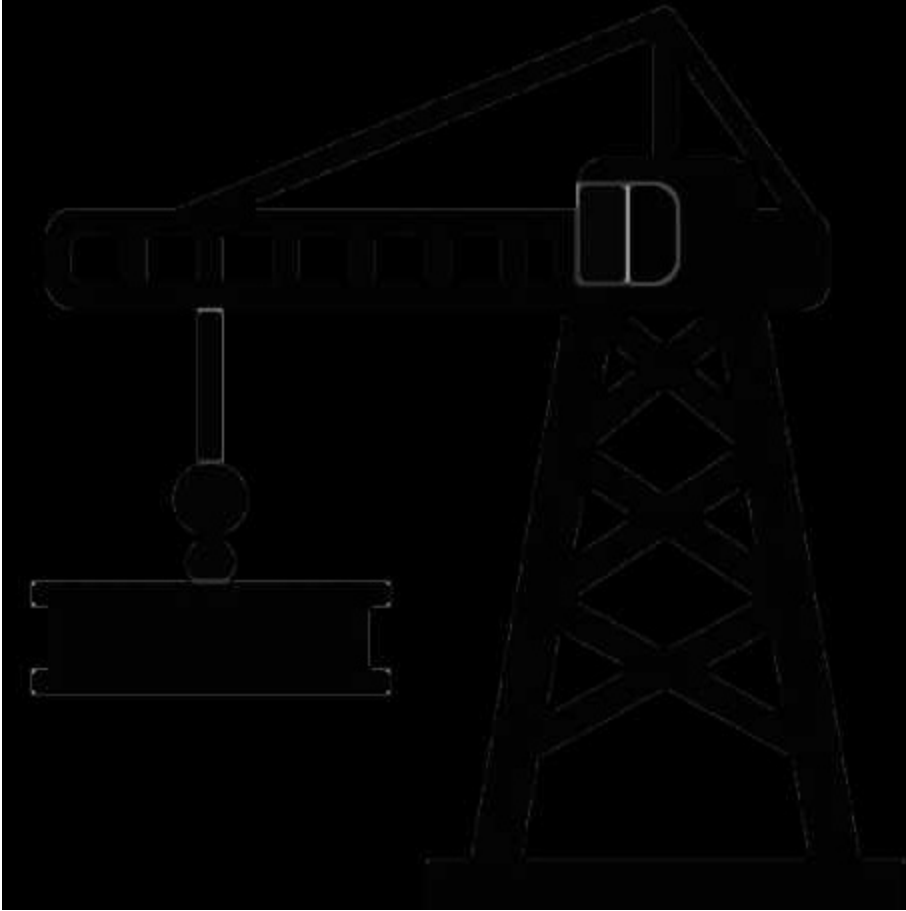
•

•

•

•

•



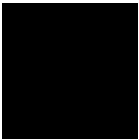
•
•



You Tube



**CRÉE UNE
CHAÎNE
YOUTUBE
EN 2020**



Si tu as bien fait le travail de préparation en amont, alors tu es déjà sur la voie de la réussite, contrairement à 95% des gens qui se lancent sans aucune réflexion.

Et par conséquent, tu vas désormais pouvoir passer à la création de ta chaîne.

Dans ce troisième chapitre, tu vas donc apprendre :

Comment créer ta chaîne YouTube ?

Comment trouver ton nom de chaîne ?

Comment rédiger la description de ta chaîne ?

Comment designer ton logo ?

Comment dessiner ta bannière ?

Comment bien paramétrer ta chaîne YouTube ?

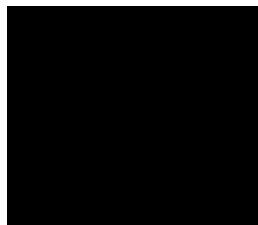
I.

Comment créer ta chaîne YouTube ?

Dans ce guide, je vais être assez concis. Par conséquent, je ne vais pas t'expliquer en détail le processus pour créer une chaîne YouTube, tout simplement, car il y a déjà une vidéo sur la chaîne qui t'explique point par point comment faire !

<https://youtu.be/VNPEo7TZtKk>

·
·



II.

Comment choisir ton nom de chaîne ?

Voilà une question cruciale !

En effet, le nom de ta chaîne va jouer un rôle important pour ce qui est de ton taux de conversion, c'est-à-dire le fait que les nouveaux spectateurs s'abonnent à ta chaîne.

Et pour choisir un bon nom, il faut déjà comprendre l'utilité de ce dernier.

Le nom de ta chaîne va servir principalement à 3 choses : Le référencement :

Permettre de trouver ta chaine lorsqu'on tape une requête dans la barre de recherche YouTube (ou même Google).

Décrire ta chaine :

Transmettre en seulement un ou deux mots le concept de ta chaine.

Servir d'identité sur internet :

Attribuer une identité numérique au personnage public que tu es sur ta chaine YouTube et sur internet.

Ton nom de chaine doit donc être explicite, original, et facile à retenir.

.

.



Par conséquent, voici 4 techniques pour trouver un nom de chaine efficace.

Inclure ta niche ou ton concept dans le nom de ta chaine Utiliser ton prénom

Fusionner les deux

Utiliser un pseudo

1. Inclure ta niche ou ton concept dans le nom de ta chaine Il faut à tout prix que les utilisateurs YouTube te trouvent facilement lorsqu'ils font une recherche. Par conséquent, essaye au maximum d'inclure ton concept ou ta thématique dans ton nom de chaine.

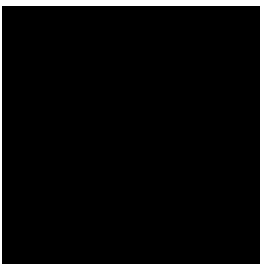
Par exemple, si tu as une chaine sur laquelle tu fais des covers de piano, alors veille à placer le mot « piano » dans ton nom de chaine.

Si tu as une chaine sur laquelle tu fais des vlogs, alors essaye de caser le mot « vlog », etc.

Je sais qu'à première vue ça n'a pas l'air très « sexy », mais je t'assure que c'est un moyen vraiment puissant pour chopper un maximum de trafic grâce à un bon référencement lié à des mots explicites.

De plus, les nouveaux utilisateurs qui tombent sur tes vidéos et découvrent le nom de ta chaine doivent immédiatement comprendre le type (au sens large) de vidéos qu'ils vont retrouver sur ta chaine.





2. Utiliser ton prénom

Une autre alternative est d'utiliser tout simplement ton prénom et ton nom.

Cette technique a un réel avantage, car elle crée un lien avec l'utilisateur qui sait immédiatement à qui il a affaire. Car à ses yeux, tu n'es plus une simple personne anonyme cachée sur internet derrière un pseudonyme, mais tu es bel et bien une personne réelle avec une identité, et avec qui il échange via YouTube.

Ce lien te sera très utile plus tard, notamment si tu souhaites monétiser ta chaîne à l'aide de produit externe à YouTube.

Le deuxième avantage de ce type de nom est qu'il te permet de rester plus large dans ta niche et dans ton contenu. En effet, le fait de mettre ton nom et prénom insinuera que le contenu de ta chaîne gravite, non pas autour de ta niche, mais bel et bien autour de toi !

Néanmoins, mettre ton nom et ton prénom en nom de chaîne possède quelques désavantages.

Premièrement, tu n'es pas aussi bien référencé sur les moteurs de recherche (en opposition avec le titre de niche). De plus, les nouveaux spectateurs auront peine à comprendre ta niche ou la thématique de ta chaîne.

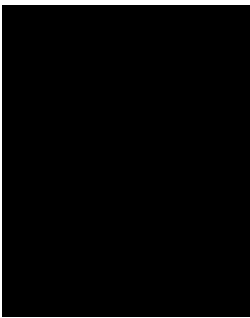
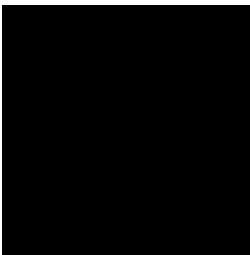
Bien sûr, ce type de nom est à privilégier si tu fais du contenu basé sur la personnalité, et peut également parfois marcher pour une chaîne tournée sur l'apprentissage.

C'est par exemple le cas d'Antoine BM, André Dubois, ou encore Théophile Eliet.

Logo des chaînes « Antoine BM », « André Dubois », et « Théophile Eliet ».

·
·





3. Fusionner les deux

Certains youtubeurs ont choisi de combiner les deux types de noms, c'est-à-dire de mettre à la fois leur prénom ou nom, et d'ajouter en plus un mot faisant référence à leur niche.

Cette technique est assez maline et puissante, car elle permet de cumuler les avantages des points 1 et 2.

C'est par exemple le cas de la chaîne HugoDécrypte , NORMAN FAIT DES

VIDÉOS, ou encore Marko Prank.

Logo des chaînes « HugoDécrypte », « NORMAN FAIT DES VIDÉOS », et « Marko Prank ».

4. Utiliser un pseudo

Sûrement la technique la plus connue (surtout pour les jeunes) : utiliser un pseudonyme.

Cette technique n'est pas la plus recommandée, surtout si tu te lances dans une chaîne « utile » à l'aspect professionnel (pour faire l'argent).

En effet, utiliser un pseudo a un côté « jeux vidéo » ou « réseaux sociaux » et par conséquent, ne donne pas un aspect très professionnel à ta chaîne.

En outre, si tu souhaites utiliser ta chaîne YouTube comme support de vente, ce type de nom est à bannir !

.

.







En revanche, si ta chaîne est une chaîne orientée vers la personnalité ou le divertissement, alors le fait d'utiliser un pseudo ne représente pas un frein majeur.

D'ailleurs, la plupart des gros youtubeurs utilisent un pseudo : SQUEEZIE, Amixem, Poisson Fécond, etc.

Logo des chaînes « SQUEEZIE », « Amixem », et « Poisson Fécond ».

Néanmoins, si tu as vraiment envie d'utiliser un pseudo, alors tu peux essayer de combiner ton nom ou alors ta thématique avec un pseudo.

C'est par exemple le cas de la chaîne Tibo InShape : bien que le nom de sa chaîne soit un pseudo, il inclut à la fois son prénom avec « Tibo » (Thibaud) et son activité avec « InShape » (en forme, santé, sport).

Logo de la chaîne

« Tibo InShape ».

Encore une fois, le nom de ta chaîne est un paramètre non négligeable dans la création de cette dernière.



III.

Comment rédiger la description de ta chaine ?

La description de ta chaine n'est peut-être pas le point le plus important de cette dernière, mais elle représente cependant une variable à prendre en compte.

En effet, ta description va permettre aux nouveaux utilisateurs de comprendre le contenu de ta chaine. Ces deniers peuvent la lire en se rendant sur ta chaine, puis en allant dans l'onglet « À propos ».

Emplacement de la description d'une chaine YouTube.

Par conséquent, tu dois être précis et concis, car cette petite fenêtre de moins de 1 000 caractères va servir à la fois d'outil de référencement et d'outil de persuasion.

.

.





Et pour te permettre d'aller droit au but, je vais te révéler 2 éléments pour une super description de chaine !

Les mots-clés

Un texte construit

1. Les mots-clés

Comme toujours, les mots-clés sont LA chose qui va rendre ta chaine visible sur les pages de résultats des moteurs de recherche. Par conséquent, et peu importe le type de

description que tu choisis, tu dois veiller à mettre des mots-clés spécifiques à ta niche et aux requêtes des utilisateurs.

Plus précisément, ces mots doivent être dans les 125 premiers caractères de ta description, et doivent être à la fois le reflet du contenu présent sur ta chaine, mais également de ce que les utilisateurs recherchent.

Pour trouver ces mots-clés, tu vas premièrement analyser ta chaine puis te creuser la tête sur ce que tu proposes en termes de contenu. Tu vas ensuite utiliser un outil générateur de mots-clés.

Je recommande personnellement d'utiliser Keyword Tool ou encore Google Key Planner.

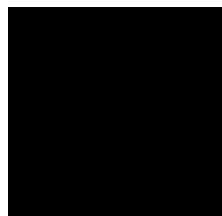
Sur ma chaine YouTube, il y a d'ailleurs plusieurs vidéos qui traitent des mots-clés, du référencement, et du SEO sur internet.

Je te conseille vraiment d'acquérir ces compétences, car peu importe le projet dans lequel tu souhaites lancer sur le web, le SEO est un point extrêmement important !

<https://youtu.be/qLSpy0jCV6I> <https://youtu.be/-JXFzRAFM9Y>

<https://youtu.be/D651nWD-Ebs> Une fois que tu as ces fameux mots-clés, tu vas devoir les incorporer dans un texte, et c'est ce qu'on va voir en deuxième point.

.



2. Un texte construit

Il y a plusieurs manières de faire ta description de chaîne, et dans cet ouvrage j'en ai sélectionné 2 qui sont susceptibles d'être adaptés à ton cas.

Faire un discours (émotions)

Cette première technique est celle que j'utilise personnellement pour persuader les nouveaux utilisateurs de s'abonner à ma chaîne.

La description de la chaîne Entrepreneur Tuto :

« Tu as le choix entre deux parcours dans la vie : Soit, tu vas sagement à l'école et tu passes en tout 17 ans (oui oui) de ta vie sur une chaise pour obtenir un diplôme te condamnant à te lever chaque matin pendant 40 ans pour aller obéir à un chef et construire ses rêves à lui ...

Soit, tu décides de comprendre qu'en réalité, tu peux vivre la vie dont TOI tu rêves, construire tes propres projets, et prendre une revanche sur tous ceux qui t'ont toujours dit que « tu n'y arriveras pas ».

Si tu souhaites être le pigeon, le soumis, et l'esclave de la société et de ton chef, tu peux quitter cette page.

Mais si tu as la détermination de vivre ta vie comme 1% de la population et de devenir maître de ton destin et de ta réussite, alors félicitations ! Car tu viens de passer la 1ère étape de ton aventure en lisant cette description !

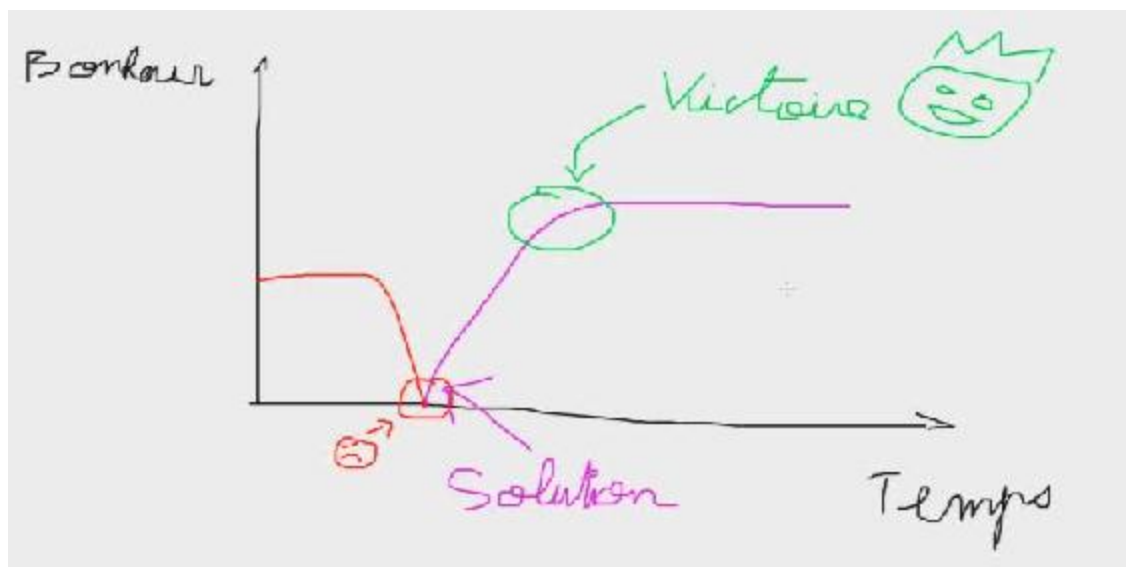
Tu peux maintenant passer à la 2ème étape en cliquant sur le bouton

« s'abonner », et commencer à Apprendre pour pouvoir Agir et Atteindre ta propre réussite ! »

Comme tu peux le voir, j'utilise un discours basé sur les émotions afin de persuader l'utilisateur à s'abonner à la chaîne.

.

.



Dans ce livre, je ne vais pas aborder en détail le principe d'écriture d'un tel texte.

Néanmoins, retiens que pour écrire une description de la sorte, ta chaîne doit être orientée vers une cause bien précise (ta niche), et cette cause doit être un levier assez puissant pour permettre de transmettre aux utilisateurs les émotions pour les pousser à agir.

Par exemple, pour ce qui est de ma chaîne, j'encourage les gens à se lancer pleinement dans les projets qui leur tiennent à cœur, et à créer d'eux-mêmes leur propre business pour être leur propre patron, et donc pour être libres.

Mais si ta chaîne porte sur le thème de la couture, ou de la création de colliers, tu auras forcément plus de mal à créer un discours s'appuyant sur des émotions fortes !

Encore une fois, il y a mille et une façons de créer un discours puissant, et je ne suis bien sûr pas en mesure de toutes connaître (loin de là).

Et si tu es débutant, le meilleur conseil que je puisse te donner va être d'utiliser le Storytelling.

C'est-à-dire que tu vas raconter ton histoire, dire ce qu'il t'est arrivé dans ta vie, expliquer comment tu as fait pour t'en tirer, et comment à présent tu peux aider les utilisateurs s'ils s'abonnent à ta chaîne.

Voici un arc narratif basique de Storytelling.

Arc narratif de Storytelling.

Encore une fois, je ne rentre pas plus en détail.

.





Faire une description plus formelle :

Cette deuxième manière est quant à elle plus classique et consiste tout simplement à décrire de manière formelle ce que les utilisateurs peuvent retrouver sur ta chaîne .

Comme pour le point précédent, il existe plusieurs façons de mettre en forme une telle description et ici, on ne va pas s'attarder sur ces dernières, car ce sujet mériterait un livre à lui tout seul !

Mais je vais quand même te donner une liste des éléments qui doivent figurer dans ta description de chaîne :

Ton identité : nom, prénom, âge, métier, etc.

Ta niche : exprimée de manière explicite.

Ta promesse : dire le résultat que tu promets si les utilisateurs s'abonnent ta chaîne.

Ta fréquence de publication : combien de fois tu publies des vidéos dans la semaine.

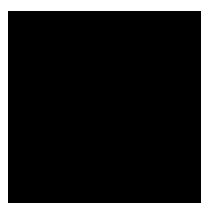
Ton site de vente : si tu fais du business en ligne, ajoute le lien de ton catalogue de formations.

Cette description a l'avantage d'être assez efficace en termes de monétisation, car contrairement à un discours, qui joue sur les émotions mais qui peut rester flou, une présentation formelle va être claire et précise sur ce que les utilisateurs vont retrouver sur ta chaîne.

Par conséquent, cela noue un lien de confiance, et donc il te sera extrêmement facile de vendre un produit !

.

.



IV.

Comment designer ton logo ?

Maintenant que tu as créé ta chaîne, trouvé ton nom, et rédigé ta description, tu vas pouvoir passer à l'illustration de cette dernière.

Dans cette partie, tu vas découvrir la recette pour créer un bon logo, puis dans la partie suivante on s'attardera sur la création d'une bannière.

OK, à présent rentrons dans le cœur du sujet : comment crée-t-on un bon logo ?

On va aborder cette question en 3 points :

Comprendre à quoi sert ton logo ?

Trois types de logos :

Comment créer ton logo gratuitement et sans logiciel ?

1. Comprendre à quoi sert ton logo ?

Premièrement, ton logo a pour mission de donner un visage à ta chaîne YouTube.

Si le nom de ta chaîne YouTube était son matricule, son logo serait quant à lui son code-barre. Il permet de la reconnaître visuellement, et d'associer une image à cette dernière.

Et pour répondre à cette mission, un bon logo doit respecter ces 5 critères :

Être simple

Être mémorable

Être cohérent

Être intemporel

Être polyvalent

Analysons ces critères plus en détail.

.

.



Être simple

Un bon logo doit être simple. C'est-à-dire qu'il doit aller droit au but, être clair, et concis. Visuellement, il ne doit pas fatiguer l'œil et doit être agréable à regarder.

Un logo avec trop d'éléments ou trop de détails ne sera pas efficace, étant donné que l'utilisateur aura du mal à analyser et à retenir les différents éléments.

Être mémorable

Comme je l'ai dit ci-dessus, ton logo sert à donner un visage à ta chaîne YouTube.

Par conséquent, il doit être facile à associer à cette dernière. Et surtout, les utilisateurs doivent pouvoir retenir sans problème l'image de ton logo.

Cela passe notamment par un logo simple visuellement (critère n°1), mais également par une certaine cohérence.

Être cohérent.

C'est justement ce que nous étions en train de dire : ton logo doit être cohérent avec ta chaîne YouTube.

Qu'est-ce que cela signifie donc ? Tout simplement que ton logo doit respecter les codes de ta chaîne.

Premièrement, d'un point de vue visuel, le logo doit respecter le branding de ta chaîne (voire même de ton site, blog, ou autres plateformes). C'est-à-

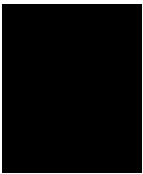
dire qu'il doit avoir la même charte graphique que le reste de ta chaîne : mêmes couleurs, taille, police, symbole.

Mais il doit également respecter la philosophie et l'objectif de ta chaîne YouTube. Et pour cela, je te renvoie au premier chapitre de ce livre qui t'explique comment trouver une niche de chaîne, et qui t'invite également à réfléchir sur le « pourquoi » tu commences sur YouTube.

Mais concrètement, tu dois choisir un style qui reflète l'ambiance et le thème de tes vidéos.

.





Être intemporel

Un logo efficace doit également être intemporel, c'est-à-dire qu'il ne doit pas dépendre du temps ou d'une époque.

Que ce soit maintenant ou dans 100 ans, ton logo doit toujours convenir à ta chaîne.

Être polyvalent

Un bon logo doit être fonctionnel et efficace sur différents supports et sites, que ce soit sur tablette, PC ou smartphone.

Et que ce soit sur YouTube, Facebook, Instagram ou encore sur ton site, ton logo doit pouvoir s'adapter en toute circonstance.

Maintenant que l'on connaît les règles à respecter pour un bon logo, voyons comment le fond prend forme.

2. Trois types de logos :

Analysons les différents types de logos que tu peux choisir pour ta chaîne YouTube.

L'illustration littérale

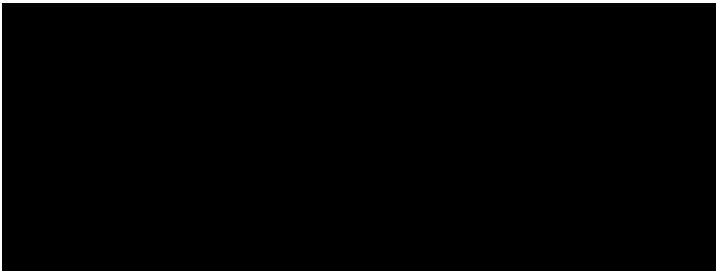
Il s'agit d'utiliser une image représentant ton activité.

Par exemple, si ta chaîne a pour niche les covers de piano, alors tu mettras une image de piano. Si ta chaîne porte sur la mécanique, alors tu utiliseras une voiture.

Exemple de logo à illustration

littérale.

•
•



L'illustration abstraite

C'est une image ou un symbole que n'a aucun sens direct.

C'est par exemple le cas du logo de Nike : la virgule n'a pas de sens direct.

Bien sûr, cette virgule a une vraie signification aux yeux de la marque, mais elle reste néanmoins un symbole plus qu'une illustration au sens propre.

Exemple de logo à

illustration abstraite.

Ton visage

Une des manières les plus simples d'illustrer ta chaîne est de mettre une photo de ton visage.

Personnellement, je pense que c'est la meilleure méthode, et qu'en plus de ton visage, tu devrais ajouter un fond ou un élément comme sur le logo de la chaîne Entrepreneur Tuto.

Exemple de logo

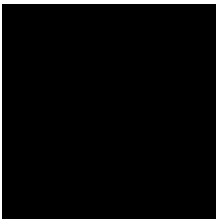
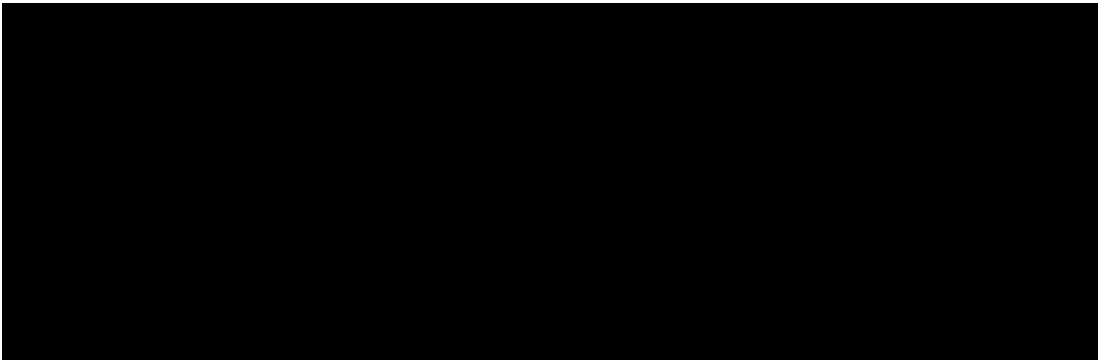
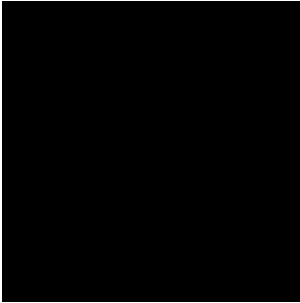
avec un visage.

Je te recommande vraiment d'utiliser ce type de logo car il va permettre aux nouveaux utilisateurs de directement fixer un visage sur ta chaîne, ce qui est extrêmement important.

Pourquoi ? Tout simplement car ainsi, il va naître une sorte de lien de confiance et ta chaîne sera humanisée. Par conséquent, plus de confiance engendre plus de chance qu'il s'abonne.

.





3. Comment créer ton logo gratuitement et sans logiciel ?

Tu connais à présent toute la théorie, c'est donc le moment de passer à la pratique !

Par conséquent, voici 5 étapes à suivre pour créer ton logo.

Étape 1 : Chercher les mots-clés de ta chaine YouTube.

Tu vas commencer par chercher 2 ou 3 mots maximum qui décrivent exactement ce qu'est ta chaine. Je le répète encore une fois, mais pour cela je te renvoie aux chapitres 1 et 2.

Par exemple si ta chaine porte sur la thématique de la réparation de voitures, tes mots-clés seront « mécanique » et « automobile ».

Étape 2 : Relier tes mots-clés à des images

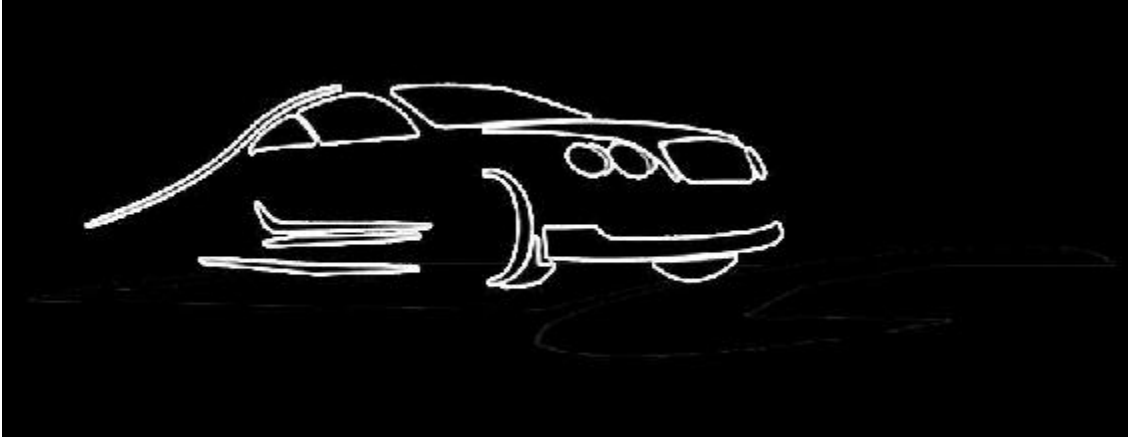
Une fois que tu as trouvé tes mots-clés, tu vas les mettre en relation avec des images concrètes et non abstraites qui vont les représenter et les symboliser. Garder en tête que ces images et ces mots-clés doivent incarner les valeurs et la thématique de ta chaine YouTube.

Par exemple, une clé à molette ou un engrenage pour représenter la mécanique, ainsi qu'un dessin de voiture très simple pour symboliser l'automobile.

Exemples d'images associées aux mots-clés.

·
·





Étape 3 :Fusionner les deux images

À présent, l'étape la plus délicate, tu vas combiner les deux images pour trouver un résultat qui respecte les 5 piliers évoquer plus haut.

Pour cela, tu dois réfléchir et essayer plusieurs « prototypes » afin de voir lequel correspond le plus à tes attentes.

Exemple de prototype de logo.

Étape 4 : Dessiner ton logo

Une fois que tu as ton prototype, tu vas dessiner l'image finale.

Bien sûr je recommande personnellement de passer par un vrai logiciel tel que Photoshop, ou mieux encore, par un graphiste professionnel.

Mais je sais également que tout le monde n'a pas la maîtrise de ce type de logiciel, et que la plupart du temps, tu n'as pas forcément envie de déboursier de l'argent dans ce genre de détails.

C'est pourquoi tu peux passer par des plateformes telles que Canva qui sont certes moins bien que des gros logiciels tels que Photoshop, mais qui ont le mérite d'être gratuites, et faciles à utiliser.

Exemple de logo dessiné.

.

.



Étape 5 : Colorier ton logo

Je vais poser les bases immédiatement : pas plus de trois couleurs pour ton logo. Comme je le répète sans cesse, l'être humain est fainéant par nature.

Par conséquent, il ne cherche jamais la complexité.

Et c'est pourquoi le fait d'utiliser un logo simple avec un maximum de trois couleurs va automatiquement attiser l'œil des utilisateurs, étant donné que ces derniers vont apprécier le fait de ne pas se fatiguer visuellement.

D'ailleurs, les couleurs que tu choisis doivent être en rapport avec ton activité et les valeurs de ta chaîne YouTube.

Par exemple, si ta chaîne YouTube traite du jardinage., il vaut mieux utiliser un logo avec une couleur verte. À l'inverse, si ta chaîne YouTube est spécialisée dans la course automobile, la couleur rouge sera plus appropriée.

Logo final pour une chaîne sur la mécanique.

Il faut vraiment comprendre que les couleurs ne doivent pas être choisies au hasard, car elle représente un rôle extrêmement important pour ton logo.

Je te conseille d'ailleurs les sites tels [que https://coolors.co/](https://coolors.co/) ou encore

<https://paletton.com> qui te permettent de choisir des couleurs harmonieuses, qui vont ensemble, et qui créent un véritable effet sensitif face à ton logo.



Pour illustrer mes propos, je vais prendre mon logo :

Logo de la chaine « Entrepreneur Tuto ».

Mon visage est l'élément principal du logo, car c'est une manière très forte de montrer que je suis l'auteur de la chaine et que c'est moi qu'on retrouvera sur les vidéos.

Le fond rouge orangé est là pour symboliser l'action et le côté dynamique de la chaine, sans pour autant tomber dans l'agressivité pure (couleur rouge). Au contraire, l'orangé montre une chaine conviviale avec une communauté soudée.

Enfin, la flèche en arrière-plan représente de par sa position la progression de l'utilisateur qui s'abonne à la chaine. De plus, la couleur jaune fait

référence à la vitesse, la lumière (idée, créativité), et la victoire (couleur de l'or et du trophée).

Encore une fois, je t'invite à vraiment faire un gros travail sur ton logo, car une superbe image de chaine déterminera de niveau de professionnalisme.

.



V.

Comment dessiner une belle bannière ?

Pour terminer avec l'illustration de ta chaine, tu vas à présent créer la bannière de cette dernière.

La bannière de ta chaine YouTube est un point essentiel pour la qualité de celle-ci. En effet, c'est le plus souvent la bannière qui fait la différence entre une chaine professionnelle et une chaine amateur.

Elle jouera un rôle décisif lorsqu'un nouvel utilisateur atterrira sur l'une de tes vidéos et se rendra sur la page de ta chaine. Et dans tous les cas, une belle bannière achèvera de convaincre l'utilisateur de s'abonner à ta chaine.

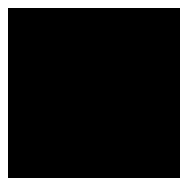
Le problème, c'est que même si créer un logo n'est pas très compliqué, la création d'une bannière de qualité est une toute autre affaire, que ce soit sur la forme (dimensions, position des éléments, ...) ou même sur le fond (ce qui doit figurer sur la bannière).

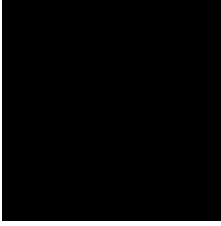
D'ailleurs, la bannière de ma première chaine était assez horrible : *Toute première bannière de ma première chaine YouTube (SkyNight).*

Oui, c'est assez catastrophique, et il est vrai que j'ai du mal à comprendre comment j'ai pu être fier d'avoir dessiné une telle chose ...

.

.





Mais heureusement, je peux aujourd'hui dire que j'ai une bannière YouTube correcte !

Bannière de la chaine « Entrepreneur Tuto ».

Voici donc 6 points cruciaux à respecter pour créer une bonne bannière :

Utiliser un modèle

Respecter ta charte graphique

Inclure le nom de ta chaine

Marquer ton slogan

Ton visage

Ta fréquence de publication

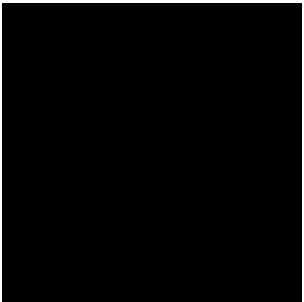
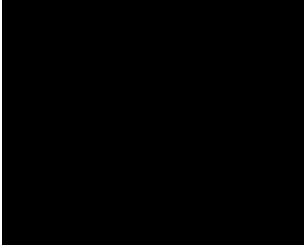
1. Utiliser un modèle

Avant de designer quoi que ce soit, tu dois te procurer un modèle (template) qui va pouvoir produire une bannière de qualité.

Ce modèle te permettra de respecter les dimensions et les différents types d'affichage (smartphone, tablette, ordinateur ...) afin d'avoir le meilleur rendu possible.

Je t'invite à entrer cette URL sur n'importe quel moteur de recherche afin de te procurer un modèle : <https://urlz.fr/cNK4>

·
·



2. Respecter ta charte graphique

S'il y a bien une chose que je te répète sans cesse, c'est que l'un des points les plus importants pour créer une chaîne YouTube à succès est de lui donner un aspect professionnel.

Et pour avoir un aspect professionnel, tu dois instaurer un branding, c'est-à-dire une image de marque.

En gros, cela signifie que ton logo, ta bannière, tes miniatures, et tous les autres objets graphiques de ta chaîne doivent respecter une certaine cohérence et harmonie entre eux.

Par exemple, tu dois avoir la même couleur de fond sur ton logo et sur ta bannière. De plus, tu dois également veiller à ce que les polices ou les formes propres à ta chaîne YouTube soient identiques ou au moins compatibles entre elles.

3. Inclure le nom de ta chaine

Bien sûr, ça paraît évident, mais le nom de ta chaine doit figurer en tant qu'élément principal sur ta bannière, afin que les utilisateurs comprennent directement le nom de cette dernière.

Pour cela, place ton nom de chaine au milieu de ta bannière afin que tous les éléments gravitent autour de ce dernier.

4. Marquer ton slogan

Un élément clé pour une chaine plus professionnelle : le slogan.

Qu'est-ce qu'un « slogan » ?

C'est tout simplement une petite phrase ou quelques mots qui font office de devise, c'est-à-dire qui représentent les valeurs et les objectifs de la chaine.

.

Par exemple, sur la chaine « Entrepreneur Tuto », le slogan est le suivant :

« *Apprendre - Agir - Atteindre* ».

J'ai choisi un tel slogan car je voulais être clair et concis en faisant passer l'objectif de la chaine de la manière la plus simple possible.

En effet, la chaine met à ta disposition des vidéos pour t'apprendre des compétences, et te montre les différentes démarches à adopter pour que tu puisses agir, et donc atteindre tes objectifs !

Et d'une manière générale, si on s'intéresse aux grosses chaines à succès, on s'aperçoit vite qu'elle possède toute une petite devise.

Par exemple, Marketing Mania a pour devise « *La chaine de la vente intelligente* », ou encore la chaine de Stéphane Lacoste qui arbore le slogan « *Créez votre business de formations en ligne rentables, de zéro et sans euro* ».

Mais alors, pourquoi mettre cette petite phrase ?

Tout simplement car le slogan va mettre en avant les valeurs de ta chaîne YouTube. Son but est de transmettre le plus rapidement et le plus efficacement possible l'intérêt de ta chaîne aux nouveaux utilisateurs qui la découvrent.

Par conséquent, tu dois veiller à ce que le slogan ne soit ni trop long ni trop court, afin que les utilisateurs comprennent directement le rôle de ta chaîne.

Comment trouver un bon slogan ?

Pour trouver un slogan efficace, je te renvoie encore une fois au chapitre 1.

Car c'est une fois de plus grâce à ta réponse à la question « *Pourquoi je commence YouTube* » que tu pourras déterminer très facilement ton slogan.

Tu dois à la fois transmettre ce que ta chaîne fait, tout en mettant cette activité en lien avec l'utilisateur.

Encore une fois, ce petit détail va professionnaliser ta chaîne YouTube.

.

.





5. Ton visage

Le quatrième point clé pour une bannière réussie est le fait de faire apparaître ta tête sur cette dernière.

Comme pour le logo, le fait que les utilisateurs voient ta tête va directement les attirer et les intéresser. En effet, le cerveau humain cherche sans cesse à trouver des visages, parfois même là où il n'y en a pas (pareidolie).

Par conséquent, le fait de mettre ta tête sur ta bannière va renforcer l'identité de ta chaîne : l'utilisateur ne sera plus face à un écran, mais sera bel et bien connecté à un humain via l'intermédiaire de YouTube.

Encore une fois, j'ai déjà abordé ce point dans la partie sur le logo ci-avant.

6. Ta fréquence de publication

Et enfin, le dernier point à intégrer à ta bannière est ta fréquence de publication.

En effet, le fait que les utilisateurs voient que tu fais une vidéo par semaine ou deux vidéos par mois va les inciter à s'abonner à ta chaîne. Et ce, pour la simple et bonne raison que le fait d'établir une fréquence de publication professionnalise (une fois de plus) ta chaîne.

D'ailleurs, on reparlera de la fréquence de publication au chapitre 8.

Et comme toujours, sur la chaine « Entrepreneur Tuto », il y a déjà une vidéo qui te montre comment créer une bannière sans logiciel avec Canva.

<https://youtu.be/UxoyOzHMDc8>

.
.

Bien sûr, comme je le répète, Canva n'est pas le meilleur outil graphique du monde, et il est évident que des logiciels tels que Photoshop sont bien plus efficaces et professionnels .

Néanmoins, ces gros logiciels présentent 2 désavantages : ils sont payants, et il faut savoir s'en servir.

Par conséquent, Canva est une super alternative si tu souhaites te lancer.

En effet, même s'il présente une version payante, le site dispose de fonctionnalités gratuites vraiment bien qui permettent aux débutants de pouvoir se lancer.

Tu peux utiliser ce service en entrant ce lien : <https://www.canva.com/>

Encore une fois, ta bannière va jouer un rôle clé dans l'aspect professionnel de ta chaine.

Et surtout, n'oublie jamais que le minimalisme et la simplicité graphique font des merveilles : va droit au but !

.
.



VI.

Comment bien paramétrer ta chaîne ?

Normalement à ce stade, la construction extérieure de ta chaîne YouTube doit être achevée !

Et justement, dans cette dernière partie du chapitre, on va s'intéresser à la construction intérieure de ta chaîne YouTube, c'est-à-dire au paramétrage interne de cette dernière.

Qu'est-ce que ces paramètres ?

Ce sont tout simplement des métadonnées, c'est-à-dire des données qui servent au « traitement » et au « renseignement » de ta chaîne sur YouTube.

Ces paramètres ne sont bien sûr pas la clé même du succès sur YouTube.

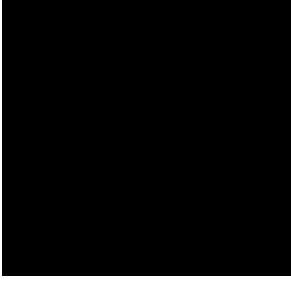
Mais ils représentent pourtant une part non négligeable de potentiel trafic, surtout lorsque tu commences.

Comme toujours, la chaîne contient des vidéos que tu peux retrouver à ces URL et qui illustrent ce qui est dit dans le livre !

<https://youtu.be/CEF9RqN0wvc> <https://youtu.be/xK7DqZznGhg>

.
.





Voici donc 5 actions clés pour bien paramétrer ta chaine YouTube.

Vérifier ta chaine

Ajouter des mots-clés à ta chaine

Ajouter le pays de ta chaine

Cocher que ta chaine n'est pas pour les enfants

Ajouter une image de branding

1. Vérifier ta chaine

Le premier paramètre pour une chaine déjà plus

professionnelle va être de faire vérifier ta chaine. Ne t'inquiète pas, tu as uniquement besoin d'une connexion internet et d'un numéro de téléphone.

La validation de ton compte est une étape cruciale, car une fois validée ta chaine pourra mettre en ligne des vidéos de plus de 15 minutes, et surtout, tu pourras utiliser des miniatures personnalisées, ce qui est la base pour réussir sur YouTube.

Pour valider ton compte YouTube, commence par te connecter à ton compte (sur YouTube), puis rends-toi à l'adresse suivante :

<https://www.youtube.com/verify>

Puis indique ton numéro de téléphone et rentre le code qui t'est envoyé.

Ta chaine sera alors automatiquement vérifiée par YouTube.

.

chaîne.

Du coup, tu dois absolument ajouter ces fameux mots-clés.

Pour cela, connecte-toi avec ta chaîne sur YouTube, rends-toi dans YouTube Studio, puis clique sur la roue dentée (en bas à gauche) et rends-toi dans la section chaîne.

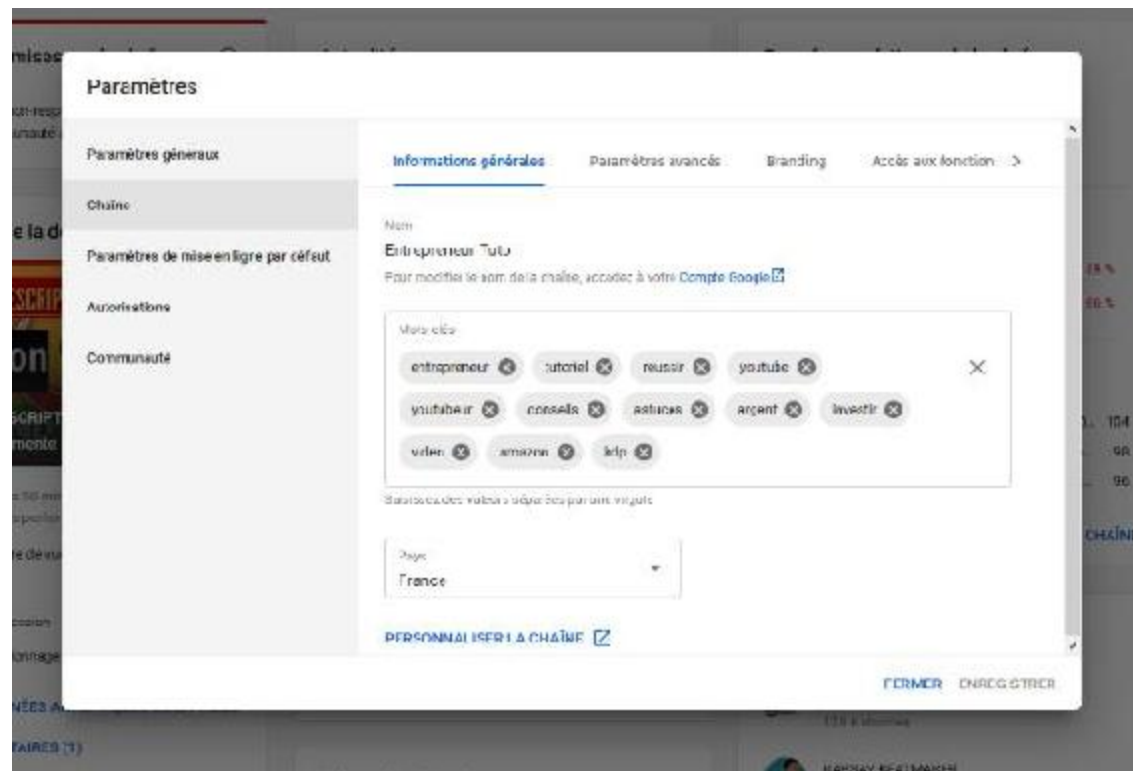
(YouTube > YouTube Studio > Paramètres > Chaîne) *Paramétrage des mots-clés de la chaîne dans YouTube Studio.*

Une fois là-bas, rentre les mots-clés qui correspondent à ta chaîne YouTube.

Encore une fois, si tu ne sais pas comment trouver ces fameux mots-clés, je t'invite à regarder les vidéos que j'ai citées plus haut.

Et également à utiliser le site keywordtool.io.

•
•





3. Ajouter le pays de ta chaine

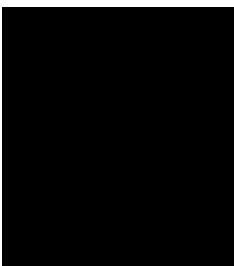
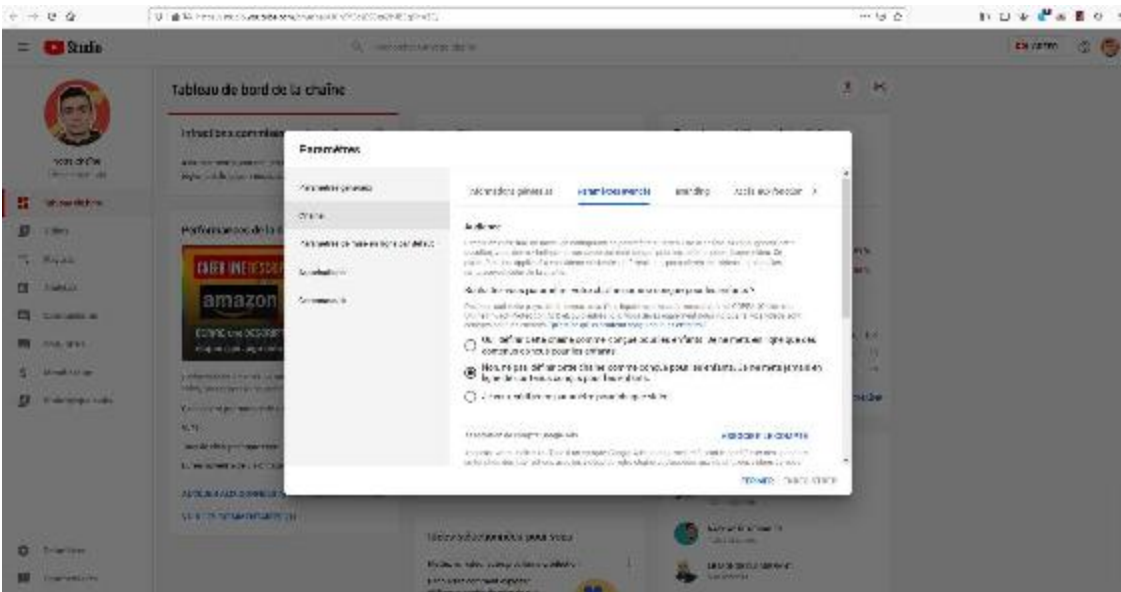
La prochaine métadonnée que tu vas indiquer va tout simplement être le pays de ta chaine.

Pourquoi ? Pour la simple et bonne raison que YouTube va mettre ton contenu plus en avant auprès des francophones (donc tu gagnes en impression).

Donc comme pour le point précédent, tu vas te rendre dans : (YouTube > YouTube Studio > Paramètres > Chaine) *Choix du pays de la chaine dans YouTube Studio.*

Puis tu vas sélectionner à l'aide du menu déroulant le pays de ta chaine YouTube (probablement la France).

·
·



4. Cocher que ta chaîne n'est pas pour les enfants Et enfin, pour terminer avec les métadonnées de la chaîne, tu vas encore te rendre dans le même menu que

précédemment :

(YouTube > YouTube Studio > Paramètres)

Sauf que cette fois-ci, tu vas te rendre dans l'onglet « Paramètres avancés ».

Choix de la limitation du contenu de la chaîne dans YouTube Studio.

Et dans cet onglet, tu vas cocher la case « Non, ne pas définir cette chaîne comme conçue pour les enfants. Je ne mets jamais en ligne de contenus conçus pour les enfants. »

Pourquoi ?

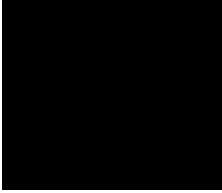
Tout simplement à cause de la loi COPPA qui protège les mineurs sur YouTube. C'est une super initiative de la part de YouTube, seulement, pour nous autres créateurs, le fait que la case cochée par défaut soit : « Oui, définir cette chaîne comme conçue pour les enfants. Je ne mets en ligne que des contenus conçus pour les enfants. » fait baisser notre impression.

Par conséquent, veille bien à cocher la bonne case.

.

.





5. Ajouter une image de branding

Ce dernier point est assez intéressant, car les débutants ne savent jamais qu'il existe.

En fait, tu vas ajouter une image de branding.

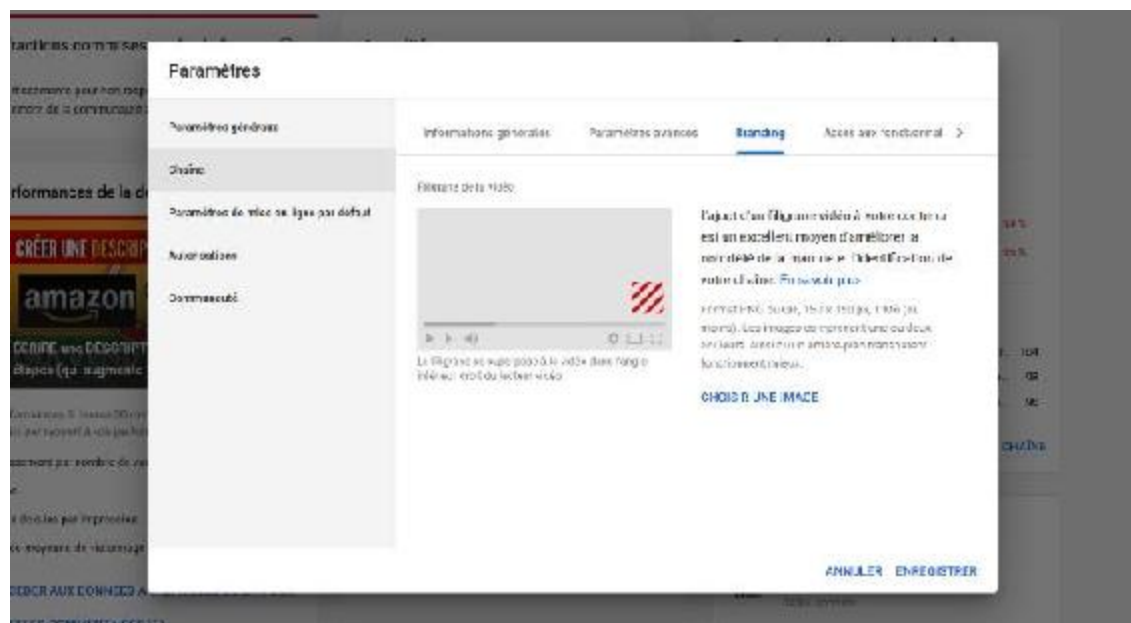
Qu'est-ce qu'une image de branding ?

Ça va tout simplement être la petite image en bas à droit de l'écran.

Lorsque les spectateurs passeront leur souris dessus, ils pourront s'abonner à ta chaîne sans quitter le lecteur vidéo.

Exemple d'image de branding.

- .
- .





Pour ajouter une image de branding, rends-toi toujours au même endroit : (YouTube > YouTube Studio > Paramètres > Chaine) Et cette fois-ci, va dans l'onglet branding, puis clique sur « Ajouter une image ».

Ajout d'une image de branding sur une chaine YouTube.

Puis sélectionne l'image que tu as envie d'ajouter.

Personnellement, si tu débutes, je te conseille de simplement mettre ton logo.

Retiens que cette image fait partie de tous ces petits détails qui font la différence entre une chaine professionnelle et une chaine lambda.

.

Si tu suis tous les conseils donnés dans ce chapitre, tu es sûr la bonne voie pour réussir !

Car une chaine propre et bien paramétrée est comme un beau magasin accueillant.

Et justement tu vas maintenant devoir remplir ton magasin de produits en passant au prochaine chapitre !

.

• **Crée ta chaine en regardant le tuto complet de la chaine sur YouTube : <https://youtu.be/VNPEo7TZtKk>**

- **Rédige la description de ta chaine en y faisant figurer les mots-clés de cette dernière, et en utilisant une structure de type Storytelling ou description formelle.**

- **Trouve un nom pour ta chaine en utilisant :**

- **Ta niche**

- **Ton prénom**

- **Un pseudo**

- **Design ton logo en veillant à ce que ce dernier soit :**

- **Simple**

- **Mémorable**

- **Cohérent**

- **Intemporel**

- **Polyvalent**

- **Dessine ta bannière en utilisant un modèle et en respectant ta charte graphique. Veille à y faire figurer les éléments suivants :**

- **Le nom de ta chaine**

- **Ton slogan**

- **Ta tête (visage)**

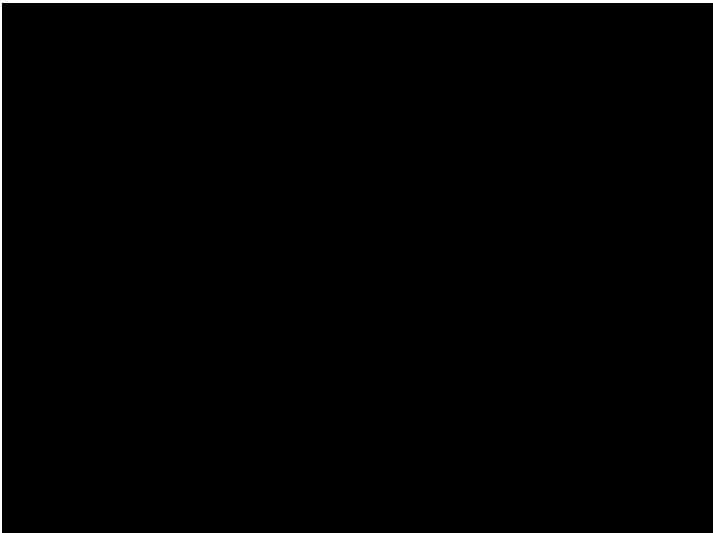
- **Ta fréquence de publication**

- **Règle les métadonnées de ta chaine dans YouTube Studio :**

- **Fais vérifier cette dernière par YouTube**

- Ajoute des mots-clés à ta chaine
- Précise le pays de ta chaine
- Enlève la restriction pour enfant
- Ajoute une image de branding

▪
▪
▪
▪
▪
▪
▪
▪
▪
▪



▪
▪





Félicitation, ta chaine est maintenant créée !

Et pour clore cette première grande partie en beauté, tu vas découvrir comment créer ta première vidéo !

Pourquoi faire un chapitre dédié uniquement à la seule première vidéo de ta chaine ? Tout simplement car cette dernière vient achever la création de ta chaine. En effet, il est important que tu postes au moins une vidéo, afin que YouTube te détecte comme étant un créateur.

Et bien sûr, dans ce guide, il y a un chapitre entier dédié à la création d'une vidéo de A à Z ! Néanmoins, étant donné que l'objectif de ce guide est de te permettre d'avancer le plus vite possible, j'ai choisi de t'épargner, dans ce chapitre, tous les détails sur la création d'une vidéo YouTube que tu retrouveras plus tard dans le guide.

Par conséquent, dans ce chapitre, on va aller droit au but pour créer ta première vidéo, ce qui va également te créer une première expérience. Tu seras donc plus à même de comprendre le processus de création d'une vidéo par la suite.

Sans plus tarder, voici les 4 points à respecter pour créer rapidement ta première vidéo :

Choisir le sujet de ta première vidéo

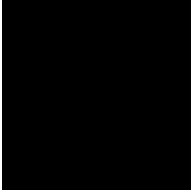
Choisir le type de vidéo que tu souhaites créer

Faire le montage de ta première vidéo

Publier ta première vidéo sur YouTube

.

.



I.

Choisir le sujet de ta première vidéo

Dans cette première étape, tu vas choisir le thème de ta première vidéo.

Et justement, si tu commences, il y a de fortes chances que tu sois perdu et que tu ne saches pas vraiment quel genre de vidéo faire.

Mais au final, cela n'a pas d'importance ! Car c'est ta première vidéo, et par conséquent, cette dernière n'est pas là pour être qualitatif, mais juste pour te créer une première expérience, ce qui est la base pour s'améliorer.

Du coup, pas besoin de te stresser : parle simplement d'un sujet qui te tient à cœur, et pose les bases de ta thématique. Tu peux également faire une vidéo présentation de ta chaîne que tu pourras épingler sur cette dernière pour les nouveaux utilisateurs.

Mais si tu es vraiment perdu, alors choisis simplement un sujet simple qui va droit au but. Il peut s'agir d'une vidéo informative dans laquelle tu donnes « x conseils pour ... ».

Par exemple si tu as une chaîne sur le sport, alors fais une première vidéo sur les 5 avantages de pratiquer une activité physique régulière.

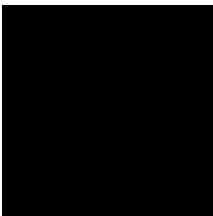
Si tu as une chaîne sur la cuisine, fais une vidéo dans laquelle tu expliques une recette simple pour débutant.

Bien sûr, tu peux prendre quelques notes (c'est même recommandé). Mais surtout, ne t'embête pas à écrire une grande vidéo très perfectionnée, car cette première vidéo a de fortes chances d'être vue exactement zéro fois.

En fait, tu dois juste comprendre que cette première vidéo est là pour lancer ta chaîne et qu'encore une fois, le but ici est de te faire une première expérience, pas d'atteindre le million de vues.

.

.



II.

Choisir le type de vidéo que tu souhaites créer

Quel type de vidéo souhaites-tu créer :

Facecam (filmer ta tête) ?

Screencast (filmer ton écran) ?

Faire un podcast audio ?

Ou encore, utiliser un logiciel d'illustration graphique ?

En fait, il n'y a pas un format qui est mieux qu'un autre. Tu dois simplement choisir celui qui est le mieux adapté à ton fond et surtout celui auquel tu as accès le plus rapidement possible.

Par exemple, si tu galères à filmer ton écran alors opte plutôt pour un facecam. Si, au contraire, le fait de montrer ta tête te hérise les poils, alors choisis plutôt un podcast audio illustré par des images.

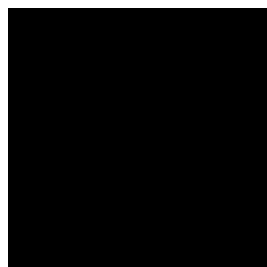
Et si vraiment le fait que les spectateurs voient ta tête ou entendent ta voix te perturbe, tu peux toujours créer une vidéo narrée par du texte.

Enfin, bref il y a plein de façons de tourner ta première vidéo, mais tu dois simplement garder à l'esprit que tu ne dois pas être perfectionniste ou trop exigeant sur la qualité de cette dernière.

Au contraire, vois simplement ce premier tournage comme un jeu et un simple test afin de t'améliorer par la suite.

.

.



III.

Faire le montage de ta première vidéo ?

Pour continuer avec la création de ta première vidéo, je te conseille de faire un petit montage, mais de ne vraiment pas le travailler à fond.

Car comme je l'ai déjà dit, il y a 90 % de chance que personne ne voit ta vidéo. Par conséquent, le fait de fournir un effort titanesque lors du montage de cette dernière va te décourager.

Fais un montage simple :

Coupe le début et la fin

Coupe les moments de blanc ou les moments où tu bégayes Ajoute un petit fond sonore (si tu peux)

Ajoute un peu de texte (si tu peux)

Et c'est tout !

Si tu ne sais pas quel logiciel de montage utiliser, et que tu n'as encore aucune compétence sur ces derniers, je te conseille d'utiliser iMovie si tu as un Mac, ou MovieMaker si tu as un PC (Windows).

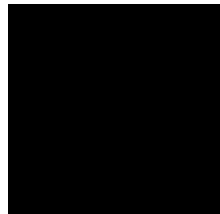
Pourquoi ces deux logiciels ?

Tout simplement car ils sont déjà préinstallés sur ton ordinateur, et sont assez simples à prendre en main.

De plus, il te sera facile de trouver de nombreux tutoriels sur internet.

Encore une fois, ne passe pas beaucoup de temps sur le montage de ta première vidéo. Je pense qu'une heure grand maximum est un temps correct.

.



IV.

Publier ta première vidéo sur YouTube

Et enfin, une fois que cette première vidéo est prête, poste-la sur YouTube et regarde sa performance naturelle, c'est-à-dire, le nombre de vu qu'elle engendre .

D'ailleurs, je vais faire une exception, et te dire de ne pas vraiment faire attention aux métadonnées de ta vidéo. Oui, même si je suis un maniaque des mots-clés et du référencement, je ne vais pas te dire de passer du temps sur ces derniers.

Au contraire, écrit une courte description d'une ou deux phrases du style « Voici une vidéo qui te montre comment ... »

Pareil pour le titre : va droit au but sans te prendre la tête.

Et pour ce qui est des mots-clés, tape ceux qui te passent par la tête lors de la publication de ta vidéo.

Puis, clique sur « publier ».

.
.

Bon, je vais être très honnête, comme je l'ai dit, il y a 90% de chance que ta vidéo ne fasse aucune vue et c'est normal. Personne ne te connaît, et tu as, pour ainsi dire, un référencement pitoyable comparer au monstre que sont tes concurrents.

Mais petit à petit, ta vidéo va commencer à générer une vue, puis deux , puis dix, puis cent, etc. Ce processus peut prendre plusieurs semaines, mois, voire années, et souvent, la plupart des gens abandonnent à ce stade, mais tu dois continuer !

Plus précisément, tu dois te concentrer, non pas sur la performance de ta première vidéo, mais bel et bien sur la production d'une deuxième vidéo, puis d'une troisième, et d'une quatrième, etc.

Si tu souhaites plus d'informations sur le nombre de vidéos à publier lorsque tu commences, je t'invite directement à lire le chapitre 8 qui traite en outre de la fréquence de publication sur YouTube.

Mais par-dessus tout, si tu souhaites à présent passer dans la phase deux, et faire monter ta chaîne YouTube avec une vraie production de vidéo de qualité, une vraie communauté, et une vraie progression en termes de vue et d'abonnés, alors tu peux passer à la deuxième grande partie de ce guide !

•
•
•
•

- **Ta première vidéo n'est pas là pour faire le buzz, mais uniquement pour te créer une première expérience. Par conséquent, attends-toi à ce que cette dernière n'engendre aucune vue : c'est tout à fait normal !**

- **Pour créer ta première vidéo, tu vas d'abord choisir le sujet de cette dernière, et prendre quelques notes.**

- **Tu vas ensuite choisir la forme de ta vidéo : facecam, screencast, podcast, et tu vas tourner ta vidéo.**

- **Arrive ensuite la phase du montage dans laquelle tu vas simplement faire des petites retouches comme couper le début et la fin de ta vidéo.**

- **Et enfin, publie ta vidéo dès que cette dernière est prête. Ne te soucie pas des métadonnées, et mets ce qui te passe par la tête.**

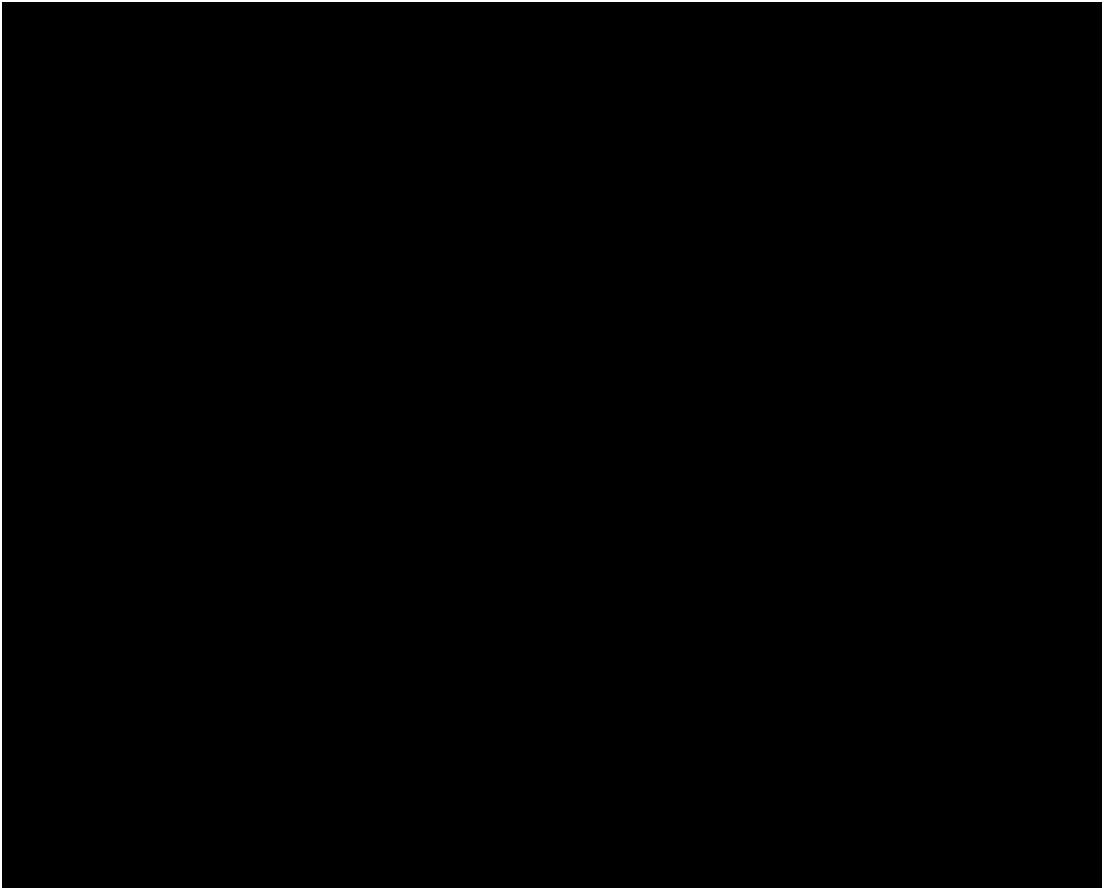
•
•

Partie II

MONTER TA CHAINED YOUTUBE



•
•
•



•
•



Voici le cœur de ta formation.
C'est sur cette partie que repose finalement la clé de ta réussite.

En effet, tu as beau avoir la chaîne la plus accueillante possible, si elle ne contient aucune vidéo, tu n'obtiendras aucun abonné !

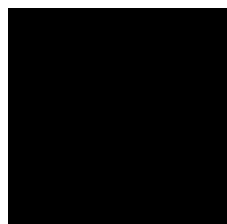
Et c'est pourquoi dans ce chapitre, tu vas apprendre de A à Z le processus de création d'une vidéo YouTube, et ce en 3 grands points : **Comment écrire une vidéo ?**

Comment tourner une vidéo ?

Comment monter une vidéo ?

.

.



I.

Comment écrire une vidéo ?

L'écriture représente le fond de la vidéo. C'est une étape majeure si tu souhaites créer un contenu de qualité.

Pourquoi ?

Tout simplement car si tu es débutant, il y a de fortes chances que tu ne sois pas à l'aise lors du tournage (même hors caméra).

Par conséquent, le fait d'écrire un script de vidéo au préalable te permettra de mettre tes idées et tes pensées en ordre.

Mais venons-en au fait : comment écrire un bon script ?

Cela va grandement dépendre du type de vidéo que tu fais. Et bien sûr, chaque niche, chaque créateur, et chaque contenu aura une présentation différente.

Mais dans tous les cas, si tu veux obtenir un script de qualité qui captive tes spectateurs, tu dois respecter ces 3 points cruciaux : **L'accroche**

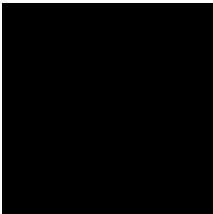
Le sujet principal

Le récapitulatif

Voyons dès maintenant ces 3 points en détail.

.





1. L'accroche

L'accroche désigne la toute première partie de la vidéo, celle qui est justement censée accrocher (c'est-à-dire captiver) l'utilisateur.

Ce premier passage de la vidéo est sûrement le plus important, car tu n'as que 4 secondes pour convaincre un utilisateur YouTube de rester sur ta vidéo, au lieu de cliquer sur celle proposée en suggestion.

Tu dois donc mettre le paquet au tout début de la vidéo.

Et pour cela, il y a 3 clés à suivre et à soigner :

Élaborer la première phrase

Parler du spectateur, au spectateur

La technique Q.P.C.

La toute première phrase de ta vidéo doit donner envie.

Évite à tout prix les phrases du type « Salut tout le monde, aujourd'hui on se retrouve dans une nouvelle vidéo... » car cela fera fuir la plupart des spectateurs.

En effet, ayant personnellement utilisé une intro de ce type au début de mes premières vidéos, je constatais que la plupart des spectateurs n'étaient pas captivés, et s'en allaient avant les 45 premières secondes de la vidéo.

Mauvais taux de

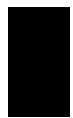
réention d'audience,

à cause d'une

mauvaise phrase

d'accroche.

.
.



En fait, c'est la première phrase qui va jouer un rôle clé sur ta réention d'audience. Par conséquent, cette dernière doit être plus qu'aguicheuse.

Pour cela, je te conseille d'utiliser un de ces modèles (ou en tout cas d'en utiliser un qui y ressemble) :

- « Si vous + [Problème rencontré], + alors vous êtes sur la bonne vidéo, car vous allez apprendre comment + [Résultat]. »

- « *Comment [Résultat], + c'est ce que vous allez apprendre dans cette vidéo.* »

- « *[Sujet de la vidéo] + est un point crucial si vous souhaitez + [Résultat].* »

Cette simple intervention dès le début de la vidéo va permettre aux spectateurs de comprendre pourquoi il doit rester sur ta vidéo.

Et ça nous amène à la deuxième clé.

Parler du spectateur, au spectateur

Un moyen très efficace de capter l'attention de quelqu'un est de lui parler... de lui-même. En effet, même si ça paraît égoïste, d'un point de vue purement psychologique, le sujet dont on préfère parler, c'est de soi-même !

Par conséquent, et peu importe ta niche ou le sujet de la vidéo, le fait de parler directement aux spectateurs et de lui dire ouvertement ce qu'il va gagner en regardant cette dernière va avoir pour impact de capter automatiquement son intention, car le spectateur sera mis au cœur du contenu et occupera alors une dimension active.

D'ailleurs, si tu regardes le point précédent, tu t'apercevras que chaque modèle de phrase contient le terme « vous » qui inclut donc le spectateur dans le discours.

.
.





La technique Q.P.C.

La « technique Q.P.C. » est sans doute l'une des plus connues des copywriters pour captiver l'attention des gens.

Mais alors, qu'est-ce la technique Q.P.C. me dirais-tu ?

C'est l'abréviation de « *Quoi ? Pourquoi ? Comment ?* ».

En fait, toute ton accroche (introduction) doit être basée sur ce principe.

C'est-à-dire que tu vas commencer par expliquer au spectateur le sujet de la vidéo. Tu l'informes en fait du contenu qu'il s'apprête à consommer.

Puis tu vas dire à ce spectateur pourquoi ce sujet est si important que ça. À quoi sert-il ? Que va-t-il apporter au spectateur ?

Et enfin, tu vas dire comment ce sujet (résultat) peut être atteint.

Quelles sont les embuches (problèmes) qui se hissent entre lui et l'atteinte de l'objectif.

Illustrons à présent ces 3 clés avec un exemple d'accroche de vidéo complète.

Exemple :

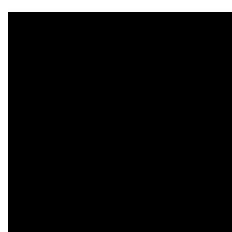
« Si vous souhaitez obtenir vos 1 000 premiers abonnés YouTube en 1 mois, alors vous êtes tombé sur la bonne vidéo, car vous allez découvrir 5 astuces pour booster le compteur d'abonnés de votre chaîne !

Cette croissance aura pour effet de créer un effet boule de neige, car plus vous aurez d'abonnés et plus vous serez connu. Donc vous gagnerez encore plus d'abonnés, etc.

Néanmoins, réussir à se constituer une telle audience est difficile, car la concurrence sur YouTube est accrue ! Mais grâce à ces 5 techniques, vous allez pouvoir vous démarquer de la masse ! »

.

.



Je le répète encore une fois : l'accroche est la partie la plus importante de ta vidéo, car c'est elle qui va déterminer si oui ou non le spectateur va rester sur ton contenu, ou s'il décide d'aller voir dans les suggestions (souvent très alléchantes !).

2. Le sujet principal

Maintenant, que ton accroche est rédigée, tu vas pouvoir te concentrer sur la rédaction du contenu relié au sujet en lui-même (le véritable fond).

Tu vas donc étudier point par point ta vidéo et passer du temps à connaître le ou les sujets abordés sur cette dernière.

Pour ce qui est de l'écriture en elle-même. Il y a deux écoles : Écrire le texte en intégralité

Utiliser des bullets points

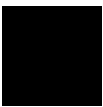
Personnellement, je trouve qu'il n'y a pas de meilleures façons de faire. En fait, ton choix va en grande partie se baser sur le type de vidéo que tu traites.

Si tu souhaites aborder un sujet en détail dans une grande vidéo très travaillée (comme celles de la chaîne « Marketing Mania ») qui te prendra plusieurs jours, voire semaines de travail, l'écriture littérale et complète est sans doute ce qu'il y a de mieux. En effet, une vidéo écrite à la lettre près te permettra de réellement structurer toutes tes idées et tout ce que tu as à dire.

C'est personnellement, ce type de script que j'utilise, même si une fois devant la caméra, j'ai un débit de parole accru qui ne respecte pas forcément le texte que j'ai précédemment écrit.

Néanmoins, comme je l'ai dit auparavant, cela permet de faire un grand travail de réflexion et de recherche, ce qui fait qu'une fois que j'allume la caméra, je connais mon sujet sur le bout des doigts.

.



À présent, pour ce qui est de la méthode des bullets points, elle consiste comme son nom l'indique à lister les différents thèmes abordés dans ta vidéo, afin d'avoir une sorte de plan lors du tournage.

Cette méthode est à privilégier si tu crées des « petites » vidéos, c'est-à-dire des vidéos où tu abordes brièvement un des nombreux points de ta thématique.

Dans ce cas-là, et surtout si tu connais déjà bien le sujet dans tu vas parler, le fait d'utiliser les bullets points te permettra de gagner du temps, car l'écriture de ta vidéo ne te prendra que quelques minutes.

Et d'ailleurs, rien ne t'empêche d'adapter cette méthode à ta façon. Par exemple en ajoutant des couleurs, ou même en faisant une carte mentale !

Mais pour ce qui est du fond de ta vidéo, je t'invite si ton sujet s'y prête à utiliser un arc narratif de Storytelling que je vais résumer brièvement :
Situation initiale :

Tu poses le décor en déterminant la situation dans laquelle se trouve le spectateur. Tu dois mettre en avant son objectif, lui faire comprendre pourquoi c'est important, et le confronter au problème qui l'empêche de l'atteindre (technique Q.P.C.).

L'épopée :

Tu vas essayer coûte que coûte de trouver des solutions au problème du spectateur. Tu vas montrer que certaines solutions pourraient marcher, mais qu'en fait ... elles ne conviennent pas vraiment. Jusqu'au moment où tu arrives à la fin de la vidéo et où tu lui apportes la seule vraie solution.

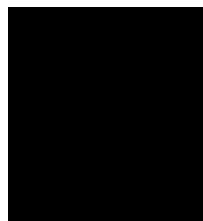
Retiens bien que tu dois créer des rebondissements entre victoires puis défaites, puis à nouveau victoire, etc.

Le triomphe :

Finalement, tu présentes la solution finale et tu résous son problème initial pour de bon. Cela va permettre à l'utilisateur d'atteindre l'objectif qui lui était jusqu'à là inaccessible, justement à cause de ce problème (que tu as résolu).

.

.



3. Le récapitulatif

Enfin, tu dois respecter ce troisième petit point qui est de récapituler les différentes informations de ta vidéo à la fin de cette dernière.

Même si pour toi, faire le bilan ne te paraît pas forcément important, car le sujet te paraît trivial, n'oublie jamais que le spectateur vient quant à lui de découvrir pour la première fois ces informations.

Mets-toi deux minutes à sa place : il vient de se prendre une vague d'instruction en pleine figure ! Et la plupart du temps, il n'a pas forcément une feuille et un stylo pour prendre des notes...

Par conséquent, récapituler les informations de la vidéo augmentera drastiquement la qualité de cette dernière, et poussera le spectateur à s'abonner à ta chaîne YouTube .

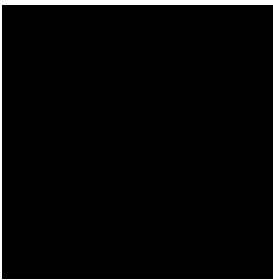
Et boom ! Désormais, tu es en pleine capacité d'écrire des vidéos captivantes qui te garantissent un bon watchtime !

Bien sûr, ton talent pour l'écriture s'aiguïsera à force de pratiquer, mais après avoir lu la première partie de ce chapitre, tu es dans la bonne voie.

Et justement, maintenant que ta vidéo est écrite, tu vas devoir la tourner pour rendre réel et palpable le plan que tu as soigneusement élaboré !

.
.





II.

Comment tourner une vidéo ?

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, tu n'as pas besoin d'un studio Hollywood pour tourner des vidéos

YouTube de qualité.

Bien sûr, lorsqu'on regarde les gros youtubeurs présentant leur setup, on s'aperçoit vite qu'ils tournent avec du matériel professionnel, et possèdent parfois même toute une équipe de tournage.

Mais à leur stade, c'est quelque chose de tout à fait normal, étant donné qu'ils rentabilisent le coût faramineux d'un tel équipement.

Et justement, YouTube est vraiment génial, car c'est un média qui permet de se lancer sans capital initial, c'est-à-dire avec un investissement quasi nul.

Par conséquent, dans cette première sous partie je vais te montrer quel matériel utiliser lorsque tu commences sur YouTube. Tu peux d'ailleurs

retrouver une vidéo qui traite du même sujet sur la chaîne.

<https://youtu.be/0TbzVKN4ec8>

En fait, tu dois comprendre que tu n'as besoin que de 3 outils fondamentaux ,

Un smartphone (récent)

Un microphone

Un bon éclairage

Voyons à présent ce matériel un peu plus en détail !

•
•

APPAREIL PHOTO	
Caméra	48 Mpx, 8 Mpx, 2 Mpx, 2 Mpx
Nombre de capteurs (arrière et avant)	5
Définition Enregistrement Vidéo	4K@30 IPS
Flash arrière	Flash LED
Flash à l'avant	Non
Taille des photosites	0.8 µm
Ouverture objectif photo	f/1.8
Ouverture second objectif photo	f/2.2
Capteur photo frontal	13 Mpx

Où acheter le **XIAOMI REDMI NOTE 8T** au meilleur prix ?

Darty	179€	Découvrir l'offre
Ebay	141€	Découvrir l'offre
Rakuten	144€	Découvrir l'offre
Amazon Marketplace	151€	Découvrir l'offre
Cdiscount Marketplace	158€	Découvrir l'offre
Red	169€	Découvrir l'offre
Gearbest	172€	Découvrir l'offre
Electro Dépôt	178€	Découvrir l'offre
Boulangier	179€	Découvrir l'offre
Rue du Commerce	179€	Découvrir l'offre
Cdiscount	181€	Découvrir l'offre

[Voir moins d'offres](#)





1. Un smartphone

Pas besoin d'acheter un canon EOS 700d ou tout autre appareil photo hors de prix !

En fait, tu as juste besoin d'un smartphone « récent ».

Pourquoi récent ? Car de nos jours, même des téléphones bas de gamme à 200,00 € ou 300,00 € sont capables de faire de superbes vidéos.

Exemple de smartphone à prix réduit possédant une bonne qualité vidéo et un bon stockage.

Personnellement, j'utilise un iPhone 6S pour tourner mes vidéos (en 4K)
Pour ce qui est du trépied : je recommande un trépied Gorilla Pod que j'utilise personnellement et qui permet d'accrocher ton smartphone à toutes les surfaces.

Image de trépieds Gorilla Pod

que j'utilise personnellement.

.

.



De plus, j'utilise une clé USB pour iPhone afin de stocker les vidéos filmées lors des tournages. J'utilise également une iDiskk Lightning Flash Drive de 256 Go (clé USB pour smartphone), car le 4K prend énormément de place (+300 Mo/60s) sur mon pauvre iPhone de 32 Go.

Image de clés USB pour iPhone

que j'utilise personnellement.

Dans ce livre nous n'aborderons pas les appareils photo ou les caméras comme les compacts et les réflexes, étant donné que je n'en utilise pas (encore), je ne peux donc pas te partager mon expérience.

De plus, pour ce qui est du cadrage, je ne suis pas un expert, et encore une fois, il n'y pas de bonnes ou de mauvaise méthode. C'est à toi de trouver la bonne recette et ta touche d'originalité en termes de forme et de style.

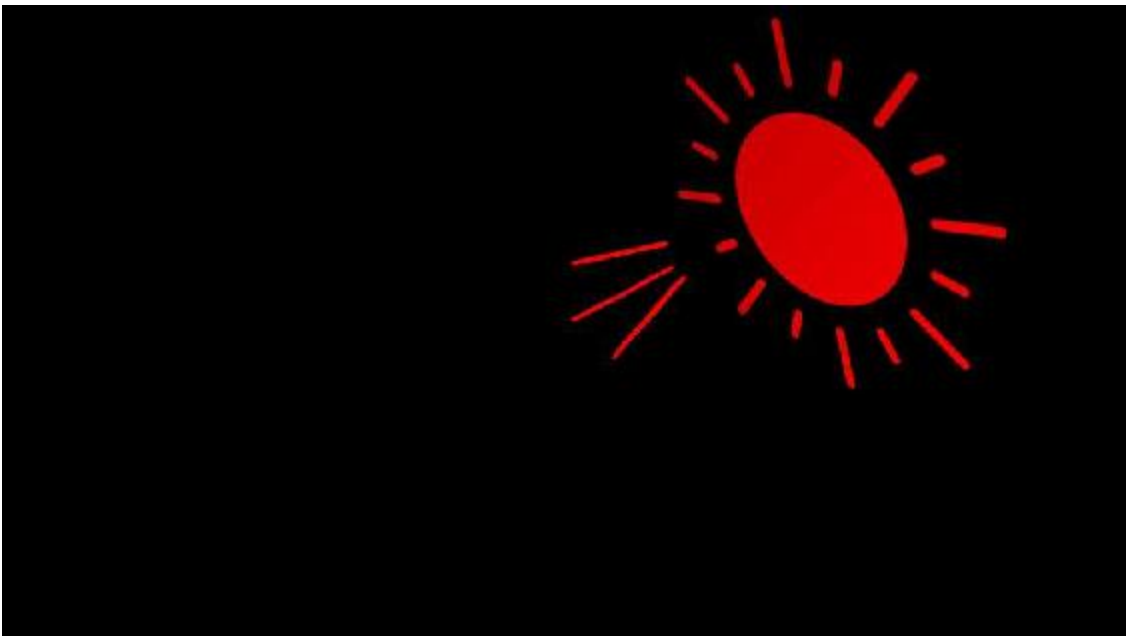
Je pense donc que s'il y avait un achat à placer en dernier sur ta liste, c'est la caméra ou l'appareil photo. Surtout que la plupart du temps, lorsque tu commences sur YouTube, tu ne maîtrises pas les réglages et les multiples fonctionnalités disponibles sur l'appareil.

C'est pour cela que cet achat ne serait finalement pas rentable.

Mais surtout car, au final, ce n'est pas l'appareil photo qui va te permettre d'avoir une réelle bonne image.

Ce qui nous amène au deuxième outil.

.



2. Un bon éclairage

J'ai bien dit que l'appareil photo ne fait pas tout le travail ...

eh bien, c'est en effet le cas !

Car tu auras beau avoir la meilleure caméra du marché, celle qui est utilisée pour tourner les plus gros films d'action, il n'en est rien si tu n'as pas un bon éclairage !

Par conséquent, tu dois plus te concentrer sur l'éclairage que sur l'appareil photo.

Bon, tout ça c'est cool, mais du coup, comment mettre en place un bon éclairage ? Bien sûr, je n'ai pas la réponse absolue car je ne suis pas cadreur...

Mais je peux néanmoins te donner les deux principales méthodes pour un bon éclairage :

L'éclairage naturel :

C'est tout simplement l'éclairage de la lumière du jour (du soleil).

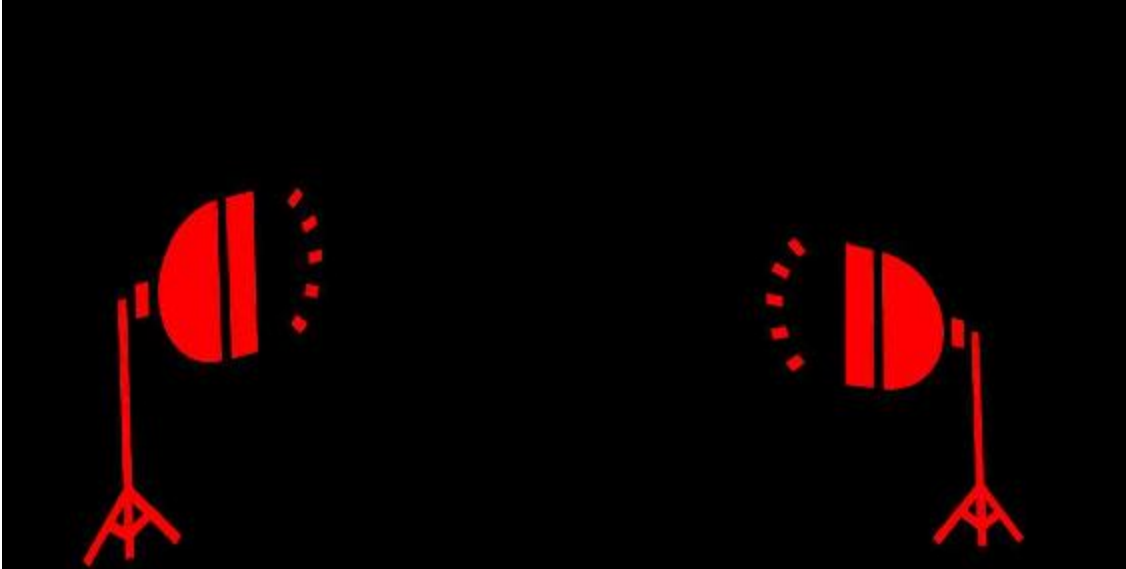
Ce type d'éclairage est particulièrement intéressant car il est relativement simplement à mettre en place et ne demande pour ainsi dire aucun apport financier.

Il suffit tout simplement de te mettre face à la lumière du soleil.

.

.





Néanmoins attention, car cette méthode demande un peu de technique.

Premièrement, tu dois faire attention à ne pas avoir un fond clair derrière toi.

Par exemple, un grand mûr banc risque de créer un contrejour.

Tu dois également faire attention à l'heure de la journée à laquelle tu tournes. En effet, privilégie plutôt le début et la fin de journée lorsque le soleil est assez bas.

Pourquoi ?

Pour la simple et bonne raison que vers midi et en pleine journée, le soleil est haut dans le ciel, et ne va pas forcément produire une bonne lumière (les rayons seront cassants et arriveront à la verticale sur toi).

Par conséquent, garde à l'esprit que cette méthode ne demande aucun matériel, mais qu'elle est quand même un petit peu technique.

L'éclairage artificiel.

L'éclairage artificiel est celui qui est utilisé la plupart du temps par les vidéastes, et qui consiste à t'éclairer à l'aide d'une ou plusieurs lampes.

.



Cette méthode a l'avantage d'être assez efficace, car tu peux avoir un total contrôle sur la manière dont tu éclaires.

Par exemple, tu peux choisir d'augmenter ou de diminuer manuellement la luminosité et l'exposition de manière très simple, contrairement à l'éclairage naturel.

Du coup, quel matériel dois-tu utiliser ?

Personnellement, j'utilise des lampes halogènes, qui sont plaquées vers moi, et je trouve que le résultat me convient plutôt bien. D'ailleurs, c'est la méthode que j'utilise dans toutes mes vidéos.

Néanmoins, si tu as envie d'avoir un meilleur éclairage que le mien (ce que je peux comprendre), tu peux toujours investir dans ce qu'on appelle des

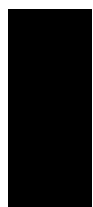
« rings », qui sont tout simplement des lumières en forme de rond dans lesquelles tu peux placer ta caméra ou ton téléphone.

Image de « ring light ».

Donc, tu sais désormais comment produire une vidéo avec une image de qualité, et c'est génial ! Seulement, à présent, tu dois comprendre une chose : l'image d'une vidéo n'est pas la partie la plus importante pour la qualité de cette dernière.

Ce qui nous amène au troisième outil.

.



3. Un microphone

J'ai une question :

Si tu étais sur un champ de bataille et que tu avais le choix entre un bouclier et une épée : laquelle de ces deux armes choisirais-tu ?

Peut-être que tu serais tenté de prendre l'épée afin de pouvoir attaquer ton adversaire. Mais en réalité, et même si ça n'en a pas l'aire, c'est le bouclier qu'il faut choisir, car c'est celui-ci qui va te permettre de survivre.

Donc même si ce n'est pas le plus classe au premier abord, c'est lui qui te garantira le meilleur résultat !

Eh bien, pour YouTube, c'est pareil !

Si je te dis « faire une vidéo », tu vas directement penser à une superbe caméra, un beau lieu de tournage, ou encore un montage incroyable !

Et justement, il y a de fortes chances que tu délaisses l'outil du microphone, étant donné qu'une vidéo évoque un contenu particulièrement visuel.

Pourtant, même s'il ne fait pas rêver, le micro est ce qu'il y a de plus important dans la qualité d'une vidéo.

En fait, tu dois vraiment comprendre que si une vidéo a une qualité d'image dégelasse, mais que le son est soigné, alors les spectateurs resteront devant.

Par contre, si ton image est en 4K 60 fps avec le meilleur éclairage du monde, mais que le son a été enregistré avec le micro du téléphone placé à deux mètres de la personne ... les spectateurs vont directement fuir la vidéo, car la qualité sonore sera extrêmement désagréable.

.

.





Par conséquent, j'ai fait une vidéo à part sur la chaîne YouTube (Entrepreneur Tuto) dans laquelle je te présente ce qui est selon moi le meilleur microphone du marché en termes de rapport qualité/prix.

<https://youtu.be/mZEIEOEitkI>

Ce micro, c'est le microphone BOYA qui coûte 19,99 € sur Amazon et qui est vraiment super !

Encore une fois, je te conseille d'aller voir la vidéo sur la chaîne qui traite de cet outil, et dans laquelle je te montre la qualité audio de ce dernier. Je tiens à préciser que mon avis est purement objectif, et que je ne suis PAS sponsorisé.

Bien sûr, si j'ai choisi de te présenter ce micro, c'est parce qu'il est adapté aux débutants. C'est-à-dire qu'il fournit une bonne qualité pour un prix raisonnable.

Mais évidemment, il existe de bien meilleures qualités de son sur le marché !

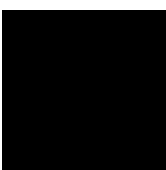
Dans l'idéal (et si tu as les moyens), je te recommande un Blue Yeti qui te fournira un son exceptionnel.

Image d'un microphone Blue Yeti.

Et surtout, je te recommande vraiment d'investir dans un micro, car c'est vraiment cet outil qui va faire décoller la qualité de tes vidéos.

.

.



4. Le tournage

Maintenant, que tu sais quel matériel utiliser, tu dois justement apprendre à l'utiliser.

Pour cela, et même si c'est un peu ironique, je te conseille internet, car tu y trouveras des tas de tutos qui t'expliqueront bien mieux que moi comment utiliser tel appareil ou tel micro.

En fait, pour ma part, je vais plutôt te donner directement des conseils pour optimiser le moment du tournage.

Voici donc 3 règles que tu dois respecter pour un tournage de qualité.

Avoir tes notes

Sans doute, la base : aie ton script à portée de toi.

Prépare ton script grâce à la première partie de ce chapitre, et garde-le à portée de main lors du tournage de ta vidéo.

Cela te permettra d'être efficace lors de ta prise de parole. En fait, je t'invite plus précisément à avoir tes notes sur une tablette ou sur ton smartphone.

Ainsi, tu pourras y avoir accès rapidement sans pour autant avoir une feuille en main. C'est d'ailleurs la technique que j'utilise comme on peut le voir sur mes vidéos.

Technique pour avoir ses

notes à portée de main.

.





Connaitre ton texte

Pour compléter l'astuce précédente, je vais te dire ce que t'ont toujours dit tes professeurs lorsque tu passais un exposé : ne lis pas tes notes !

En fait, tu dois connaître ton texte, non pas par cœur, mais au moins un minimum afin de savoir où tu vas lorsque tu parles.

Car la plupart du temps, l'erreur fatale des débutants est d'allumer la caméra et de partir en freestyle sans suivre leur texte.

Bien sûr, tu peux improviser, mais garde à l'esprit que tu dois suivre le fil rouge de ton texte, d'où les notes sur ton portable pour t'aider à te resituer entre chaque partie, histoire de voir ce qui a été dit et ce qu'il te reste à traiter.

Soie zen

Concernant ton attitude, il est assez compliqué d'expliquer dans un livre comment réussir à être à l'aise devant une caméra.

En fait, il n'y a pas de hack ou de truc miracle : il faut simplement pratiquer le plus possible pour s'entraîner.

Néanmoins, je te recommande quand même quelques points : Veille à bien regarder l'objectif de la caméra et ne détourne pas les yeux de ce dernier.

Tiens-toi droit et utilise un langage non verbal et des expressions faciales en rapport avec ton discours.

Évite de t'emballer : n'hésite pas à faire une pause de plusieurs secondes si tu ne sais plus quoi dire ou que tu t'emmêles les pinceaux.

.

.

À présent, si tu n'es pas à l'aise face à la caméra, l'un des moyens les plus faciles pour commencer à te filmer consiste à demander à un proche ou une personne de confiance de se placer derrière la caméra.

Une fois que la personne est placée, tu n'as qu'à lui parler de manière franche et détendue (comme d'habitude).

Et même sans avoir allumé ta caméra, tu peux essayer de lui parler juste pour t'habituer à la situation. Tu dois simplement t'accoutumer à la posture et aux circonstances.

De plus, je te conseille (si tu débutes et que tu n'es pas très à l'aise en facecam) de rester dans le même lieu, à la même position, et avec le même angle de caméra afin de pouvoir t'habituer lors de tes premières expériences.

Et bim ! Tu sais maintenant comment tourner comme un pro !

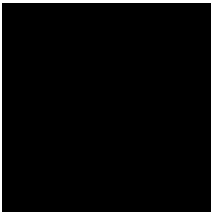
Bien sûr, et comme toujours, le mot d'ordre est : l'expérience.

Plus tu pratiqueras, plus tu passeras à l'action, et plus tu t'amélioreras.

D'ailleurs, tourner une vidéo est la deuxième étape du processus de fabrication, mais il faut maintenant que cette dernière prenne vie ...et c'est là qu'intervient le montage !

.

.



III.

Comment monter une vidéo ?

Maintenant que tu sais comment créer une vidéo de qualité, tu vas devoir lui donner vie et cette étape passe par le montage.

Mais avant de passer aux logiciels de montages, on va devoir parler de l'ordinateur.

0. L'ordinateur de travail

Ce dernier est peut-être le deuxième point le plus essentiel après le micro.

En effet, si tu as une super caméra et une superbe qualité vidéo, tu auras en fait une super matière première brute, qu'il va falloir raffiner.

Et c'est là qu'entrent en jeu l'ordinateur et le logiciel de montage que tu utilises.

Car si tu as un ordinateur pourri, qui rame, et qui supporte à peine le traitement de texte, faire du montage avec ce dernier sera un véritable calvaire et te découragera.

C'est pourquoi je te recommande un minimum de 4 Go de RAM, un processeur Intel Core i5 (ou équivalent) voire plus, et au moins 256 Go de stockage interne.

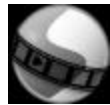
Bien sûr, cette configuration n'est pas une norme absolument, mais je t'encourage vivement à avoir un bon outil de travail.

Personnellement, j'utilise un Asus G751 JT avec un processeur Intel Core i7

(2,5 - 3,5 GHz), 8 Go de RAM, et 1,8 To de stockage.

Image d'un ordinateur Asus G751 JT.

.





À présent, passons aux cœurs du sujet : les logiciels de montages.

C'est finalement un des premiers trucs auquel on pense lorsqu'on parle de YouTube, avec bien sûr cette fameuse question :

« *Quel logiciel utiliser lorsqu'on débute ?* »

Et c'est vrai qu'il n'est pas facile d'y répondre ... En fait, ton choix va se baser sur deux critères :

→ Tes capacités à utiliser le logiciel

→ Le prix du logiciel

Personnellement, j'ai toujours utilisé Adobe Premiere Pro, car je pense que c'est THE logiciel pour faire des vidéos de qualité.

Mais si tu n'as pas envie de dépenser de l'argent dans un tel logiciel, ou que tu ne sais tout simplement pas comment l'utiliser, alors voici 5

logiciels de montage gratuit et performant, pour lesquels tu pourras trouver de multiples tutos sur internet !

Je vais donc te présenter ces 5 logiciels de montages gratuits et adaptés aux débutants :

Openshot

Avidemux

Blender

VideoPad

Lightworks

.



1. [Openshot](#)

Openshot est le logiciel de montage parfait pour les débutants !

Souvent comparé à iMovie sur Mac, il dépasse son concurrent et propose des recadrages, des calques d'images ainsi que de transitions vidéo !

Il possède une interface très facile d'accès et très intuitive qui permet aux débutants de progresser au fur et à mesure de leurs progrès.

Il est disponible sur tous les systèmes d'exploitation et possède un forum utilisateurs. Néanmoins, il a l'inconvénient de proposer des fonctions assez basiques.

2. [Avidemux](#)

Avidemux est un logiciel parfait pour la retouche rapide.

En effet, son interface légère a l'avantage d'être supportée sur les plus petites configurations.

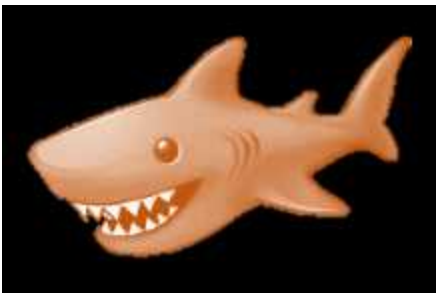
De plus, il est idéal pour les débutants, car simple d'utilisation. Il est également disponible sur tous les systèmes d'exploitation. Néanmoins, il possède encore une fois des fonctionnalités assez restreintes.

3. [Blender](#)

Contrairement aux deux logiciels précédents, Blender est prévu pour des projets plus perfectionnés. En effet, c'est à la base un logiciel d'animation 3D, mais qui, progressivement, est devenu une référence dans le monde du montage.

Attention cependant, car son interface n'est pas du tout conçue pour les débutants !

Il est donc idéal pour les gros montages, mais risque de te décourager si tu commences. Et comme toujours, il est disponible sur tous les systèmes d'exploitation.





4. [VideoPad](#)

Vidéo Pad sort un peu du classement, car il est avant tout réservé au montage pour les réseaux sociaux.

En fait, il te permet d'ajouter du texte, des effets couleur, des transitions, etc.

Mais l'un de ses plus gros avantages est qu'il fonctionne en « glisser-déposer » ce qui est un vrai plus pour les débutants.

Bien sûr, comme tu peux t'en douter, il ne possède pas des fonctionnalités très avancées. Il est disponible sur Mac et Windows (donc pas Linux).

5. [Lightworks](#)

Pour finir en beauté, je vais te présenter le logiciel Lightworks.

Qu'est-ce que Lightworks ?

C'est tout simplement le logiciel qui a été utilisé pour les montages de Shutter Island, Le Loup de WallStreet, ou encore, Pulp Fiction !

Donc oui, c'est un vrai logiciel de montage. Bien sûr, sa version la plus perfectionnée est payante, mais tu peux néanmoins utiliser la version gratuite qui propose de réelles fonctionnalités professionnelles.

Attention toutefois à ta configuration de PC : un tel monstre demande un bon processeur et au moins 6 Go de RAM.

Tu peux retrouver ces 5 logiciels de montages dans cette vidéo (sur ma chaîne)

<https://youtu.be/DY-Eq1S9Gpw>

.

.



Bon OK, pour les logiciels, mais maintenant, comment faire du montage ?

Eh bien, je pense que le meilleur moyen d'apprendre est de te lancer à tâtons pour découvrir directement « sur le terrain » les fonctionnalités.

Honnêtement , je pense que tu peux trouver toutes tes réponses sur internet, et que tu dois chercher une évolution progressive dans tes compétences.

Personnellement, j'ai tout appris uniquement en me lançant et en cherchant sur le web dès que j'étais en difficulté.

Bien sûr, si tu as l'envie et les moyens, tu peux toujours acheter une fameuse formation en ligne pour apprendre « plus rapidement », mais je doute que ce soit vraiment nécessaire.

Par conséquent, garde à l'esprit que le montage est la dernière étape pour la création même de ta vidéo. C'est à ce moment que cette dernière va réellement prendre vie.

En outre, lorsque tu commences, je te conseille de ne pas passer beaucoup de temps sur le montage, tout simplement, car tu risques de t'arracher les cheveux pour pas grand-chose ... Laisse le temps au temps !

Et pour ce qui est du style du montage en soit, je dirais que le minimum consiste à :

Recadrer l'image

Corriger les couleurs

Couper le début, la fin, et les moments de blanc

Ajouter du texte

Ajouter un fond sonore

Encore une fois, je t'invite vraiment à prendre gout au montage, car c'est toi qui créer ta propre vidéo !

.

Même si c'est en pratiquant que tu t'amélioreras, tu connais désormais les bases pour créer une bonne vidéo .

Bien sûr , ce chapitre est resté assez superficiel, afin que l'ouvrage reste buvable !

Néanmoins, il te permet d'avoir sous la main un manuel d'utilisation quant au protocole de création d'une vidéo.

Mais même si créer une vidéo représente la plupart du travail du vidéaste, il y a une dernière phase pour la véritable création d'une vidéo sur YouTube

...

Et tu découvriras ça dans le prochain chapitre !

.

.

.

.

• **Le processus de création d'une vidéo se fait en 3 étapes :**

▪ **Écriture**

▪ **Tournage**

▪ **Montage**

• **L'écriture d'une vidéo se fait en 3 étapes :**

▪ **L'accroche (captiver le spectateur)**

▪ **Le sujet principal (instruire le spectateur)**

▪ **Le récapitulatif (aider le spectateur)**

• **Le tournage d'une vidéo ne nécessite pas forcément un gros matériel.
En tant que débutant, tu as juste besoin :**

▪ **D'un smartphone (récent)**

▪ **D'un microphone (BOYA)**

▪ **D'un bon éclairage (Naturel / Artificiel)**

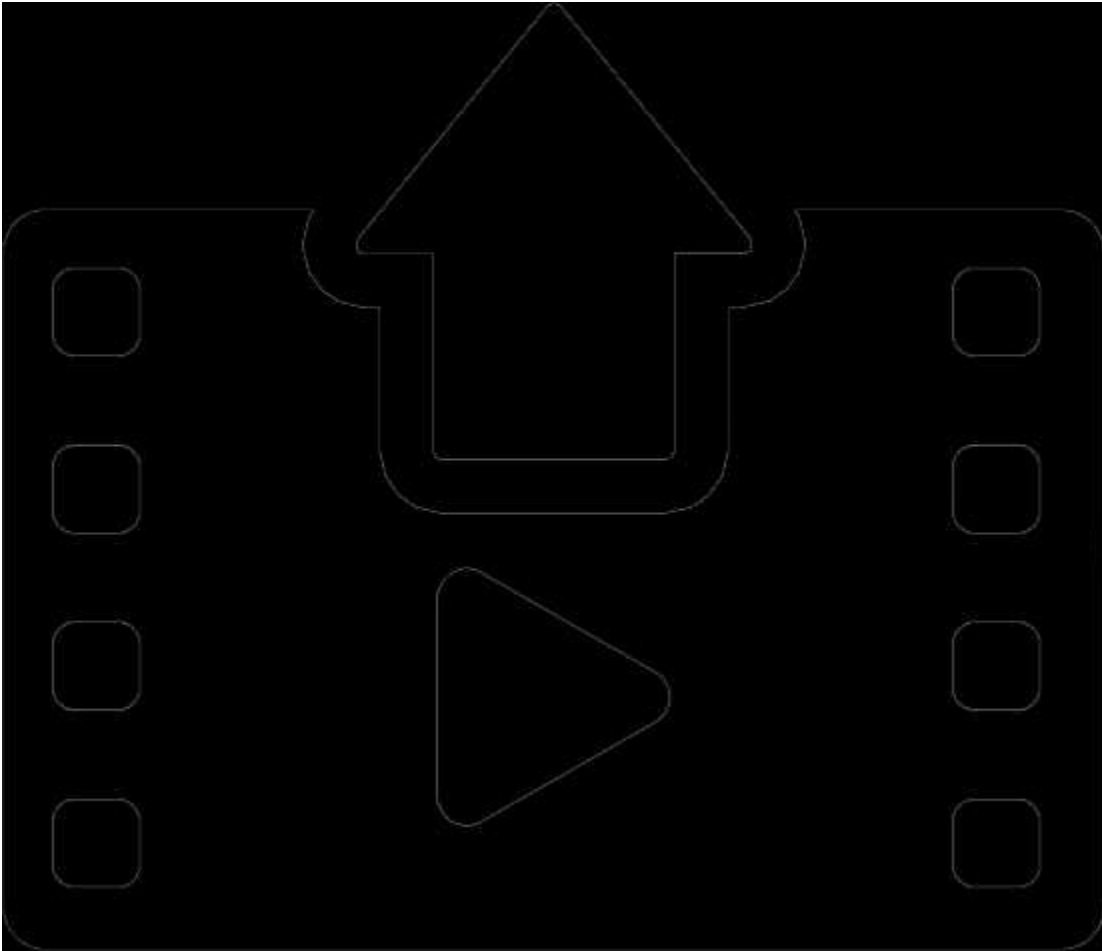
• Pour ce qui est du montage, tu dois premièrement veiller à avoir une configuration d'ordinateur correcte :

- Au moins 4 Go de RAM
- Un processeur Intel Core i5 ou plus
- Au moins 256 Go de stockage interne

• Enfin, je te conseille d'utiliser un de ces 5 logiciels si tu es débutant :

- Openshot
- Avidemux
- Blender
- VideoPad
- Lightworks

•
▪
▪
▪
▪



.
.
.





Si tu lis cette phrase, tu dois sûrement te poser la question suivante :

« Pourquoi la publication d'une vidéo mérite-t-elle un chapitre à elle seule ? »

Car il est vrai qu'on écrit, on tourne, puis on monte la vidéo, et le tour est joué !

La vidéo est créée, il ne reste plus qu'à la mettre sur YouTube, et puis basta !

Seulement, c'est là que se trouve l'erreur ... Car en réalité, la publication d'une vidéo est une étape qui demande de la préparation et de la réflexion (même si ça n'en a pas l'aire).

En fait, mais la publication symbolise le moment où tu renseignes les métadonnées de ta vidéo, c'est-à-dire l'identité de cette dernière sur YouTube.

Par conséquent, chaque paramètre et détail peut potentiellement te faire perdre ou gagner des vues et des abonnés.

Et c'est pourquoi dans cette partie, je vais t'apprendre à bien paramétrer les métadonnées de ta vidéo, afin d'augmenter ton trafic sur YouTube.

Tu vas donc apprendre à paramétrer les 7 données suivantes : **Le titre**

La description

Les playlist

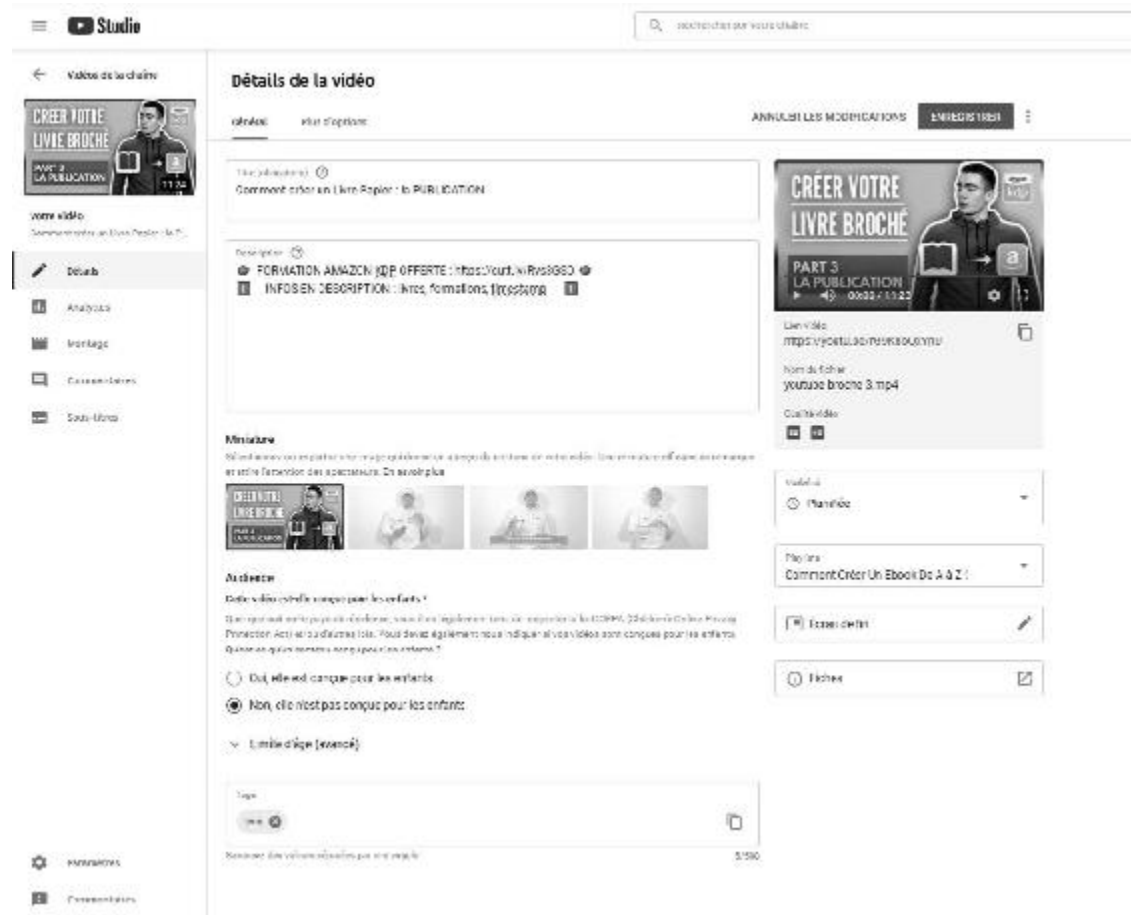
L'écran de fin

Les fiches

Les tags

La miniature

•
•
•



Afin que tu puisses mieux comprendre où se situent les différents réglages, voici une petite légende illustrée.

1

2

7

3

4

5

6

Image des métadonnées d'une vidéo avec légende.

Légende :

1. Titre

2. Description

3. Playlist

4. Écran de fin

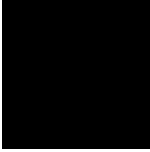
5. Fiches

6. Tags

7. Miniature

·
·
·





I.

Le titre

Le titre de ta vidéo est LA métadonnée la plus importante de ce dernier, autant aux yeux de l'algorithme YouTube qu'à ceux du spectateur.

En fait, c'est assez simple : le titre sur YouTube n'a pas pour but d'indiquer de quoi parle ta vidéo, mais a pour objectif de pousser les utilisateurs à cliquer sur cette dernière.

Et pour cela, il y a des modèles qui fonctionnent plutôt bien et qui ont fait leurs preuves.

Je vais donc te donner et t'expliquer 5 modèles afin que tu puisses créer des titres aguicheurs.

Comment + [Résultat]

X étapes simples pour + [Résultat]

[Résultat] + en X minutes

X erreur(s) fatale(s) en + [Niche]/+[Résultat]

X technique(s) de [Niche] utilisée(s) par [Référence d'autorité]

·
·
·



1. Comment + [Résultat]

Aussi simple qu'il en ait l'air, ce titre est redoutablement efficace.

En effet, il suffit de voir le nombre de vues que génèrent les vidéos possédant un titre de type « Comment +[Résultat] ».

Par exemple :

- « Comment perdre le gras du ventre »
- « Comment créer une chaine YouTube »
- « Comment faire la vidange de sa voiture »

Même chez les anglophones ce titre est efficace, tu n'as qu'à taper « how to » dans la barre de recherche pour t'apercevoir que de nombreux Youtubeurs utilisent ce filon.

Ce titre est sans doute ce qu'il y a de plus efficace pour des vidéos qui répondent à un problème ciblé, je pense notamment aux tutoriels.

Dernières publication de la chaine YouTube « How to basic » qui utilise carrément le concept de ce titre pour sa chaine YouTube.

.

.

.



2. X étapes simples pour + [Résultat]

Pour continuer avec les vidéos répondantes à un problème ciblé, je vais te présenter le style de titre « X étapes simples pour + [Résultat] ».

Pourquoi ce type de titre est-il particulièrement efficace ? Eh bien, il y a 3 raisons à cela.

Dans un premier temps, il présente le résultat, la solution, que recherche l'utilisateur.

De plus, il rend plus réelle l'accessibilité à cette solution, car tu ne te contentes pas de simplement présenter un résultat qui sort de nul par, mais tu indiques très précisément qu'il y a tant d'étapes concrètes à respecter pour arriver à cette solution.

Enfin, le fait qu'il y est un nombre d'étapes indiquer peut jouer en ta faveur selon la complexité de la tâche.

Par exemple :

- « 3 étapes simples pour vidanger votre voiture »
- « 5 étapes simples pour créer une chaine YouTube »
- « 6 étapes pour vivre de votre blog »

Dans ces cas-là, le fait de préciser qu'un tel résultat peut être obtenu en seulement 3, 5, ou 6 étapes rend plus réel l'accès à ce dernier.

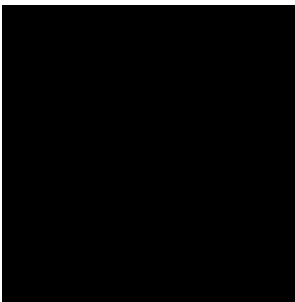
Par conséquent, tu ne dois pas tomber dans « l'erreur du trop ».

Qu'est-ce que « l'erreur du trop » ? C'est tout simplement le fait de mettre un chiffre trop élevé. Par exemple :

- « *36 étapes simples pour créer votre blog* »
- « *18 étapes simples pour vidanger votre voiture* »
- « *20 étapes simples pour dresser votre chien* »

Pour éviter ce piège, regroupe les « sous-étapes » comme étant une seule étape.

·
·
·



3. [Résultat] + en X minutes

De nos jours, les gens ont de moins en moins le temps. Ils sont sans cesse pressés, et c'est normal, car tout va de plus en plus vite.

Mais même il y a 10 ans, 100 ans, ou 1 000 ans, l'humain a toujours été impatient, car même s'il ne s'en rend pas compte, son temps est ce qu'il possède de plus précieux.

Ce principe est d'autant plus exprimé lorsque la personne est dans une situation inconfortable, c'est-à-dire lorsqu'elle est confrontée à un problème qu'elle souhaite résoudre le plus rapidement possible.

Par conséquent, en promettant le résultat souhaité à une personne, mais surtout en insistant sur le fait que cela ne leur prendra pas plus de 5

minutes, tu doubleras l'attraction de ta vidéo sur l'utilisateur.

Car en effet, en plus de présenter le résultat, tu les informes que ce dernier est atteignable très rapidement. Dans la phrase que je viens de dire, les deux mots à retenir sont « résultat » et « rapidement ».

Encore une fois ce modèle peut être vraiment efficace en fonction du type de problème rencontré. Par exemple :

- « *Réinitialiser votre iPhone en 2 minutes* »
- « *Créer une bannière YouTube en 6 minutes* »
- « *Vendre sur Amazon en 5 minutes* »

Comme pour le titre précédent, attention à ne pas tomber dans « l'erreur du trop ». Par exemple, tu dois bannir les titres du style :

- « *30 minutes pour réparer votre moteur* ».
- « *23 minutes pour créer une chaîne YouTube* »
- « *40 minutes pour installer Windows 10 sur votre PC* »
-
-
-



4. X erreur(s) fatale(s) en + [Niche]/+[Résultat]

On sort un petit peu des titres orientés résultats pour se tourner vers les émotions.

En effet, ce style de titre joue quant à lui sur le biais de négativité.

Le biais de négativité est le phénomène qui fait que les individus sont davantage marqués par les expériences négatives que par les positives, qu'ils prennent davantage en compte les informations négatives que les positives, qu'ils en tirent plus d'enseignements et qu'ils les utilisent plus souvent.

Voici quelques exemples d'utilisation de ce titre :

- « *3 erreurs fatales en drop shipping* »
- « *L'erreur fatale en musculation* »
- « *5 erreurs fatales lors de l'examen du permis* »

Par conséquent, un tel style à l'avantage d'attirer un grand nombre de personnes sur ta vidéo.

Pourquoi ? Tout simplement car il joue sur notre curiosité à vouloir connaître cette fameuse erreur.

D'ailleurs, une petite astuce pour pouvoir appliquer ce titre est la suivante : au lieu de faire une vidéo du type « 3 conseils pour une plus belle peau », fais une vidéo orientée comme « 3 erreurs qui t'empêchent d'avoir une belle peau ».

Dans ce deuxième cas, tu vas premièrement dire ce que les gens font tous (l'erreur), puis tu vas leur dire ton conseil (solution).

Et grâce à cette petite tournure, tu vas pouvoir engendrer plus de vues !

·
·
·



5. X technique(s) de [Niche] utilisée(s) par [Référence d'autorité]

Pour rester dans les titres qui jouent sur la curiosité, je te propose un style qui se base sur la valeur d'une personne faisant référence et autorité dans ton domaine (ta niche).

Cette personne est en fait célèbre dans ta thématique car elle fait partie des meilleurs.

Par exemple :

- « *3 techniques de musculation utilisées par Arnold Schwarzenegger* »
- « *4 techniques de référencement YouTube utilisée par Squeezie* »
- « *Cette routine matinale d'Elon Musk qui boost la productivité* »

L'intérêt d'un tel titre est qu'il utilise le biais d'autorité (ou argument d'autorité).

Dans la prise de décision, le biais d'autorité est la tendance à surévaluer la valeur de l'opinion d'une personne que l'on considère comme ayant une

[autorité](#) sur un sujet donné : parents, autorités religieuses, supérieurs hiérarchiques, médecins, scientifiques, et autres spécialistes ou experts...

En effet, ces personnes sont censées, dans leurs domaines, donner de meilleurs avis, prendre de meilleures décisions et commettre moins d'erreurs.

Par conséquent, le fait de préciser que tel technique provient de telle personne va renforcer le passage à l'action de l'utilisateur qui s'apprête à cliquer sur ta vidéo.

·
·
·



On pourrait maintenant passer les 1 000 prochaines pages à élaborer des titres et des variantes de titre, tant il en existe.

C'est pourquoi j'ai choisi de ne t'en présenter que 5 dans cet ouvrage.

Si tu veux aller plus loin, voici une vidéo de la chaîne André Dubois qui te fera découvrir d'autres styles de titres.

<https://youtu.be/Dk3k02BAk4c>

Bien sûr, tu n'es pas obligé de suivre ces styles à la lettre ! Au contraire, je t'invite à les peaufiner et à les adapter à chacune de tes vidéos.

Tu peux également mélanger les styles précédents vus, par exemple :

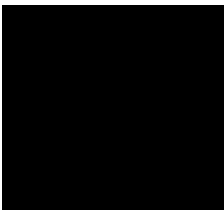
- « *Comment créer une chaîne YouTube en 3 étapes* »
- « *L'astuce des garagistes pour faire une vidange en 6 minutes* »
- « *5 étapes clés pour créer votre blog en une après-midi* »

Mais dans tous les cas, tu dois vraiment passer du temps sur le titre de ta vidéo, car comme je l'ai dit au début de cette partie, elle représente une métadonnée très importante pour le référencement et le taux de clics de ta vidéo !

.

.

.



II.

La description

Même si elle n'en a pas l'aire, la description de ta vidéo a un rôle important pour le référencement de cette dernière.

En effet, je le répète souvent sur la chaîne, mais les plateformes telles que Google, YouTube, ou Amazon, n'ont pas de jolis petits yeux pour regarder les pages, les vidéos, et les produits qu'elles contiennent.

Elles sont en fait dirigées par un robot, un algorithme, qui a pour but de trier les différents contenus, et de mettre en avant les plus pertinents.

Et justement, sur YouTube la description de ta vidéo va être analysée par le robot YouTube afin qu'il comprenne de quoi parle ta vidéo.

C'est pourquoi je vais te présenter 4 points à respecter pour une bonne description !

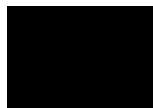
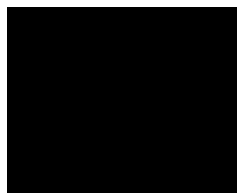
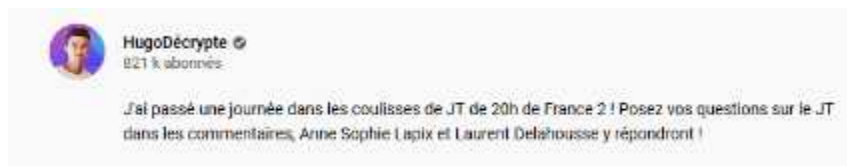
La phrase chapeau

Attention aux liens !

Les timestamps

Soit simple

•
•
•



1. La phrase chapeau

Ta description, et plus précisément les 125 premiers caractères de cette dernière, vont être analysés par YouTube afin qu'il comprenne de quoi parle ta vidéo.

Donc si tu commences sur YouTube et que tu n'as encore rien à vendre, tu dois mettre une courte phrase en tout début de description qui explique précisément de quoi parle ta vidéo.

Voici quelques exemples pour que tu comprennes bien !

Exemple de phrase

chapeau de description

de vidéo.

2. Attention aux liens !

La description est souvent l'endroit où l'on a envie de mettre les liens de notre site, de nos réseaux sociaux, etc.

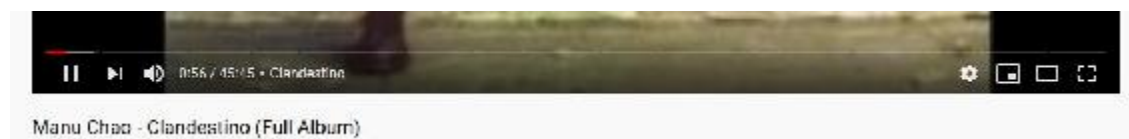
Mais en ce qui concerne les liens externes à YouTube (qui renvoient vers d'autres sites), essaie d'en mettre le moins possible.

Pourquoi ?

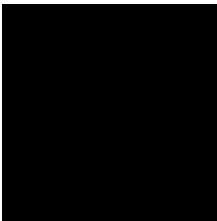
Tout simplement parce que YouTube cherche à garder un maximum de trafic sur sa plateforme. Par conséquent, il va mettre ta vidéo moins en avant si elle comporte des liens qui entravent les objectifs de la plateforme.

Au contraire, le fait de mettre dans ta vidéo d'autres liens YouTube peut te favoriser, car ces liens représentent une potentielle rétention d'audience aux yeux de YouTube .

•
•
•



0:00 Intro
0:58 Étape 1 : Formatage
1:47 Étape 2 : Brainstorming
4:59 Étape 3 : Rédaction brute
10:18 Étape 4 : Première relecture
12:50 Étape 5 : Correction
14:59 Étape 6 : Illustration
15:43 Étape 7 : Mise en forme
17:13 Étape 8 : Relecture finale
18:25 : Récapitulatif
19:39 : Outro



3. Les timestamps

Tu vas également pouvoir ajouter les timestamps.

Qu'est-ce que les timestamps te demandes-tu ?

Eh bien, comme tu peux le voir sur l'image ci-dessous, il s'agit de times codes qui vont segmenter ta vidéo en plusieurs chapitres.

Exemple de vidéo segmentée grâce aux timestamps.

Le fait de segmenter ta vidéo va permettre à tes spectateurs de se rendre directement au moment qui les intéresse.

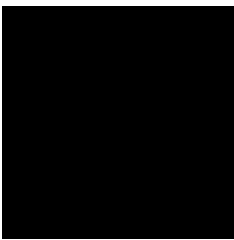
Pour créer ces timestamps, tu as juste à indiquer le times codes au format (minutes) : (secondes) dans ta description, puis à ajouter du texte comme tu peux le voir sur les images !

Exemple de description

avec des timestamps.

Sache que le fait d'ajouter ces fameux chapitres de vidéo peut te faire gagner en trafic, notamment via la recherche Google.

·
·
·



4. Soit simple

En outre, je te recommande de ne pas surcharger ta description : va droit au but.

Dis-toi qu'une description haute en couleur avec un visuel fatigant ne sera pas attrayante du tout. Le fait de bourrer une trentaine de paragraphes et de liens dans cette dernière découragera ton audience à la lire.

Petite précision :

Ce type description doit être utilisé surtout lorsque tu commences (afin d'augmenter ton trafic), mais également si tu ne vends PAS à l'aide de ta chaîne.

Si, au contraire, ta chaîne te sert de tunnel de vente, je te montrerai dans la troisième grande partie comment faire pour créer une description vendeuse.

·
·
·



Accueil Vidéos **PLAYLISTS** Chaînes Discussion À propos

Playlists créées



Comment Créer Un Ebook De A à Z
AFFICHER LA PLAYLIST COMPLÈTE



Comment Réussir Sur YouTube
AFFICHER LA PLAYLIST COMPLÈTE



Formation Complète Gratuite Word 2020
AFFICHER LA PLAYLIST COMPLÈTE

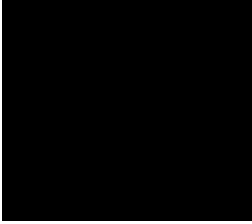
Comment Créer Un Ebook De A à Z ?
Entrepreneur Tuto 1/100

- 1 Quelles DIMENSIONS Word pour un Ebook Amazon KDP...
Entrepreneur Tuto 4:11
- 2 Comment ÉDITER et Organiser les toutes PREMIÈRES PAGE...
Entrepreneur Tuto 4:57
- 3 Comment Mettre des DROITS D'AUTEUR sur votre Ebook (e...
Entrepreneur Tuto 4:15
- 4 8 Étapes simples pour ÉCRIRE UN LIVRE (en 1 mois)
Entrepreneur Tuto 20:59
- 5 Comment ÉCRIRE un LIVRE en 45 jours (Création d'un livre d...
Entrepreneur Tuto 11:21
- 6 Comment CORRIGER son livre SOI-MÊME (avec Antidote 16)
Entrepreneur Tuto 9:37
- 7 Comment CONVERTIR un...
Entrepreneur Tuto 1:25:41

WORD COMMENT COMPARER DEUX DOCUMENTS [formation Word...
Entrepreneur Tuto 18 vues · Il y a 2 mois 2:43

Menu chao - ESTACION MEXICO 2CD Full Album Aiba...
Momo Signs Web Recommended for you 1:25:41





III.

Les playlists

La phase de publication est également celle où tu vas pouvoir ajouter ta vidéo dans une ou plusieurs playlists.

Si tu ne sais pas ce qu'est une playlist, il s'agit tout simplement d'une liste de différentes vidéos compilées et qui se suivent en lecture automatique.

Image des playlists disponibles

sur une chaîne YouTube.

Image d'une page de lecture de

playlist sur YouTube.

Pourquoi ajouter ta vidéo dans une playlist ?

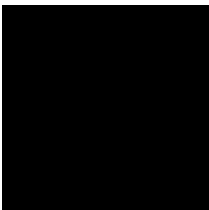
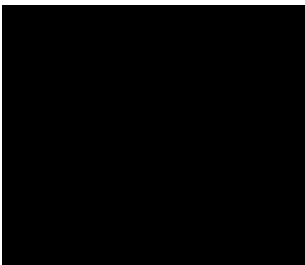
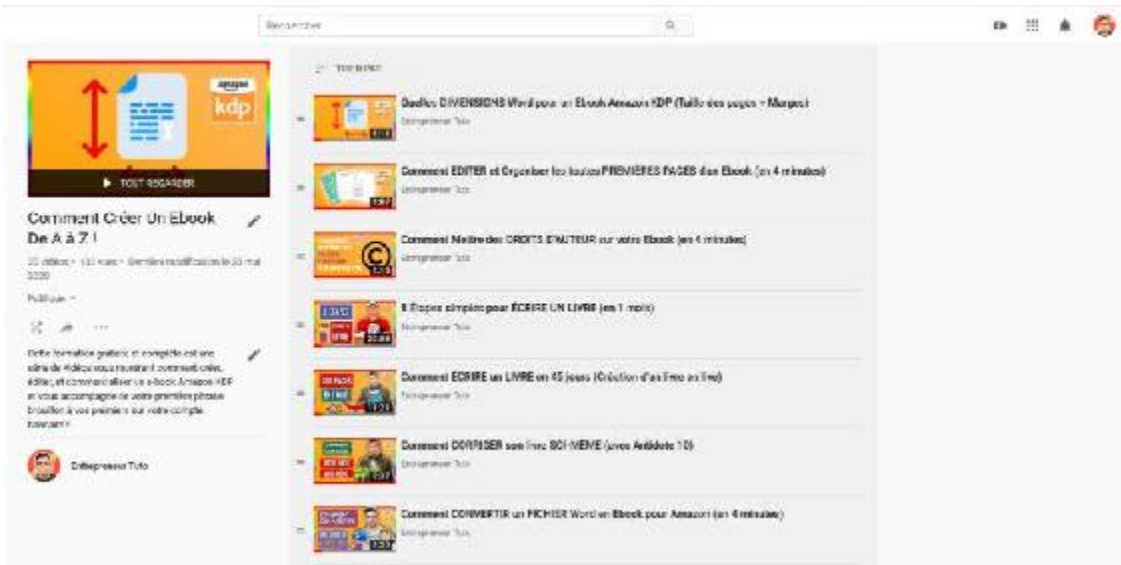
Eh bien, je vais te donner 3 raisons d'utiliser les playlist sur pour ta chaîne YouTube :

Elle augmente ton référencement

Elle augmente ton nombre de vues

Petite astuce !

•
•
•



1. Elle augmente ton référencement

L'algorithme de YouTube compare toutes les vidéos de ta playlist, et comprend encore mieux le sujet exact qu'elles traitent.

Par exemple, si tu as une playlist « voiture », alors YouTube va comprendre que toutes les vidéos présentes dans cette playlist parlent de voitures.

Tu peux d'ailleurs augmenter ce paramètre en ajoutant une description de playlist.

Image d'une description de playlist.

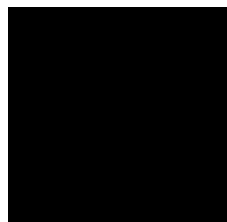
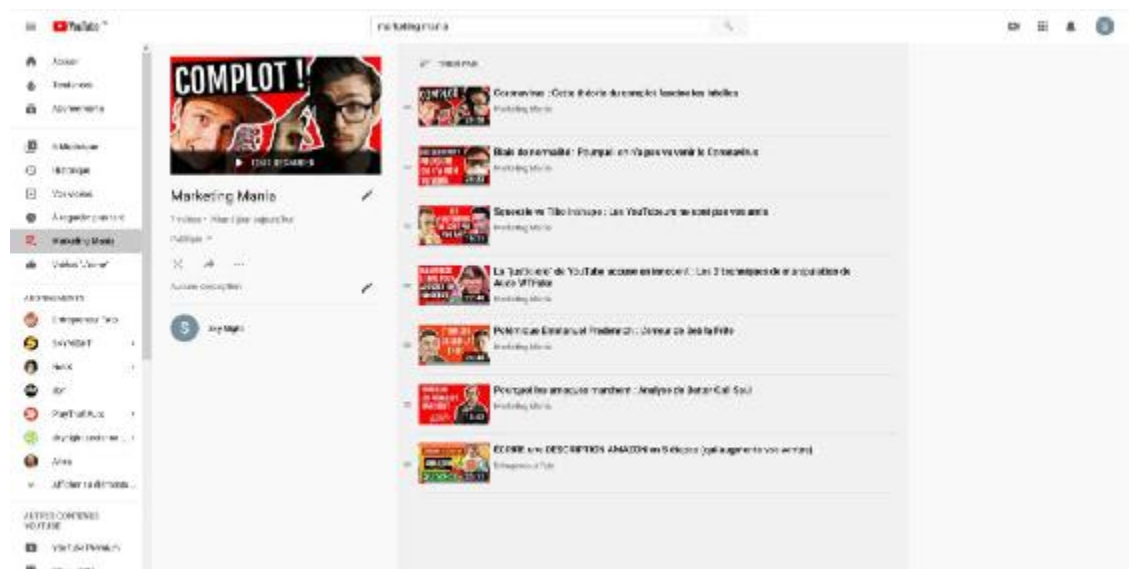
2. Elle augmente ton nombre de vues

Comment ?

Tout simplement car si une personne clique sur ta playlist, il y a de fortes chances qu'elle puisse directement trouver les autres vidéos qui l'intéressent au sein de cette dernière.

Ce phénomène est d'ailleurs souvent intensifié grâce à la lecture automatique.

•
•
•



3. Petite astuce !

Une petite astuce avec les playlists consiste à créer (avec un autre compte YouTube) une playlist dans laquelle tu vas ajouter des vidéos connues, ainsi que ta propre vidéo.

Par exemple, si tu fais des vidéos sur le marketing, tu vas créer une playlist

« Marketing », et tu vas ajouter des vidéos populaires de la chaîne

« Marketing Mania » (grosse chaîne dans cette thématique).

Et en plus, tu vas y glisser quelques vidéos de ta chaîne (celles qui traitent de marketing).

Vidéo de la chaîne « Entrepreneur Tuto » glissée parmi celles de la chaîne Marketing Mania.

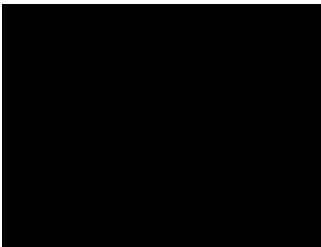
Par conséquent, les spectateurs qui regardent la playlist « Marketing »

vont peut-être tomber sur ta vidéo lorsqu'ils utiliseront la lecture automatique.

Si tes vidéos sont de qualité, alors il y a de fortes chances que la personne aille faire un tour sur ta chaîne. Et c'est normal, si tu as suivi tous les conseils de ce guide, ta chaîne doit arriver à le séduire !

Personnellement, je te conseille vraiment de créer des playlists, car cela te permettra de rendre ta chaîne plus « propre ».

•
•
•



IV.

L'écran de fin

L'écran de fin n'est pas ce qu'il y a de plus efficace en termes de conversion, mais tu dois quand même y prêter attention.

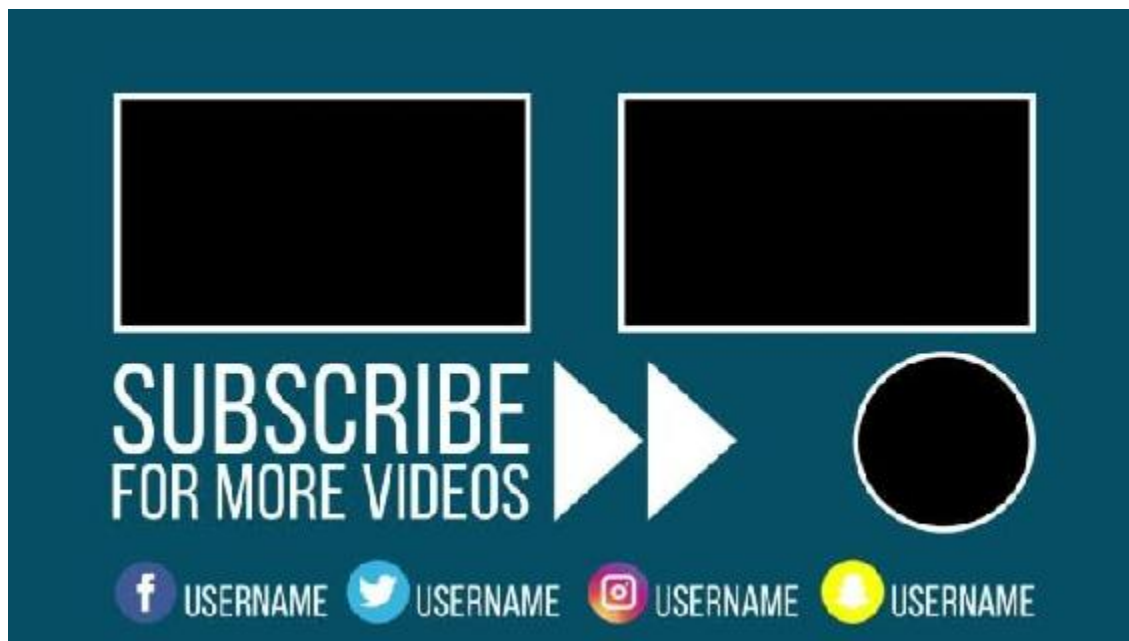
C'est une fonctionnalité de YouTube qui consiste tout simplement à afficher des éléments interactifs sur lesquelles on peut cliquer à partir des 20 dernières secondes de la vidéo.

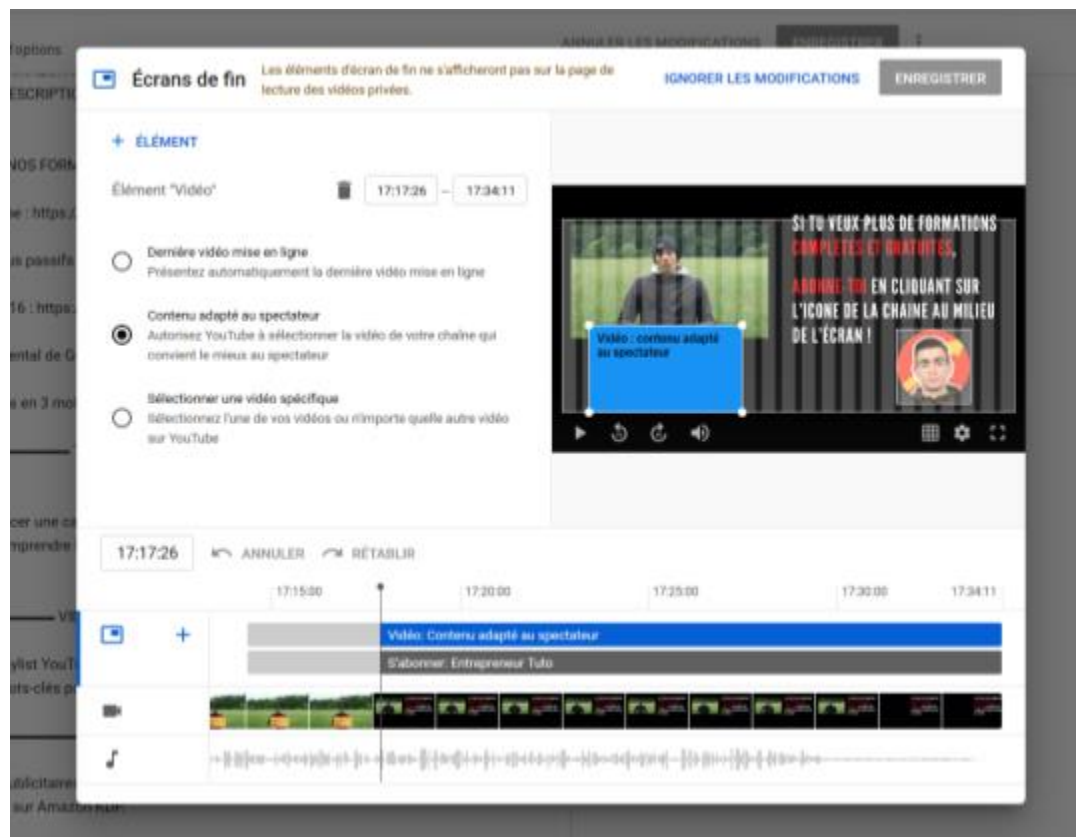
Exemple d'un écran de fin de vidéo YouTube avec des éléments interactifs (entourés en rouges).

Le problème avec l'écran de fin, c'est qu'il n'est que rarement vu par les spectateurs, étant donné que ces derniers quittent souvent la vidéo un peu avant la fin, ils ne peuvent donc pas le voir.

Néanmoins, je conseille de soigner ce dernier, car c'est un signe non négligeable d'une chaîne de qualité.

•
•
•





Premièrement, je t'invite à créer au montage une image où figure déjà l'emplacement des différents éléments.

Exemple de modèle d'écran de fin à compléter.

Pour cela, tu peux soit créer ton propre écran de fin, soit utiliser un modèle sur internet.

De plus, je t'invite à ne mettre qu'un ou deux éléments de fin (généralement ta chaîne et une vidéo).

Exemple de création

d'un écran de fin sur

YouTube Studio.

Dans ce cas-là, je ne

Mets que 2 éléments

(vidéo + chaîne).

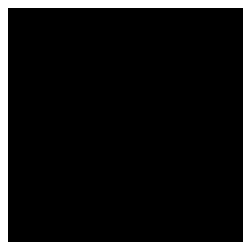
Pourquoi ?

Tout simplement car plus un humain a le choix entre plusieurs propositions, moins il passe à l'action.

Par conséquent, lui proposer uniquement une seule vidéo l'incitera à cliquer sur cette dernière.

•
•
•





V.

Les fiches.

Les fiches sont bien plus utiles que l'écran de fin !

En effet, elles ont l'avantage de pouvoir être déployées à n'importe quel moment de la vidéo (même au début). Par conséquent, si elles sont bien utilisées, c'est un excellent moyen de générer des cliques !

Exemple de fiche qui

apparaît lors de la

lecture d'une vidéo sur

YouTube.

Attention néanmoins, car il y a 4 erreurs à ne surtout pas commettre !

Tu ne dois pas utiliser les 5 fiches !

Ne choisis pas tes fiches au hasard !

Ne déploie pas tes fiches à n'importe quel moment !

Ne laisse pas ta communauté en mode passive !

•
•
•



1. Tu ne dois pas utiliser les 5 fiches !

YouTube limite à 5 le nombre de fiches que tu peux insérer dans ta vidéo.

Mais ce n'est pas pour autant que tu dois toutes les utiliser ! En fait, je te conseille d'utiliser des fiches uniquement lorsque tu en as besoin.

Pourquoi ?

Tout simplement car il y a un mécanisme psychologique qui fait que plus un humain a de choix, moins il se décide, donc moins il passe à l'action.

Or, les fiches sont justement faites pour pousser les utilisateurs à cliquer sur un autre contenu de ta chaîne.

Par conséquent, il suffit de lui en proposer un pour maximiser ses chances de passer à l'action.

2. Ne choisis pas tes fiches au hasard !

Comme pour l'astuce précédente, choisis des fiches en rapport avec ce que tu es en train de dire.

Par exemple, si dans ta vidéo tu parles d'une autre de tes vidéos, alors tu peux l'afficher en fiche.

Mais n'essaie pas de caser au pif n'importe quel vidéo de ta chaîne juste pour espérer mendier quelques vues.

Vidéo avec 2 fiches en rapport avec le texte.

.
.
.

3. Ne déploie pas tes fiches à n'importe quel moment !

Inutile de balancer toutes tes fiches au hasard puis d'attendre que ça prenne !

Comme je l'ai dit auparavant, utilise de fiche uniquement lorsque tu en as besoin et place cette fiche au bon moment de la vidéo.

Par exemple si au time code 0:45 de ta vidéo tu parles d'une autre de tes vidéos, alors met la fiche à cet instant-là.

4. Ne laisse pas ta communauté en mode passive !

Invite tes spectateurs à passer l'action grâce aux fiches.

En fait, avec les fiches, tu as la possibilité de créer des sondages. Et c'est un excellent moyen de souder ta

communauté !

Et ce pour une bonne raison : les gens adorent dire ce qu'ils pensent.

Par conséquent, les inviter à voter les poussera à t'écouter et à passer à l'action !

Et pourquoi faut-il tant les pousser à l'action ?

Tout simplement car, grâce au principe de cohérence, s'ils commencent à interagir face à tes vidéos, il y a de fortes chances qu'ils t'« obéissent »

lorsque tu leur demandes de s'abonner ou de lâcher un like.

.
. .



VI.

Les tags

Les tags sont des mots (des termes) que tu peux ajouter aux métadonnées de ta vidéo, et qui vont servir au

référencement de cette dernière.

Tu as une limite de 500 caractères, et tu peux mettre toute sorte de mots/phrases de plus de 2 caractères.

Cette partie est extrêmement importante (surtout lorsque tu débutes), car c'est en fait ces mots-clés qui vont déterminer (en partie) la visibilité de ta vidéo sur les pages de résultats.

Par conséquent, la question c'est : comment trouver les bons tags ?

Eh bien, je vais te donner 4 moyens de trouver les meilleurs mots-clés.

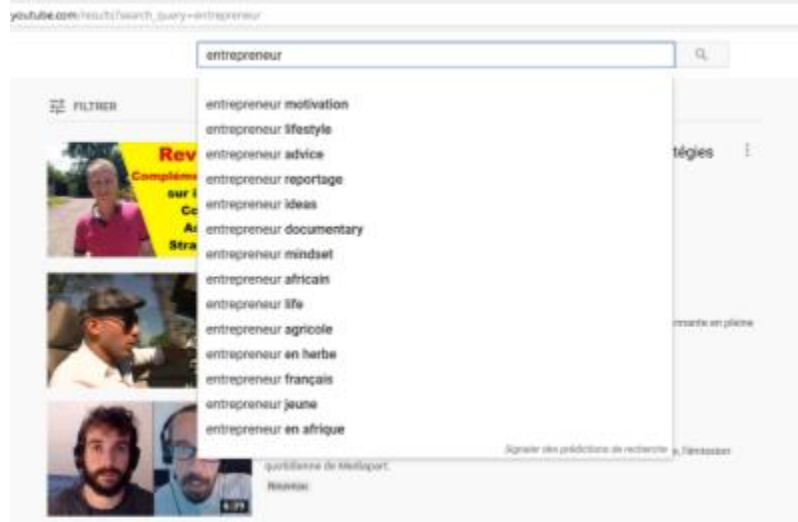
L'intuition

L'autocomplétion

Les générateurs des mots-clés

L'audit de concurrence

-
-
-



1. L'intuition

Premièrement, tu peux utiliser ton intuition.

C'est-à-dire que tu vas te mettre dans la peau de l'utilisateur et te demander ce qu'il taperait dans la barre de recherche s'il voulait chercher ta vidéo.

2. L'autocomplétion

Une deuxième méthode consiste à utiliser l'autocomplétion.

Qu'est-ce que c'est ?

Tout simplement, il s'agit des termes que les utilisateurs recherchent. Pour cela, tu peux utiliser la barre de recherche YouTube, en commençant à taper la requête et en voyant ce que YouTube te propose comme recherches.

Exemple de recherche par autocomplétion.

3. Les générateurs des mots-clés

Tu peux également utiliser un générateur de mots-clés.

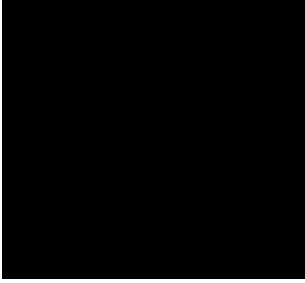
Je te recommande personnellement keywordtool.io qui est gratuit et plutôt performant.

.

.

.





4. L'audit de concurrence

Une des techniques que je préfère et que j'utilise pour chacune de mes vidéos est de voler les tags des concurrents.

Comment ça marche ?

Voici le protocole en 4 étapes simples :

1. Tu tapes une recherche dans ta niche (le thème de ta vidéo) sur YouTube
2. Tu observes la concurrence, c'est-à-dire les vidéos qui ressortent en premières. Puis tu choisis une vidéo qui te paraît pertinente (beaucoup de vues, récente, grosse chaîne YouTube, etc.).
3. Tu cliques sur la vidéo, puis tu fais un clic droit sur la page de lecture, et tu vas dans « code source de la page ».

Là, tu vas utiliser le raccourci clavier « Ctrl+F » pour rechercher des termes sur la page, et tu vas écrire « keyword ».

4. Tu vas copier-coller les tags de ton concurrent dans ta propre vidéo afin que YouTube mette ta vidéo à toi dans les

suggestions de la vidéo de ton concurrent (en pensant qu'il s'agit de contenu similaire).

Si tu as du mal à comprendre comment faire, je te propose de regarder cette vidéo dans laquelle je t'explique sur l'écran de mon ordinateur comment faire.

<https://youtu.be/YB5xSG7TnHQ>

.
.
.



Cette technique est assez puissante et te permet vraiment de bien positionner tes vidéos sur les recherches.

Et pour preuve, j'ai plus de 75% du trafic de ma chaîne qui est lié aux recherches sur YouTube.

Source de trafic de la chaîne « Entrepreneur Tuto ».

Par conséquent, retiens que les tags représentent un enjeu crucial pour gagner des vues, et donc, gagner des abonnés.

.
.



VII. La miniature

Pour clore ces deux chapitre sur la création d'une vidéo, tu vas apprendre à créer une miniature persuasive !

La miniature est le point le plus important pour une vidéo YouTube. En fait, avec le titre, c'est elle qui va déterminer si oui ou non l'utilisateur va cliquer sur ta vidéo.

Et pour cause, lorsqu'un utilisateur YouTube voit une vidéo, son regard se porte d'abord sur la miniature, puis sur le titre, et enfin sur les autres données (vue et chaîne).

2

1

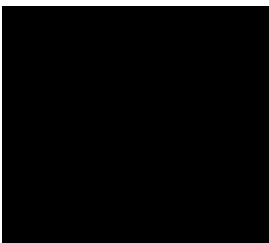
3

Chemin parcouru par le regard d'un utilisateur YouTube.

Par conséquent, qui dit miniature réussite dit vidéo avec une grosse performance.

Néanmoins, avant de continuer, je vais en profiter pour aborder un thème que dont je devais parler : le fameux « putaclic » !

·
·
·



0. Qu'est-ce que le putaclic ?

NON, une miniature visuelle ou un titre aguicheur n'est pas putaclic.

Au contraire, c'est du marketing digital, et c'est le deuxième point le plus important pour réussir sur YouTube (après la qualité du contenu).

En fait, avoir une miniature qui pousse au clic est un point dont il faut être fier, au même titre qu'avoir un bon logo ou une belle bannière.

Car il faut bien comprendre qu'aujourd'hui, sur internet, la concurrence est tellement accrue et agressive, que si tu ne te rends pas un minimum visible, il y a de fortes chances que tes vidéos et ta chaîne ne décollent jamais.

OK, mais du coup, concrètement, c'est quoi le putaclic ?

Le « putaclic » est à la base un terme qui désignait les vidéos au titre et au contenu mensonger (surtout entre 2011 et 2014).

En fait, à l'époque, le nombre de vues était le quasi seul paramètre que YouTube prenait en compte pour déterminer la qualité d'une vidéo. Par conséquent, des petits malins s'amusaient parfois à créer des vidéos avec

des miniatures très réussites et aguicheuses, ainsi qu'un titre extrêmement accrocheur, afin d'attirer un maximum de trafic vers la vidéo.

Mais lorsque tu cliquais sur la vidéo, tu t'apercevais que cette dernière n'avait rien à voir avec sa présentation (miniature et titre), parfois même allant jusqu'à être un simple fond noir pendant 10 minutes, sans son ni image.

Et par la suite, le terme « putaclic » s'est en quelque sorte démocratisé pour être utilisé à toutes les sauces.

•
•
•





De nos jours, les vidéos putaclics existent toujours, mais il s'agit d'un format quand même plus « travaillé ».

Par exemple, des vlogs avec pour titre « J'ai croisé Barack Obama et Donald Trump » avec en miniature la tête des deux protagonistes.

Alors qu'en réalité, dans sa vidéo par très intéressante de 15 minutes, le youtubeur a simplement filmé pendant 20 secondes un garçon blond et un garçon métis parlants entre eux... Donc oui, ça, c'est du putaclic.

Exemple de miniatures « putaclic ».

Bref, pardonne-moi cette petite digression, mais encore une fois, je me devais d'aborder ce sujet dans ce guide.

À présent, passons aux choses sérieuses :

Quels sont les éléments clés pour créer une bonne miniature ?

J'ai listé les 4 éléments suivants que je vais t'expliquer en détail : **Le branding**

Ton visage

Ton titre

Un élément



1. Le branding

Tes miniatures doivent toutes respecter une charte graphique, c'est-à-dire qu'elles doivent toutes être « reliées » entre elles.

Pour cela, tu dois respecter les couleurs, la position des éléments, ou encore les polices d'écriture sur toutes tes miniatures.

Pourquoi ?

Tout simplement, car tes miniatures sont ce qu'il y a de plus important pour convertir un utilisateur YouTube en spectateur.

Par conséquent, il faut que dès qu'un utilisateur YouTube voit ta miniature, il comprenne que c'est ta vidéo !

Exemple de miniatures

avec un branding respecté.

Cette astuce est d'ailleurs de plus en plus utile au fur et à mesure que le temps passe, car désormais, la plupart des vues sur YouTube viennent des suggestions, c'est-à-dire des vidéos qui se trouvent à droit de l'écran lorsque tu regardes une vidéo sur YouTube.

.
.
.





2. Ton visage

Deuxième point clé pour une miniature qui fonctionne : le visage.

En effet, le fait que ta miniature comporte un visage (sur lequel on voit ton regard) va littéralement faire doubler ton taux de clics par impression.

Car d'une manière générale, les êtres humains cherchent toujours à être en contact, non pas avec une machine, mais bel et bien avec un autre être humain .

Par conséquent, le fait de montrer ton visage permettra à la fois d'humaniser tes vidéos, et également de faire en sorte que les utilisateurs te reconnaissent pour qu'ils cliquent sur ces dernières.

Exemple de miniature avec un visage.

Encore une fois, le simple fait de rajouter ton visage sur les miniatures va faire passer ta chaîne à un niveau supérieur.

•
•
•



3. Ton titre

Je t'invite à mettre ton titre en miniature. Seulement, attention !

Non pas le titre que tu as rentré dans les métadonnées de la vidéo, mais bel et bien un autre style de titre.

En fait, je t'invite à lire la partie plus haut qui t'explique les différents styles de titres pour ta vidéo.

Car lors de la publication, tu vas souvent hésiter entre plusieurs types de titres. Par conséquent, utilise la miniature pour mettre un autre style de titre que celui entré dans les métadonnées.

Maintenant, je vais également te donner un conseil qui va faire passer tes miniatures à un niveau supérieur : ajoute des rectangles en dessous de ton texte.

Exemple de miniature avec des rectangles sous le texte.

C'est une étape très importante car elle va te permettre de faire ressortir le texte présent sur ta miniature.

Et surtout, fais bien attention à mettre ton texte à gauche sur la miniature.

Pourquoi ?

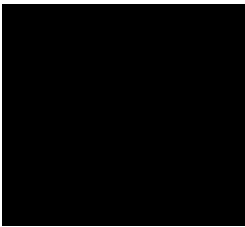
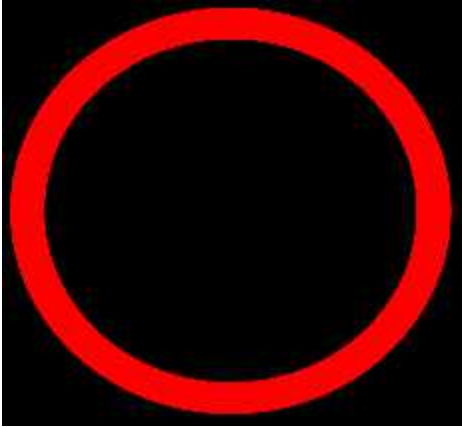
Tout simplement car si tu le mets du côté droit, il risque d'être caché par des overlays que rajouter YouTube (playlist et durée de la vidéo).

.

.

.





4. Un élément

Maintenant que tu as ton titre et une photo de ton visage, ta miniature possède 2 éléments.

Et à présent, tu vas ajouter le troisième et dernier élément qui est tout simplement un objet vectoriel (image transparent en .png) qui est en rapport avec ta vidéo.

Par exemple, si ta vidéo montre comment cuisiner des carottes, tu peux ajouter une carotte.

Si ta vidéo montre comment écrire un livre, tu peux ajouter un livre.

e

Exemple d'élément vectoriel sur la miniature.

Je recommande encore une fois les sites Canva et Freepics sur lesquels tu pourras trouver plein d'images libres de droits.

Encore une fois, passe vraiment du temps sur la miniature de ta vidéo, car c'est la métadonnée la plus importante de cette dernière.

Pour finir, je dirais que cette dernière partie du chapitre 6 (la publication) peut être faite en amont, c'est-à-dire avant la création de la vidéo.

En effet, il est plus simple de choisir d'avance un titre, une miniature, et des mots-clés qui marchent pour après créer une vidéo qui leur correspond parfaitement.

Par conséquent, ne néglige vraiment pas cette étape, car c'est cette dernière qui fera monter ta chaîne YouTube à un niveau de qualité supérieur !

.
. .
.

Ainsi, tu sais maintenant comment créer une vidéo de A à Z !

Et comme toujours, c'est avec l'entraînement que tes compétences s'amélioreront !

D'ailleurs, avant de passer au chapitre suivant, si j'avais un conseil à te donner pour vraiment cartonner sur YouTube, ce serait de ne pas concentrer ton attention sur le fait de gagner des vues et des abonnés, mais bel et bien sur le fait de produire, le plus régulièrement possible, des vidéos de qualité !

Et bien sûr, soit attentif aux métadonnées de ta vidéo ! Tu dois vraiment faire les choses bien pour espérer te démarquer du lot, du reste, de la masse.

C'est pourquoi dans le prochain chapitre, tu vas apprendre à réellement analyser de manière précise et efficace les performances de tes vidéos !

.
. .
.
. .
.

• **Commence par choisir le titre de ta vidéo en utilisant un des modèles.**

• Pour la description de ta vidéo, si tu ne vends pas, veille à caser les éléments suivants :

- Une phrase chapeau.

- Des liens YouTube (attention aux liens externes)

- Les timestamps de la vidéo

- Et bien sûr, reste simple

• Utilise les playlists pour leurs avantages :

- Elles augmentent ton référencement.

- Elles augmentent tes vues

- Elles permettent d'incruster certaines de tes vidéos à côté de celles de gros Youtubeurs

• Veille à utiliser l'écran de fin :

- Mets au maximum 2 éléments

- Utilise un modèle d'écran de fin

• Paramètre les fiches en faisant attention :

- Déploie-les au bon moment et lorsque que tu

parles du contenu concerné

- Utilise les sondages pour favoriser l'appel à l'action

• Choisis les meilleurs tags grâce à :

- Ton intuition

- Les générateurs de mots-clés

- **L'autocomplétion**
- **L'audit de la concurrence**
- **Crée une superbe miniature avec ces points clés :**
 - **Respecte ton branding**
 - **Ajoute un autre style de titre**
 - **Ajoute ton visage et un élément cohérent**

▪
▪
▪
▪
▪
▪



•
•
•



Maintenant que tu sais comment paramétrer les métadonnées de tes vidéos, tu dois analyser leur performance au sein de la plateforme.

Et contrairement à ce que tu pourrais penser, non la performance d'une vidéo YouTube ne se limite pas uniquement qu'à son nombre de vues.

Il y a en fait une multitude de données à prendre en compte, et il y a une certaine façon d'aborder ces données.

Par conséquent, dans ce chapitre tu vas apprendre à utiliser YouTube Studio et à comprendre le fameux algorithme de YouTube.

Puis, on parlera d'un morceau important pour les créateurs qui sont les droits d'auteur sur YouTube !

Voici donc les 3 grandes parties de ce chapitre :

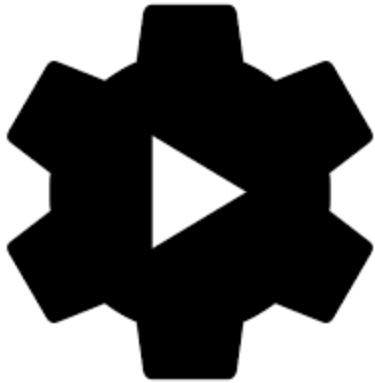
Comment (bien) utiliser YouTube Studio ?

Comprendre l'algorithme YouTube

Comprendre les droits d'auteur sur YouTube

·
·
·





I.

Comment (bien) utiliser YouTube Studio ?

YouTube Studio est l'outil analytique de YouTube. Il te permet d'avoir des informations sous forme de statistiques en retours à tes vidéos postées.

Dans cette partie ,on ne va pas creuser toutes les fonctionnalités de YouTube Studio, car ce serait beaucoup trop long.

En fait, on va surtout se concentrer sur les principaux indicateurs à surveiller qui vont permettre de t'améliorer et par conséquent, d'augmenter ton nombre d'abonnés sur YouTube !

Sans plus tarder, voici 5 indicateurs que tu dois prendre en compte sur YouTube Studio si tu souhaites faire grandir ta chaîne : **Les vidéos les plus populaires**

Le taux de clics par impression

Les heures de pointe

La rétention d'audience

Les best tags

·
·
·



Votre chaîne
Entrepreneur Tolo



Tableau de bord



Vidéos



Playlists



Analytics



Commentaires



Sous-titres



Monétisation



Bibliothèque audio

Tableau de bord de la chaîne

Infractions commises par la chaîne



Avertissements pour non-respect du
règlement de la communauté actifs

Mise en garde

Performances de la dernière vidéo



Performances 3 jours 12 heures après publication de la
vidéo, par rapport à vos performances habituelles :

Classement par nombre de vues

3 sur 10 >

Vues

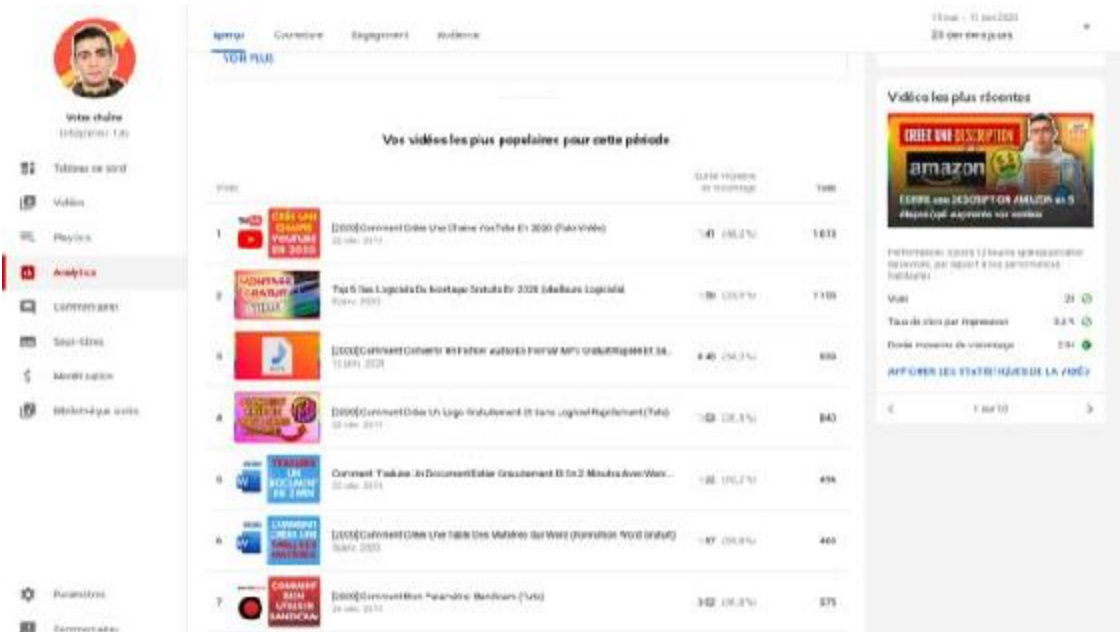
26 ✓

Taux de clics par impression

0,9 % ✓

Durée moyenne de visionnage

2.34 ↑



1. Les vidéos les plus populaires

Pour accéder aux données analytiques de ta chaîne, rends-toi d'abord sur YouTube Studio en tapant cette URL :

<https://studio.youtube.com/>, puis clique sur l'icône

« Analytics ».

Bouton pour accéder

aux données analytiques

d'une chaîne YouTube.

Sur la page d'accueil, tu retrouveras les vidéos qui ont le plus marché sur une période donnée (par défaut 28 jours). Ça va te permettre de dire :

« OK le contenu A n'a pas marché, mais le contenu B a marché, donc je dois poursuivre avec le contenu B ».

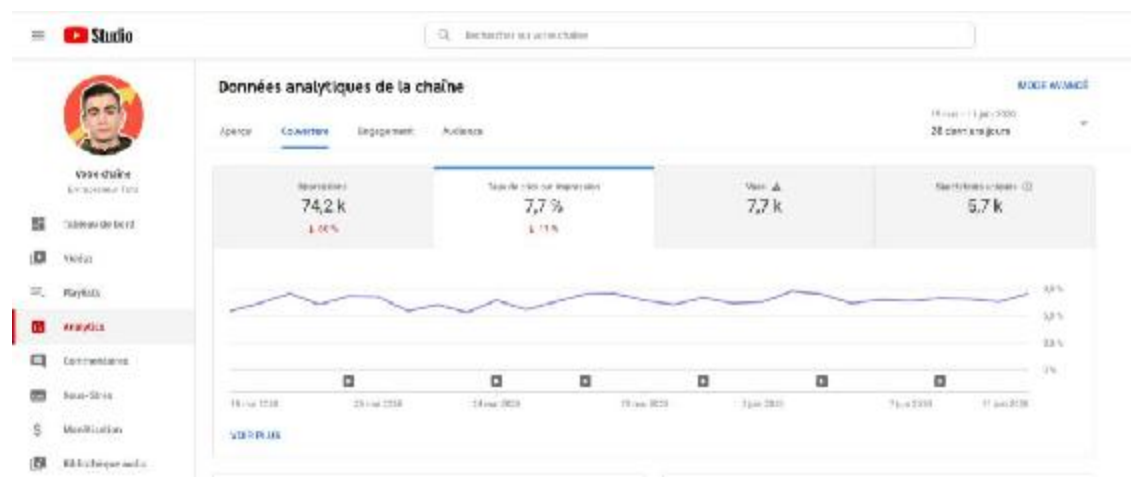
Vidéos les plus populaires

de la chaîne sur les 28

derniers jours.

Par conséquent, tu sauras exactement ce que tu dois faire pour améliorer ta chaîne dans sa globalité.

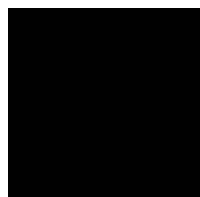
•
•
•





Entrepreneur Tuto

Vidéo	Source de trafic	Statut géographique	Âge du spectateur	Sexe du spectateur	Date	État d'abonnement	Source de l'abonnement	Playlist	Type
Vidéo			Impressions	Taux de clics par impression		Vues	Taux de conversion		
☐ Total			74 197	7,7 %		7 736	212,2		1 655
☐ Comment DÉSACTIVER LE MODE PROTÉGÉ d'un document Word...			116	16,7 %		84	11,6 %	0,8	0,3 %
☐ Comment ACTIVER LE CORRECTEUR AUTOMATIQUE DE MOTS P...			790	16,4 %		123	1,6 %	2,8	1,3 %
☐ Comment Traduire Un Document Online Gratuitement Et En 2 Minut...			3 265	12,7 %		494	8,4 %	11,3	5,3 %
☐ Comment CHARGER LA LIAISON de révision d'un document sur W...			238	12,1 %		82	11,4 %	0,8	0,1 %
☐ [2020] Comment Créer Un Logo Gratuitement Et Sans Logiciel Rap...			8 182	11,4 %		945	10,9 %	16,9	7,8 %
☐ Comment ÉCRIRE L'IMPORTÉ D'UN RUM ONE PAGE (Formateur Word ...			148	10,7 %		20	0,3 %	0,3	0,1 %
☐ [2020] Comment Créer Une Table Des Matières Sur Word (Formati...			3 042	10,7 %		463	4,9 %	15,1	7,1 %
☐ [2020] Comment Trouver Des Mots Clés Utiles Sur YouTube Dire...			278	10,6 %		27	0,4 %	0,4	0,2 %
☐ Comment RÉCUPÉRER UN DOCUMENT en cas de PLANTAGE sur ...			860	10,6 %		78	1,6 %	1,3	0,8 %
☐ Comment Installer Des Nouveaux Polices d'écriture (Tuto 2020)			176	10,3 %		18	0,2 %	0,8	0,2 %
☐ [2020] Comment Améliorer Le Son d'Un Enregistrement Avec Aud...			1 378	10,2 %		184	2,4 %	0,2	0,4 %
☐ [2020] Comment Ajouter Un Numéro De Page À Word...			569	10,2 %		68	1,1 %	3,4	1,2 %
☐ Quelles ÉMBAÛCHES devez-vous en Ebook Amazon KDP ? (tuto 202...			708	10,0 %		114	5,6 %	4,8	0,2 %
☐ Comment Créer Un CV En 3 minutes Avec Word (Tuto 2020)			428	9,8 %		104	1,9 %	1,7	0,9 %
☐ Comment Mettre des DROITS D'AUTEUR sur votre Ebook en 4 min...			445	9,2 %		87	0,7 %	3,3	1,2 %
☐ Comment PROVOQUER vos Vidéos YouTube sur Facebook (en 1 É...			576	8,9 %		68	0,9 %	3,0	1,4 %
☐ [2020] Comment Riser Paradoxe Bandeau (Tuto)			3 277	8,7 %		375	8,9 %	19,0	8,9 %
☐ [2020] Comment Convertir un Fichier Audio En Format MP3 Gratui...			8 885	8,5 %		839	10,1 %	10,8	4,9 %



2. Le taux de clics par impression

Rends-toi dans YouTube Studio puis clique sur « Analytics »

et va dans l'onglet « Couverture » (en haut).

Puis sélectionne la statistique « Taux de clics par impression ».

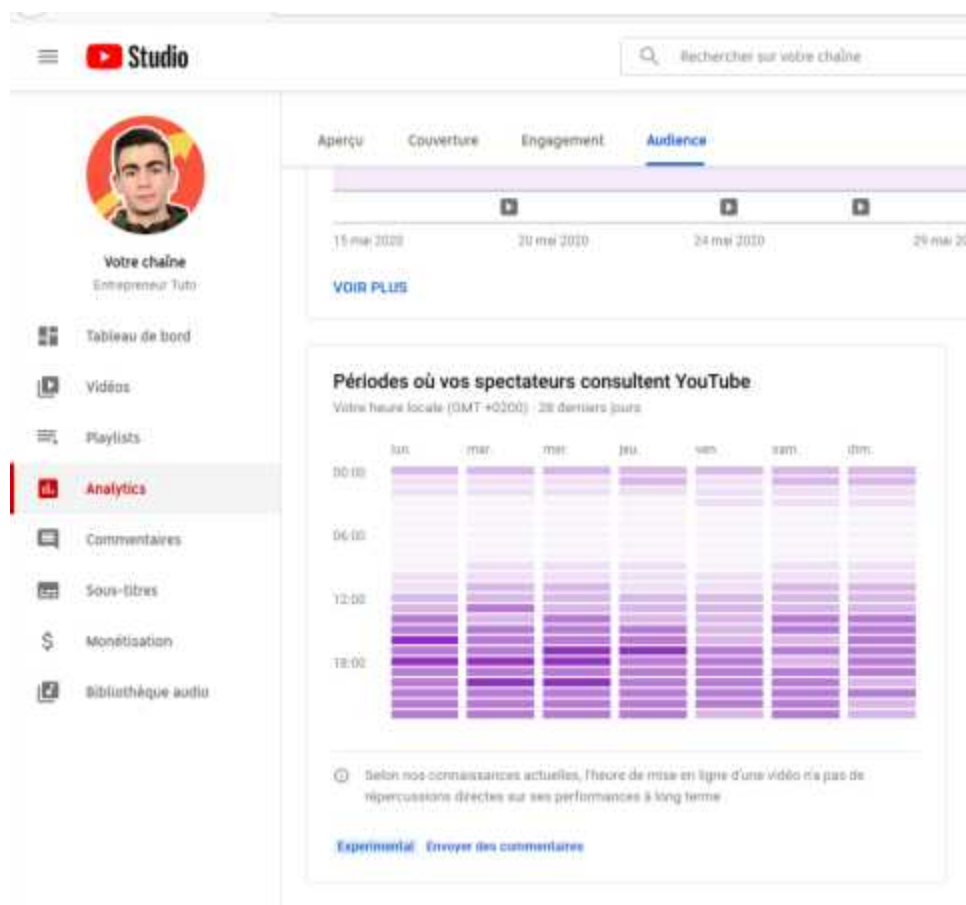
Taux de clics par impression de la chaîne.

À quoi sert cette statistique ?

En fait, elle permet de connaître le pourcentage de personnes qui cliquent sur tes vidéos lorsqu'elles les voient dans leur fil d'abonnement ou en suggestion d'autres vidéos.

D'ailleurs, en cliquant sur « Voir plus », tu vas pouvoir voir la liste détaillée des vidéos qui génèrent du clic (et aussi celles qui n'attirent pas).

Classement des vidéos avec le meilleur taux de clics par impression.





Plus ce pourcentage est élevé, plus tes vidéos ont des sucées. D'ailleurs, tu peux estimer qu'à partir d'un taux de clics de 10%, ta vidéo a un bon taux de conversion.

Mais alors, pourquoi une vidéo attire ou repousse ?

Le plus souvent, si une vidéo décolle, ou si au contraire, elle plonge dans les abysses, c'est à cause de sa miniature.

Par conséquent, c'est à toi de la changer ou de la retravailler.

Pour cela, je te renvoie à la partie 7 du chapitre 6 sur « Comment créer une miniature ».

3. Les heures de pointe

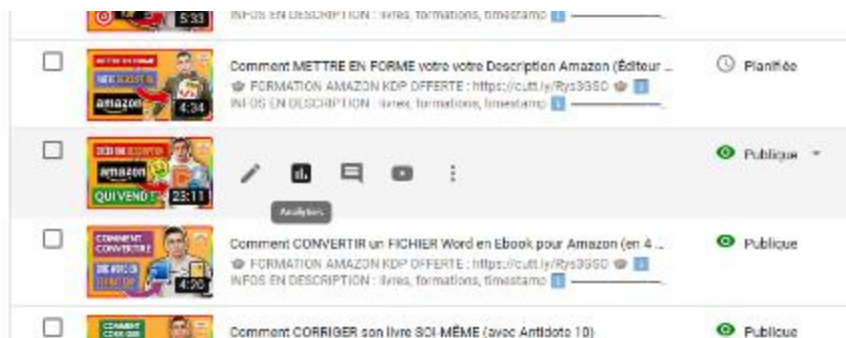
En te rendant dans l'onglet « Audience », tu peux désormais retrouver les heures et les jours de la semaine où tes abonnés regardent le plus tes vidéos.

*Heures de consultation des
abonnés de la chaine.*

C'est une information cruciale pour ce qui est de la publication de tes vidéos. En effet, tu as plus d'intérêt à publier ta vidéo 10 minutes avant l'heure de pointe que pendant une période creuse.

Par conséquent, je te conseille d'analyser cette donnée sur une longue période, afin de réellement voir les jours les plus favorables à la publication de tes vidéos !

.
. .
.



4. La rétention d'audience

La rétention d'audience permet de voir le pourcentage de personne qui reste sur ta vidéo au fur et à mesure du temps.

Par exemple, si ta vidéo dure 10:00 (dix minutes), sur 10 spectateurs, peut-être que 5 vont s'en aller de la vidéo au bout de 2 minutes.

Par conséquent à 2:00 tu auras une rétention d'audience de 50%.

Pour accéder à cette statique, tu dois d'abord sélectionner une vidéo puis cliquer sur les données analytiques de cette dernière (avec la petite icône).

Bouton pour accéder aux données analytiques d'une vidéo en particulier.

Rétention d'audience d'une

vidéo YouTube.

.
.
.

Mais maintenant, tu dois sûrement te demander :

« En quoi cette statistique est-elle si importante ? »

En fait, la rétention d'audience va te permettre d'analyser ce qui ne va pas dans ta vidéo.

Car souvent, tu t'aperçois que c'est au moment de l'introduction que la plupart des spectateurs partent de la vidéo. Et la plupart du temps, c'est parce que ton intro dure trop longtemps...

Par conséquent, les spectateurs partent car ils en ont marre d'attendre et de tourner autour du pot.

Le fait de connaître et surtout de comprendre ce phénomène va te permettre de comprendre pourquoi tant de personnes se désintéressent soudainement de ton contenu.

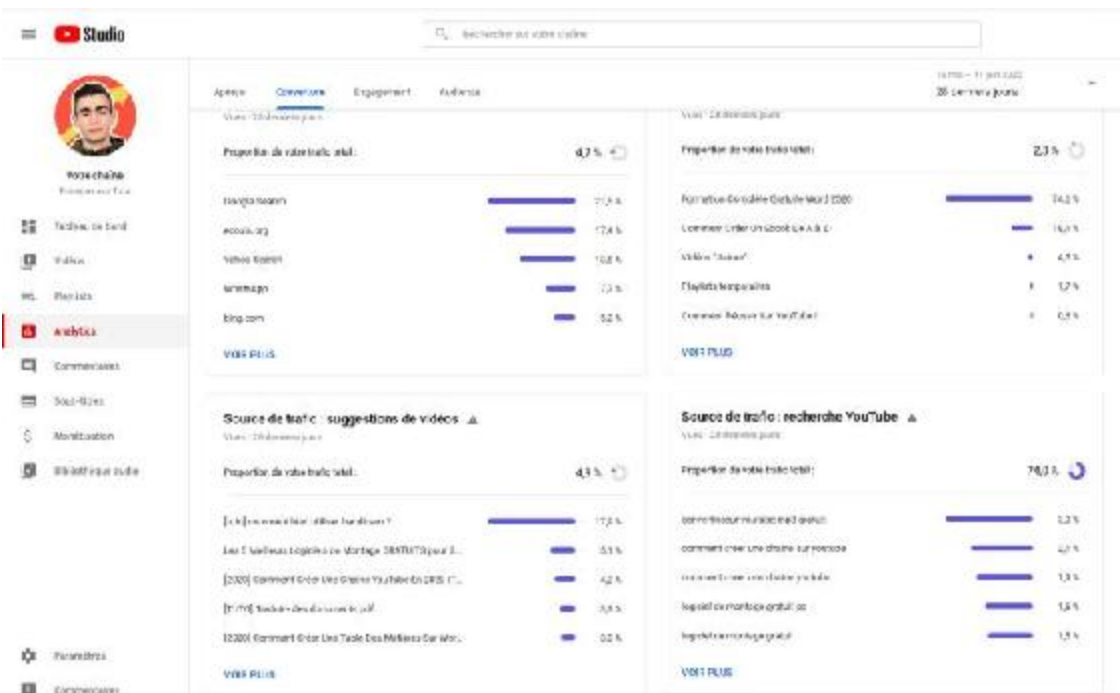
Est-ce la longueur ?

Est-ce la qualité de l'accroche en elle-même ?

Pour corriger le tir, tu dois premièrement trouver le problème et y remédier grâce à la partie sur l'écriture de la vidéo (Chapitre 5).

Cela te permettra de créer une super introduction qui captive et nourrit ton audience !

Car je le répète, mais la plupart du temps, c'est à cause d'une mauvaise introduction que les spectateurs partent.



Source de trafic: Recherche YouTube	Vues	Durée moyenne de visionnage	Pourcentage moyen de vidéo regardé	Durée de visionnage (heures)
☒ Total	5 724	1:34	37,7 %	149,9
☐ convertisseur youtube mp3 gratuit	171 3,0 %	0:39	33,2 %	1,9 1,3 %
☐ comment créer une chaîne sur youtube	121 2,1 %	1:56	35,3 %	3,8 2,6 %
☐ comment créer une chaîne youtube	111 1,9 %	1:27	41,3 %	2,7 1,9 %
☐ logiciel de montage gratuit pc	94 1,6 %	2:15	30,3 %	3,5 2,4 %
☐ logiciel de montage gratuit	88 1,5 %	1:53	25,3 %	2,8 1,9 %
☐ créer une chaîne sur youtube 2020	72 1,3 %	1:58	56,3 %	2,4 1,6 %
☐ créer une chaîne sur youtube	56 1,0 %	2:36	59,3 %	2,0 1,3 %
☐ créer une chaîne youtube	56 1,0 %	1:39	47,4 %	1,6 1,0 %
☐ comment faire une chaîne youtube	52 0,9 %	1:35	35,5 %	1,1 0,7 %
☐ créer chaîne youtube 2020	43 0,8 %	1:40	47,3 %	1,2 0,8 %
☐ comment faire une table des matières sur word	39 0,7 %	2:44	75,5 %	1,8 1,2 %
☐ bandicam	37 0,7 %	3:33	43,3 %	1,9 1,3 %
☐ créer sa chaîne youtube 2020	37 0,7 %	2:21	57,3 %	1,5 1,0 %
☐ authenticity 2020	34 0,6 %	1:47	44,3 %	1,0 0,7 %
☐ convertisseur mp3 mp4 youtube gratuit	33 0,6 %	0:59	80,2 %	0,5 0,4 %
☐ convertisseur mp3	29 0,5 %	0:34	47,2 %	0,3 0,2 %
☐ meilleur logiciel de montage video pc gratuit	26 0,5 %	2:59	30,3 %	1,0 0,7 %
☐ table des matières word	23 0,4 %	1:53	52,2 %	0,7 0,5 %
☐ comment créer une chaîne youtube	20 0,4 %	1:56	33,2 %	0,4 0,3 %



5. Les best tags

Pour accéder à ce que j'appelle les « best tags », rends-toi sur YouTube Studio puis va dans la partie « Analytics », et cette fois-ci, rends-toi dans l'onglet « Couverture », puis glisse dans « Source de trafic : recherche YouTube » .

Source de trafic de la chaine YouTube liée aux recherches YouTube.

Tu vas ensuite pouvoir cliquer sur « Voir plus ».

Et là, YouTube Studio va tout simplement te donner accès aux tags, c'est-à-dire aux termes de recherche qui ont été le plus utilisés pour trouver tes vidéos.

Liste détaillée des requêtes

YouTube générant du trafic sur

la chaine « Entrepreneur Tuto ».

·
·
·



Pourquoi ce paramètre est-il si important ?

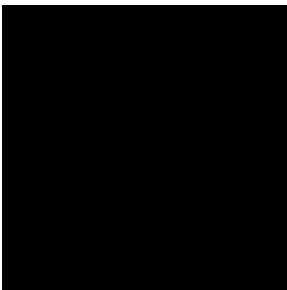
Tout simplement car :

Tu vas pouvoir analyser et comprendre les termes de recherche qui marchent pour ta chaîne.

Mais également les termes de recherches que tu n'as pas encore utilisés : c'est-à-dire que tu n'as pas fait de vidéo sur ces sujets, mais ils ont pourtant permis aux utilisateurs de découvrir ta chaîne YouTube !

Par conséquent, analyse bien les termes sur lesquels ta chaîne est positionnée, car tu pourras continuer à produire un contenu que les utilisateurs demandent (stratégie de référencement).

.
. .
.



II.

Comprendre l'algorithme YouTube

Ah, le fameux « algorithme de YouTube », ce mystérieux outil qui place en avant telle ou telle vidéo en fonction de paramètres inconnus et secrets...

Eh bien, en fait, non.

L'algorithme de YouTube et aujourd'hui assez connu par la plupart des consultants SEO ou même par les agents de webmarketing.

C'est assez simple : cet algorithme ne sort pas des enfers, mais a été mis au point par des humains afin de leur faciliter la vie.

Son but est d'analyser, de trier, puis d'exposer les vidéos de la plateforme, dans le but de proposer aux utilisateurs un contenu qui les intéresse.

Et justement, là où ça devient un peu flou aux yeux du grand public, c'est que l'algorithme de YouTube a parfois tendance à mettre des vidéos de

« mauvaise qualité » en avant au détriment du bon contenu produit par de plus petits créateurs.

C'est pourquoi je vais t'expliquer dans cette partie les grandes lignes de l'algorithme de YouTube.

Pour ce faire, je vais illustrer mes propos en te présentant deux stratégies que tu peux adopter pour la croissance de chaîne !

Stratégie du référencement (mots-clés)

Stratégie des suggestions

.

.

.

entrepreneur tuto

FILTRES



Revenus Complémentaires sur internet
Conseils - Astuces - Stratégies

Un Second revenu avec le marketing internet, l'affiliation
Anciennes Sylvain Milon • 5,2 k vues
Découvrez les trucs et astuces formation complète gratuite



Entrepreneur Tuto
592 abonnés • 112 vidéos
Tu as le choix entre deux parcours dans la vie : Soit, tu vas sagement à l'école et tu passeras en tout 17 ans (oui oui) de ta vie sur ...

Dernières vidéos de Entrepreneur Tuto

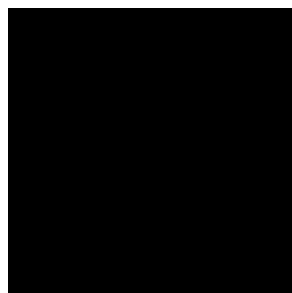


ÉCRIRE une DESCRIPTION AMAZON en 5 étapes (qui augmente vos ventes)
Entrepreneur Tuto • 25 vues • il y a 9 jours
FORMATION AMAZON KDP OFFRTE : <https://out.ly/Rys3GSO> **I** INFOS EN DESCRIPTION : livres, formations, timestamp ...
Nouveau 4K



Comment CONVERTIR un FICHIER Word en Ebook pour Amazon (en 4 minutes)
Entrepreneur Tuto • 19 vues • il y a 1 semaine
FORMATION AMAZON KDP OFFRTE : <https://out.ly/Rys3GSO> **I** INFOS EN DESCRIPTION : livres, formations, timestamp ...
4K - Sous-titré

7 EN +



1. Stratégie du référencement (mots-clés)

Cette première stratégie est très utile pour les débutants, et c'est elle que tu dois favoriser si tu commences. En fait, elle consiste à engendrer au moins 60 % du trafic de ta chaine via la recherche YouTube, c'est-à-dire grâce à un bon

référencement.

Qu'est-ce qu'un bon référencement ?

C'est simplement le fait que lorsqu'un utilisateur tape des termes dans la barre de recherche YouTube (ou même Google), ta vidéo apparait dans les premiers résultats.

Exemple de vidéo bien

référéncée sur la requête

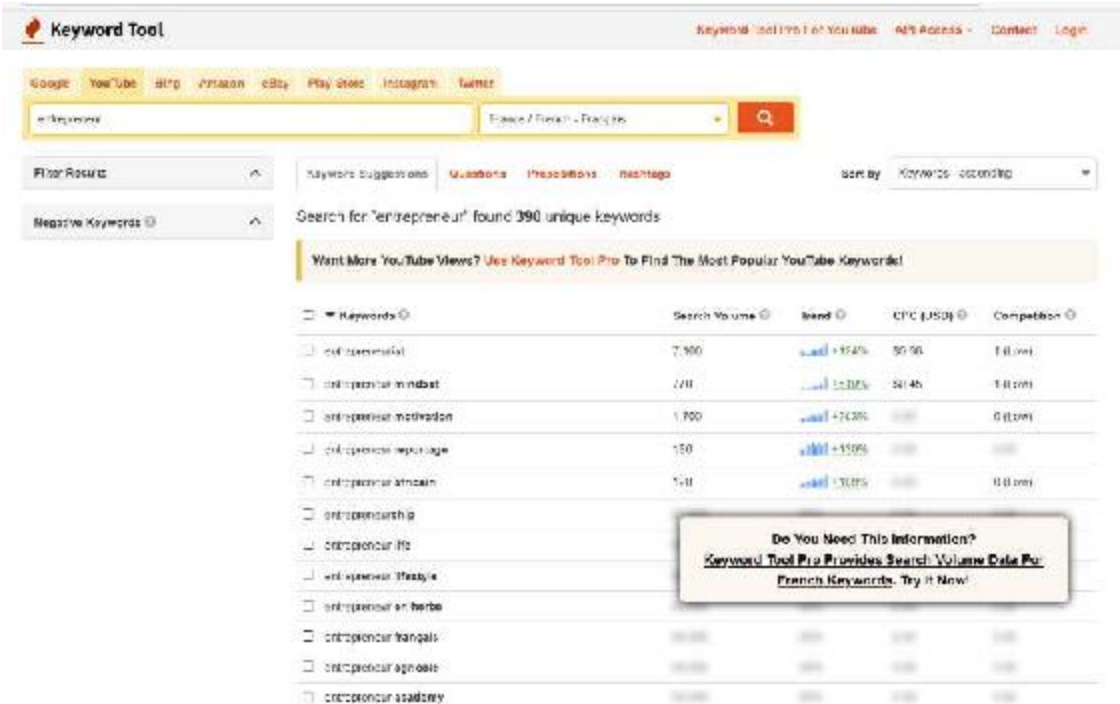
« *Entrepreneur Tuto* » sur

YouTube.

Et l'objectif principal de cette stratégie va être d'utiliser l'algorithme afin de se placer sur de grosses requêtes avec peu de concurrence.

·
·
·





Pas d'inquiétude, je vais tout t'expliquer, et ce en 3 étapes !

Étape 1 : Créer une liste de base

Tu vas utiliser un site comme :

Google Trends

Google Key Planner

Keywordtool.io

Et tu vas analyser ce que les internautes recherchent sur tel ou tel site (ici YouTube). Plus précisément, tu vas voir quels sont les termes de recherche les plus formulés.

Le générateur de mots-clés Keyword Tool.

Puis tu vas noter précieusement tous ces termes.

.

.

.



Étape 2 : Analyser les performances

Tu vas ensuite te rendre sur YouTube, et tu vas rechercher les termes que tu as notés à l'aide de la barre de recherche.

Et là, tu vas pouvoir observer le nombre total de résultats.

Mais surtout, tu vas pouvoir voir si oui ou non il y a un gros concurrent qui a une vidéo bien positionnée (haut dans les résultats) pour ce terme de recherche.

Étapes 3 : Trier par pertinence

Tu vas ensuite retirer de ta liste les mots-clés qui ne sont pas assez recherchés, ainsi que ceux où la concurrence est accrue.

Et à la fin, tu te retrouveras avec une liste de termes de recherche à la fois prisés par les utilisateurs, et sur lesquels il n'y a pas de gros concurrent.

Si mes explications te paraissent incompréhensibles, je t'invite à regarder la vidéo à qui t'explique en détail comme appliquer étape par étape cette méthode pour trouver les meilleurs mots-clés.

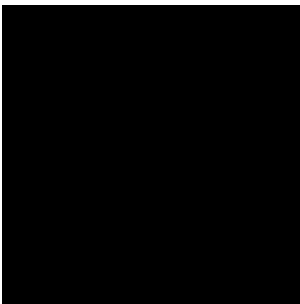
<https://youtu.be/D651nWD-Ebs>

Encore une fois, cette méthode est surtout réservée aux débutants, car elle permettra de faire connaître ta chaîne assez rapidement.

.

.

.



2. Stratégie des suggestions

À présent, on va passer à la méthode « plus poussée » et qui cette fois-ci, exploite à 100% les critères et paramètres de l'algorithme de YouTube.

La stratégie consiste ici à placer tes vidéos en tendance et surtout, dans les suggestions de tes concurrents !

Les vidéos qui apparaissent sur le côté du lecteur YouTube ne sont pas tirées au hasard, mais sont bel et bien sélectionnées par l'algorithme YouTube.

Et justement, dans cette partie, tu vas apprendre à déchiffrer le mystérieux algorithme de YouTube, afin de booster tes vues.

Quels sont donc les critères pour arriver à te hisser dans les suggestions des gros youtubeurs ?

La cohérence

La première fonctionnalité de l'algorithme YouTube va être de mettre en suggestions des vidéos semblables à celles que l'utilisateur est en train de regarder, notamment en se basant sur ce qu'il a vu précédemment .

Vidéos en suggestions en rapport avec la vidéo actuellement visionnée.

.
. .
.



Le watch time

Retiens cette règle d'or : sur YouTube le critère plus important est le temps de visionnage.

Qu'est-ce que cela signifie ? En fait, lorsque YouTube a commencé à vraiment décoller en 2011/2012, l'algorithme n'était pas aussi perfectionné et la seule règle était assez simple : plus une vidéo génère des vues, plus elle sera classée comme étant qualitative.

Mais depuis 2017 (environ) YouTube a revu entièrement son algorithme qui est désormais bien plus poussé, car il possède de nombreux paramètres et critères de sélection.

En fait, à ce jour (en 2020) le critère principal de YouTube pour estimer si une vidéo est qualitative est le watchtime, c'est-à-dire le temps cumulé des utilisateurs à regarder la vidéo.

Par conséquent, une vidéo qui fait 10 vues, mais qui cumule 1 000 minutes de visionnage sera plus recommandée qu'une vidéo atteignant 1 000 vues, mais avec seulement 10 minutes de visionnage.

Pourquoi ?

Tout simplement car YouTube cherche à garder le plus longtemps possible ses utilisateurs sur plateforme. Car plus un utilisateur reste sur le site, plus il a des chances de visionner des publicités, plus il rapporte d'argent à YouTube.

C'est aussi simple que ça.

.
.
.



Par conséquent, une fois que tu as compris cela, tu vas pouvoir mettre ta stratégie en place autour d'un seul gros critère : le watchtime.

C'est-à-dire que ton but n'est pas de faire cliquer les utilisateurs sur ta vidéo, mais bel et bien de convaincre ceux qui cliquent de rester un maximum de temps sur cette dernière .

Et comment faire pour que les spectateurs restent sur ta vidéo ? C'est simple...

Fais des vidéos de QUA-LI-TÉ ! Qualité, Qualité, Qualité !

C'est la seule vraie manière de percer (je pense que tu as dû le comprendre à travers ce guide)

Le taux de clics par impression

J'en parle dans la partie précédente sur YouTube Studio, mais en résumé, le taux de clics par impression correspond au nombre de fois que la vidéo est proposée à des utilisateurs (lorsqu'ils voient la miniature), divisé par le nombre de fois que les utilisateurs cliquent dessus.

Et en effet, ce paramètre est sans doute le deuxième plus important pour être bien classé et avoir des chances d'apparaître en suggestion.

Par conséquent, tu comprends une nouvelle fois qu'il est important d'avoir une niche ciblée afin d'engendrer un bon taux de clics par impression.

Pourquoi ?

Tout simplement parce que si ta niche diverge, alors la plupart de tes abonnés verront ta vidéo dans leur fil d'abonnement (nombre d'impressions élevé), mais ne cliqueront pas sur la vidéo (nombre de clics faible)

Mathématiquement, ton taux de clics par impression sera faible.

Veille donc à rester focus sur ta niche.

.
. .
.



La durée de ta vidéo

Le dernier gros critère jouant un rôle dans le classement de tes vidéos par l'algorithme YouTube va être la durée de ta vidéo.

En fait, YouTube a tendance à mettre plus en avant les vidéos avec une longue durée afin de maximiser la rétention d'audience sur leur plateforme (encore une fois).

Je m'explique.

Si une vidéo qui dure 3 minutes atteint une rétention d'audience de 100%

(les spectateurs regardent la vidéo de la première à la dernière seconde), alors elle rapportera une durée de visionnage de maximum 3 minutes dans le meilleur des cas.

Si à présent une vidéo dure 30 minutes, mais qu'elle n'a qu'un taux de rétention d'audience de 40% (les spectateurs quittent la vidéo au bout de 12 minutes), alors elle rapportera quand même une durée de visionnage de 12 minutes.

Par conséquent, plus tu feras des vidéos longues, plus YouTube mettra en avant cette vidéo, car elle est susceptible de générer plus de rétention sur la plateforme.

Mais attention, il y a une erreur fatale dans laquelle tu ne dois pas tomber, et cette erreur, c'est le fait de vouloir à tout prix faire des longues vidéos, quitte à perdre en qualité.

Donc je vais être très clair, n'essaye pas de rallonger artificiellement ta vidéo en radotant pendant 20 minutes ce que tu pourrais dire de manière claire et concise en seulement 5 minutes.

N'oublie jamais : QUA-LI-TÉ !

.
.
.

Arrivé à la fin de cette partie, je pense que tu comprends déjà mieux l'enjeu de l'algorithme de YouTube.

Bien sûr, je suis resté très superficiel, car en réalité, je ne suis pas programmeur chez YouTube.

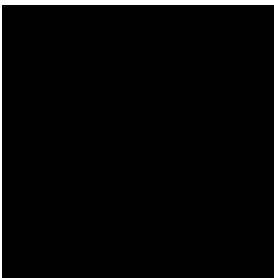
Mais ce que tu appris dans cette deuxième partie est vraiment bon à savoir, afin que tu puisses réellement comprendre quelles sont les règles de YouTube.

Une fois que tu les as comprises, tu vas pouvoir les exploitées, et créer une véritable croissance pour ta chaine !

Néanmoins, il serait catastrophique de te faire clôturer ta chaine à cause d'un détail fatal ...

Et c'est ce qu'on va voir dans la troisième et dernière partie de ce chapitre.

.
. .
.



III.

Comprendre les droits d'auteur sur YouTube

Le droit d'auteur est un gros morceau pour création du contenu sur la plateforme.

La plupart du temps, les débutants ont l'impression de ne rien comprendre tant ces clauses et obligations sont complexes...

Et pour cause, certains créateurs (en « infraction ») arrivent à passer à travers les mailles du filet, tandis que d'autres (qui font les choses correctement) se font tout simplement bannir leur chaine YouTube pour quelques secondes d'une musique soumise aux droits d'auteur.

Par conséquent, dans cette partie, tu vas apprendre tout ce que tu dois savoir vis-à-vis des droits d'auteur sur YouTube.

À quoi servent les droit d'auteurs ?

Comment contourner les droits d'auteur sur YouTube

.

.

.



1. À quoi servent les droit d'auteurs ?

Premièrement, à quoi servent les droits d'auteurs ?

En fait, les droits d'auteur ont pour but de garantir la propriété intellectuelle, et c'est une bonne chose !

Concrètement, qu'est-ce que cela signifie ?

Pour donner un exemple, imagine que demain tu crées une musique que tu souhaites par la suite vendre pour utilisation. Tu n'aimerais pas qu'un petit malin la télécharge pour après l'uploader sur YouTube ...

Tu serais dégouté, n'est-ce pas ?

Par conséquent, de ce point de vue-là, les droits d'auteurs sont une superbe idée. Néanmoins, le problème survient lorsque l'algorithme YouTube sanctionne très sévèrement, et parfois sans trop d'explications, étant donné qu'il a été conçu avec une tolérance zéro.

Du coup, dans ce guide on ne va pas aborder tout le règlement de YouTube (tout simplement car il est énorme)

Mais en résumé, sache que si tu utilises des musiques de film, des images, des logos, ou juste des effets sonores qui ne sont pas libres de droits, YouTube peut prendre la décision de te sanctionner en :

Démonétisant ta vidéo

Monétisant ta vidéo uniquement pour la poche de l'auteur original des œuvres utilisées (image, musique, etc.)

Supprimant ta vidéo de la plateforme

Exemple d'une vidéo retirée de

YouTube à cause des droits

d'auteur.

.

.



Votre chaîne
Entrepreneur Tuto

Tableau de bord

- Vidéos
- Playlists
- Analytics
- Commentaires
- Sous-titres

Tableau de bord de la chaîne

Infractions commises par la chaîne ?

Avertissements pour non-respect du règlement de la communauté actifs

Mise en garde

Performances de la dernière vidéo



Actualités



Découvrez le chat
Vos fans peuvent pa
Vous pouvez créer d
l'horodatage de vos

[EN SAVOIR PLUS](#)

Tableau de bord de la chaîne

- Vidéos
- Playlists
- Analytics
- Commentaires
- Sous-titres

Tableau de bord de la chaîne

Infractions commises par la chaîne ?

Avertissements pour non-respect du règlement de la communauté actifs

Mise en garde

Performances de la dernière vidéo



Actualités



Découvrez le chat
Vos fans peuvent pa
Vous pouvez créer d
l'horodatage de vos

[EN SAVOIR PLUS](#)

Avertissements pour non-respect du règlement de la communauté

Mise en garde

- Vous recevez une notification due à la violation d'une [Community Guideline](#).
- Si vous ne répondez pas à cet avertissement, cette décision ne sera plus d'application sur votre compte. Vous ne recevrez qu'une seule mise en garde, et votre chaîne sera associée à votre chaîne.

Si cela venait à se reproduire

- vous recevrez la vidéo d'un avertissement pour non-respect du règlement de la communauté.
- vous ne pourrez plus accéder à certaines fonctionnalités, comme la création de vidéos, la publication de vidéos ou l'affichage de vos vidéos en direct pendant une semaine.

Contenu supprimé

Si vous pensez qu'il s'agit d'une erreur, vous pouvez faire appel de cette décision.

Mise en garde reçue le 24 avril 2020

Type	Contenu	Règle	Actions
1	Contenu indisponible	-	-
1	Contenu indisponible	-	-

État et fonctionnalités



Entrepreneur Tuto
 17 vidéos

Infractions commises par la chaîne

0 avertissement sur 2 pour atteinte aux droits d'auteur
 Les cas d'atteinte aux droits d'auteur associés à votre chaîne sont listés ci-dessous.

0 avertissement sur 2 pour non-respect du règlement de la communauté
 Les cas de non-respect du règlement de la communauté associés à votre chaîne sont listés ci-dessous. [Afficher les détails](#)

Mise en ligne Vous pouvez mettre en ligne des vidéos de durée illimitée. Activé	Identification Vous pouvez personnaliser les vidéos de votre chaîne avec des informations de votre chaîne. Accessible	Streaming en direct Vous pouvez diffuser en direct. Activé	Intégrer des diffusions en direct Vous pouvez personnaliser les paramètres de votre chaîne pour intégrer des diffusions en direct. Accessible	Vidéos plus langues Vous pouvez télécharger des vidéos en plusieurs langues. Activé	Vidéos citées et non répétées Vous pouvez citer une vidéo comme étant citée et non répétée. Activé
Métriques personnelles Vous pouvez voir vos statistiques. Activé	Annonces externes Vous pouvez créer des annonces externes sur votre chaîne. Activé	Liste personnelle Vous pouvez créer une liste personnelle. Activé	Appels relatifs au système Vous pouvez faire appel au système. Activé	Souscriptions aux chaînes Vous pouvez vous abonner à des chaînes. Non accessible	

Après cela, YouTube peut te mettre ce qu'on appelle un avertissement.

C'est-à-dire que tu n'auras rien dans ton « casier judiciaire YouTube », mais si tu recommences, YouTube peut te mettre un « strike », et au bout de 3 strikes, ta chaîne sera supprimée.

Exemple d'avertissement de la part de YouTube.

Pour voir « l'état » de ta chaîne : connecte-toi à ton compte sur YouTube et rends-toi à l'adresse suivante : <https://www.youtube.com/features>

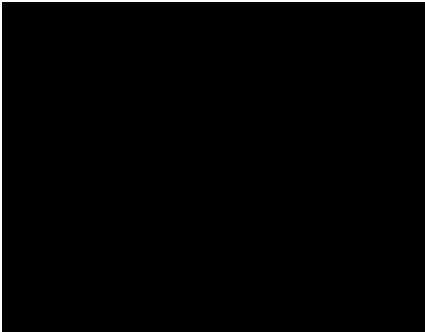
État de la chaîne « Entrepreneur Tuto ».

.

.

.





2. Comment contourner les droits d’auteur sur YouTube Bon ... Je sais que cette partie fait un peu bader, c’est pourquoi je vais te révéler 2 astuces pour contourner

les droits d’auteur sur YouTube.

Créer ton propre contenu

Je sais, ça parait bête dit comme ça, mais ça reste à la fois la solution la plus basique et la plus efficace.

Et finalement, elle n'est pas si compliquée. En effet, prendre ton smartphone et te filmer en train de parler reste une manière sûre d'éviter les strikes sur tes vidéos.

Mais bien sûr, cette petite astuce a ses limites, car tu n'es pas forcément capable de créer tes propres musiques ou tes propres designs graphiques, surtout que cela va te prendre un temps considérable.

C’est pourquoi je te conseille la deuxième astuce.

Utiliser du contenu libre de droits

Sans doute l'astuce la plus utilisée, et celle qui semble la plus abordable : utiliser des photos, vidéos, et musique qui sont libres de droits.

OK, c'est facile à dire, mais comment fait-on concrètement ?

Premièrement, pour ce qui est des musiques, je t'invite à utiliser la bibliothèque audio de YouTube.

Si tu ne connais pas, c'est tout simplement un immense répertoire de musiques et de bruitages mis en place par YouTube dans le but de permettre aux créateurs de pouvoir utiliser du contenu libre de droits gratuitement.

...



- Soit les droits d'auteur permettent l'utilisation de l'œuvre, mais tu dois citer le nom de l'auteur pour bien spécifier que l'œuvre n'est pas ta création.

Attention également aux images présentes sur Google. En effet, ces images sont souvent susceptibles d'être soumises à des droits d'auteurs.

.
.
.

Ça y est : tu sais maintenant comment marche la machine YouTube !

C'est super car ceux qui comprennent leur environnement peuvent mieux s'y adapter.

Par conséquent, si tu maîtrise les règles de la plateforme, tu vas pouvoir t'y conformer plus facilement, et être mis en avant par cette dernière.

Garde donc à l'esprit que les métadonnées, les statistiques, et les performances de tes vidéos sont un point crucial à ta réussite sur YouTube.

Néanmoins, n'oublie jamais que c'est le fait de donner de ta personne dans les vidéos qui te fera décoller !

Et justement, en dehors de toutes ces métadonnées, tu vas passer au chapitre 8 qui te présente quelques stratégies très utiles à adopter en tant que créateurs.

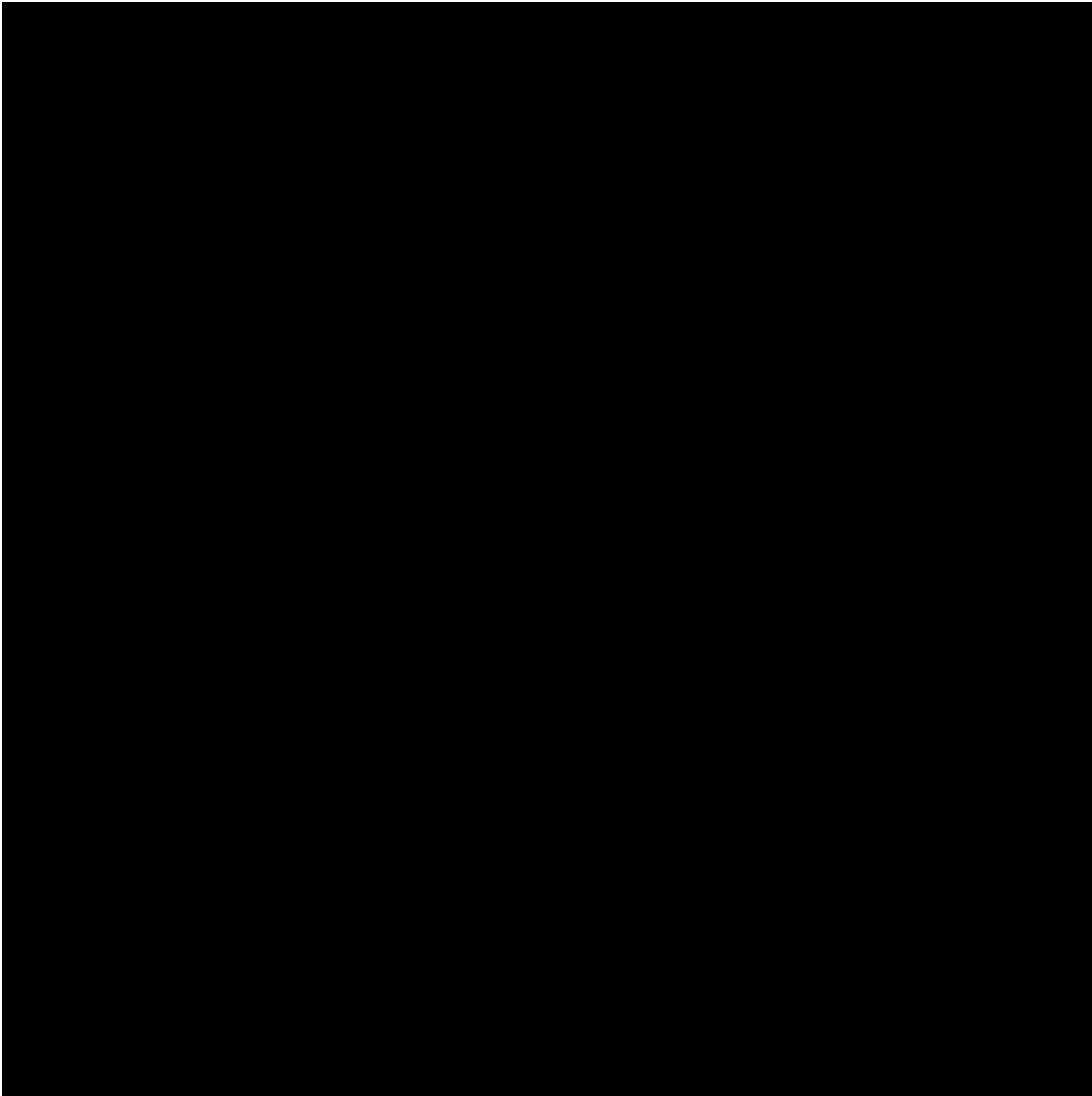
.
.
.
.
.

• Voici les 5 données analytiques à prendre en compte sur YouTube Studio :

- **Les vidéos les plus populaires**
- **Le taux de clics par impression**

- Les heures de pointe
- La rétention d'audience
- Les best tags
- L'algorithme YouTube utilise différents critères pour classer les vidéos sur la plate-forme :
 - Les mots-clés
 - La cohérence
 - Le watchtime
 - Le taux de clics par impression
 - La durée de la vidéo
- Pour éviter les droits d'auteur sur YouTube, tu peux :
 - Soit créer ton propre contenu
 - Soit utiliser du contenu libre de droit
 - Et surtout, fais bien attention avec les musiques qui sont facilement détectables !

▪
▪
▪
▪
▪
▪
▪
▪
▪
▪



.
. .
.



Jusqu'à présent, ce guide te données des conseils très techniques.

Et c'est une bonne chose ! En effet, le but de ce dernier est d'être précis et concret.

Mais en tant que manuel d'utilisation pour se lancer sur YouTube, ce dernier se doit de contenir une partie axée sur la stratégie en tant que vidéaste.

C'est pourquoi dans ce chapitre, tu vas découvrir les stratégies à mettre en place pour tes vidéos dans le but encore une fois de développer ta chaîne de manière rapide et qualitative.

Voici les 3 parties de ce chapitre :

Comment trouver ta (vraie) niche ?

Comment trouver des idées de vidéo ?

Quelle fréquence de publication adopter ?

.

.

.



I.

Comment trouver ta (vraie) niche ?

Que ce soit sur YouTube, dans le business, et même sur internet en général, le dogme qui nous est sans cesse répété et le suivant :

« Pour progresser et créer une véritable audience, il faut se spécialiser dans une niche la plus précise possible, et ne pas s'écarter de cette dernière dans le contenu que nous produisons ».

C'est d'ailleurs ce que je répète moi aussi dans ce guide.

Et justement, le problème, c'est que si tu es débutant, tu ne sais pas encore dans quoi te spécialiser, et par conséquent, tu ne peux pas produire de contenu. C'est donc à la fois un frein à la créativité et à la productivité, en plus de stopper ta progression.

OK, ça, c'est ce qu'on a vu dans la première grande partie de ce livre.

Et d'ailleurs, cette dernière était sensée te donner une première piste et une idée de ce que tu veux, peux, et dois faire sur YouTube.

Mais si malgré tout tu n'arrives pas à vraiment entrer dans une niche précise, ou tout simplement que tu n'arrives pas à trouver le contenu qui marche vraiment au sein même de ta niche, alors lis attentivement.

Dans cette partie, tu vas découvrir une méthode alternative pour trouver une niche si tu n'as aucune idée dans laquelle te lancer.

On va en fait utiliser une méthode tunnel (entonnoir), c'est-à-dire qu'on part de large pour petit à petit se resserrer.

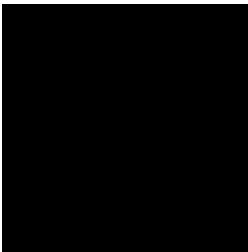
Concrètement, je vais t'expliquer ce protocole en 3 étapes.

Lis la première grande partie de ce guide

Teste une première piste

Analyse tes résultats

•
•
•



1. Lis la première grande partie de ce guide

Assure-toi d'avoir lu la première partie de ce livre, afin de trouver une première idée de niche.

2. Teste une première piste

Teste cette première idée en postant entre 5 et 10 premières vidéos avec une thématique et un style similaires.

Et même si tu publies dans la même niche, essaye de faire varier quelques paramètres d'une vidéo à l'autre.

Essaye par exemple un facecam avec une vidéo, puis un screencast (vidéo de ton écran) sur une autre.

Teste donc différentes versions de ton premier segment de niche durant ton premier mois

3. Analyse tes résultats

Après ton premier jet, tu vas analyser tes résultats.

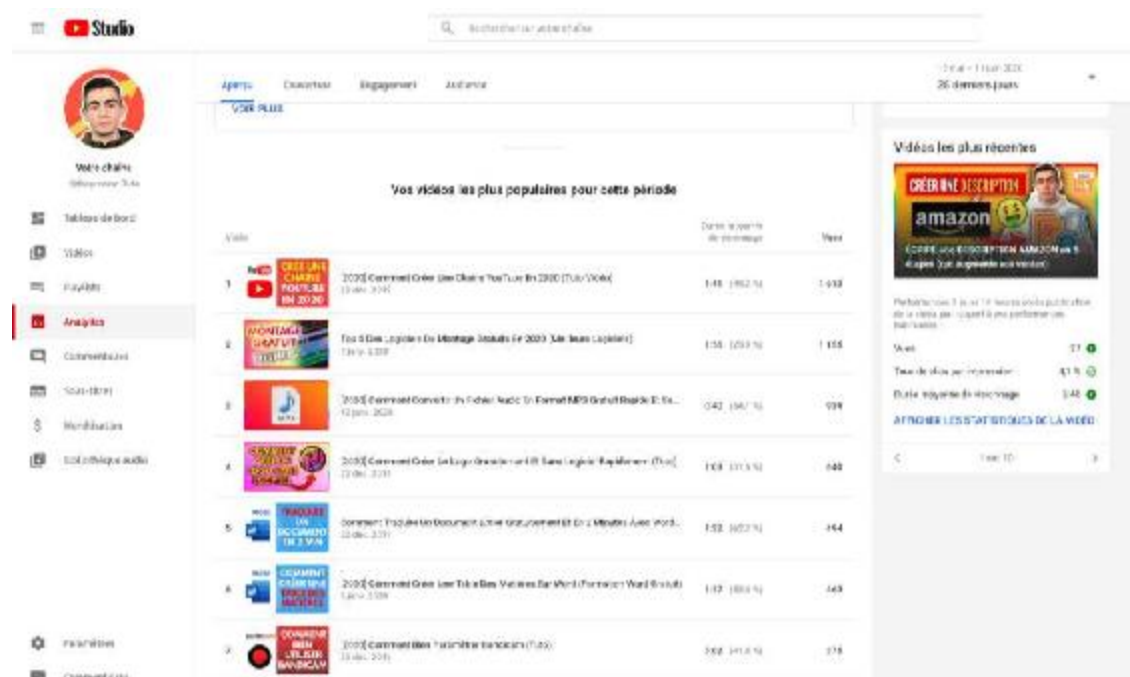
Pour analyser les résultats, utilise YouTube Studio (voir le chapitre précédent).

Si tu es dans une niche avec peu de demandes. Il se peut que la plupart de tes vidéos n'atteignent aucune vue.

En revanche, d'autres vont peut-être générer quelques vues, et vont même parfois récolter un ou deux likes. Par conséquent, tu sauras que ces vidéos sont celles qui ont fonctionné.

Tu vas donc te concentrer sur ce type de vidéo, c'est-à-dire que tu vas exploiter ce segment.

•
•
•



Puis, tu vas une nouvelle fois disséquer ce segment en d'autres petits segments de niche bien précis et refaire un échantillonnage.

Au bout d'un mois, tu vas voir ce qui aura marché ou non au sein de ce nouveau segment.

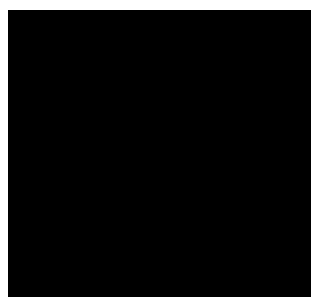
Et de fil en agui, en répétant un certain nombre de fois ce processus, tu vas pouvoir trouver manuellement le type de vidéo et de contenu qui marche pour toi et pour ta chaîne.

Par exemple, sur ma chaîne Entrepreneur Tuto, je constate que les vidéos qui marchent le plus sont celles liées à la réussite sur YouTube.

Par conséquent, c'est sur ce sujet que je base mes vidéos actuelles et futures.

Vidéos les plus populaires de la chaîne « Entrepreneur Tuto ».

.
. .
.



II.

Comment trouver des idées de vidéo ?

Souvent, le plus gros problème des créateurs, et des entrepreneurs en général, est le fait de devoir trouver des idées.

Et plus précisément, si tu commences, il est fort possible que tu n'aies pas d'idées de vidéos.

Tu as beau avoir une niche bien positionnée, du matériel pro, ainsi qu'une chaîne YouTube au design sublime, tu ne sais malgré tout pas quoi écrire sur ton script.

Ce qui est vraiment problématique, surtout lorsque tu commences... Car tu es normalement censé produire une quantité assez conséquente de contenu, afin de pouvoir faire émerger ta chaîne.

C'est pourquoi je vais te présenter 4 astuces pour trouver des idées de bonne vidéo (même quand tu n'en as pas) :

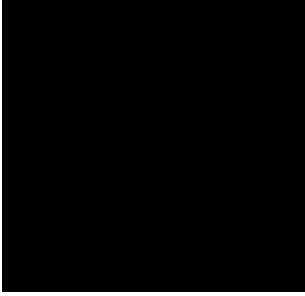
Note tes idées

Continue ce qui a marché

Inspire-toi du monde anglophone

Inspire-toi de ton expérience

•
•
•



1. Note tes idées

Il t'arrive obligatoirement d'avoir des idées de génie pour tes futures créations. La plupart du temps, tu te dis :

« Waw ! C'est l'idée du siècle ! Ça ne peut que cartonner! »

Et souvent sur le moment, l'idée te paraît tellement bien que tu te dis quelque chose du genre :

« Non, pas besoin de la noter, je vais obligatoirement la retenir. »

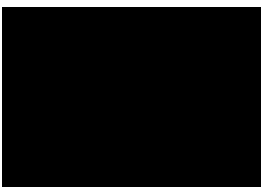
Puis finalement, un ou deux jours plus tard, lorsque tu souhaites commencer ton projet, tu te rends compte que tu as oublié ton idée !

Et là, tu as beau te creuser la tête : impossible de te souvenir de cette dernière ...

Par conséquent, mon premier conseil pour trouver des idées va tout simplement être le plus basique : note chaque idée qui te passe par la tête !

(Petite astuce : aie de quoi noter sur ta table de nuit car c'est souvent au moment du coucher que nous avons le plus d'idées qui viennent)

·
·
·



2. Continue ce qui a marché

Cette deuxième astuce va être assez simple. Elle consiste tout simplement à analyser les vidéos qui ont le mieux marché en termes de performance, et à continuer à produire un contenu similaire à ces vidéos.

Cette technique se rapproche d'ailleurs étroitement de celle de l'entonnoir évoqué précédemment.

Par conséquent, inspire-toi de ce qui marche.

Car je le répète souvent sur la chaîne YouTube, mais un des moyens pour t'améliorer rapidement dans n'importe quel domaine de la vie consiste tout simplement à regarder ce que les meilleurs font, de comprendre leur stratagème et leur recette, pour le reproduire sur toi.

À l'échelle de YouTube, ça donne la chose suivante :

Tu vas aller voir les youtubeurs qui marchent le mieux dans ta niche, et tu vas tout simplement t'inspirer de leur fond et de leur forme afin de le reproduire sur toi.

Attention, il y a une erreur fatale qui est de recopier le contenu que l'on voit. En fait, il y a une réelle différence entre s'inspirer et recopier.

En effet, recopier équivaut à reproduire à l'identique les sujets traités et leur forme. Alors que s'inspirer est le fait de reprendre la structure de vidéo pour après ajouter ton propre motif.

.
.
.

Si tu as du mal à comprendre, je vais te donner une métaphore.

Imagine qu'un célèbre styliste crée un mannequin avec un moulage, puis qu'après il l'habille avec des vêtements.

Le recopier reviendrait au fait de reproduire à l'identique les vêtements du mannequin initial sur un nouveau mannequin que tu as créé.

Tandis que s'inspirer représente le fait de reprendre le moulage du mannequin initial pour après l'habiller de tes propres vêtements.

Par conséquent, et même si je sais que lorsque qu'on débute, on est plus que tenter de reproduire rapidement et à l'identique ce qui cartonne dans notre thématique, tu dois à tout prix éviter le plagia !

Pourquoi ?

Tout simplement, car tu n'arriveras jamais à recopier l'auteur à l'identique.

Et tu finiras par donner un résultat moins bien que l'original.

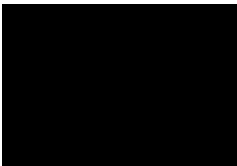
Par conséquent, les utilisateurs n'apprécieront pas ton contenu, car ils ne veulent pas d'une version moins bien de ce qu'ils ont déjà.

Au contraire, si tu veux vraiment exceller, tu dois créer ton propre style qui te correspond, afin que le résultat soit à la fois unique et naturel.

Et c'est là que les utilisateurs vont vraiment s'intéresser à ta chaine et s'abonner. Tout simplement, car tu seras le seul sur YouTube à faire ça, tu auras le monopole !

Par conséquent, inspire-toi des plus grands et façonne ton travail afin de les rejoindre !

.
. .
.



3. Inspire-toi du monde anglophone

Sur YouTube comme dans le reste, les Américains sont souvent les leaders et c'est eux qui rythment les tendances.

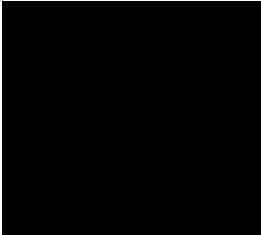
En fait, si tu ne t'intéresses pas au YouTube anglophone, tu ne t'en rends peut-être pas compte, mais la plupart des concepts qui se retrouvent en tendance en France datent déjà d'y a plusieurs semaines (voire mois) aux États-Unis.

Par conséquent, tu ne dois pas attendre qu'un concept soit connu en France pour t'y mettre, car ce sera trop tard.

Au contraire, tu dois aller t'inspirer à la source même, afin de trouver les meilleures idées qui ne sont pas encore arrivées en France, et qui n'ont pas encore été exploitées par les gros youtubeurs francophones.

Exemple de concept ayant d'abord cartonné aux USA, puis ensuite en France.

·
·
·



4. Inspire-toi de ton expérience

Cette astuce est plus spécifique aux chaînes d'apprentissage, et consiste tout simplement à apporter aux utilisateurs la solution que tu as créée lorsque tu étais confronté à leur problème.

En effet, la plupart du temps, lorsque tu rencontres une galère, tu cherches une solution sur internet.

Mais justement, si tu as créé la solution, c'est sûrement qu'elle n'était pas trouvable sur YouTube, et que personne n'avait encore apporté la solution à ce problème en particulier.

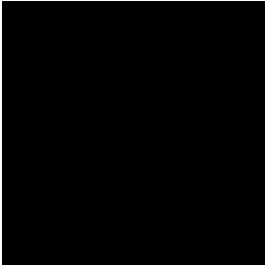
Par conséquent, si tu apportes toi-même la solution, non seulement tu aideras les autres, mais en plus de ça, tu auras le monopole car il n'y aura que ta chaîne YouTube qui présente la solution !

C'est pourquoi il est important que tu cherches dans ton passé, les solutions aux problèmes que les utilisateurs rencontrent dans le présent.

Dis-toi une chose : ces solutions valent de l'or !

·
·
·





III.

Fréquence de publication

Combien de vidéo dois-tu publier par semaine et quand
dois-tu les publier ?

Tu auras ta réponse à la fin de cette partie.

Mais pour bien pouvoir étudier ce sujet, il faut d'abord définir ce qu'est la fréquence de publication.

La fréquence de publication YouTube est tout simplement le rythme auquel tu publies des vidéos sur la plateforme YouTube.

Par exemple, 1 vidéo par semaine, 3 vidéos par jour, 10 vidéos par mois, etc.

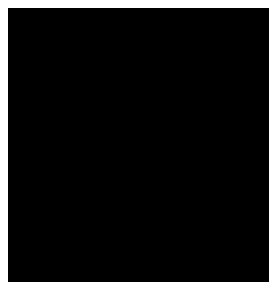
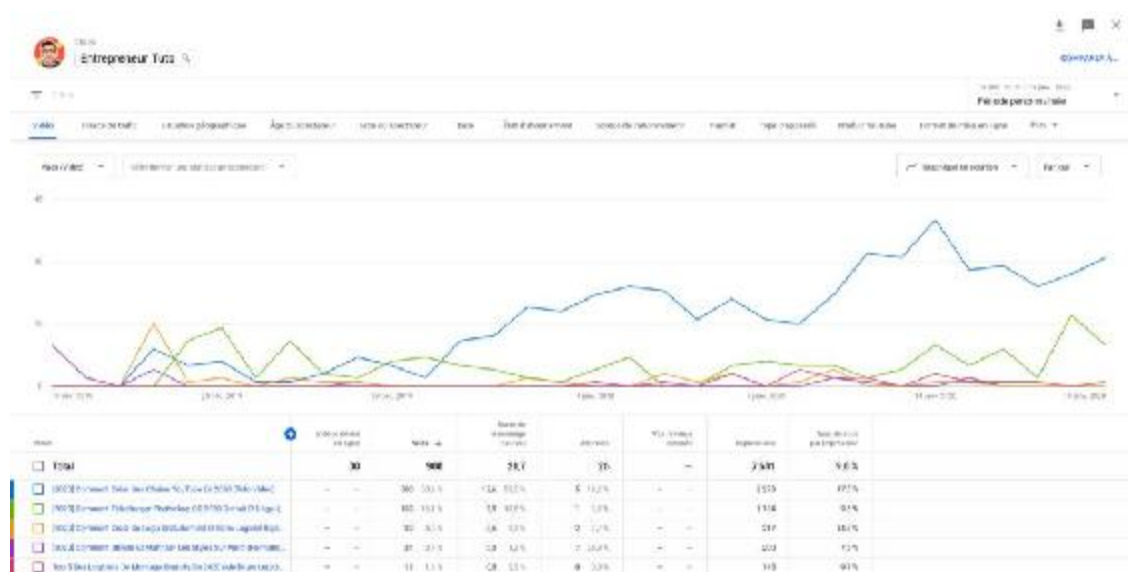
Et justement, il y a deux stratégies pour publier du contenu. La première sera pour les débutants (moins de 1 000 abonnés), et la seconde sera pour ceux avec une plus grande communauté (plus de 1 000 abonnés).

Voici donc ces 2 stratégies :

Publier autant que possible

Avoir une publication régulière

Je vais donc te les présenter une par une !



1. Publier autant que possible

Je vais m'inspirer de ma propre étude de cas.

J'ai créé la chaine Entrepreneur Tuto le 19 décembre 2019, et j'ai publié la première vidéo le même jour.

J'ai ensuite publié 30 vidéos dans le mois qui a suivi. Puis, j'ai arrêté jusqu'en mars pour me consacrer à d'autres projets.

Vidéo publier sur la chaine « Entrepreneur Tuto » entre le 19/12/19 et le 17/01/20.

Et ce qu'il s'est passé est la chose suivante :

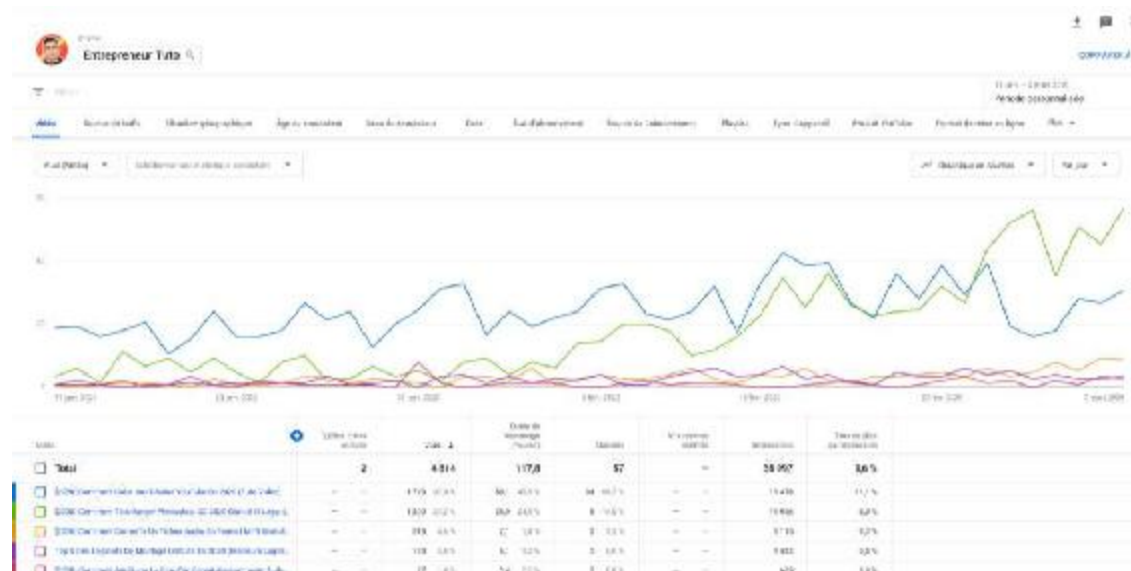
Durant le premier mois de la chaine (19/12/19 - 19/01/20) j'ai engendré presque 1 000 vues cumulées sur l'ensemble de mes vidéos, ce qui est plutôt pas mal pour une chaine qui démarre sans aucune promotion extérieure.

Durant ce mois, j'ai d'ailleurs gagné mes 26 premiers abonnés.

.

.

.



Puis entre le 15 janvier 2020 et le 02 mars 2020 (période creuse sans activité sur la chaîne), la chaîne a comptabilisé les données suivantes :

+ 4 600 vues

+ 114,2 heures de visionnage

+ 55 abonnés

Statistique de la chaîne entre le 15/01/20 et le 02/03/19 (période sans activité).

Par conséquent, j'ai réussi à atteindre les 100 abonnés en moins de 80

jours sur YouTube. (Oui, c'est le même passage qu'au début du livre) Mais alors comment ai-je donc fait par rapport à ma fréquence de publication ?

·
·
·

En fait, lorsque tu commences (moins de 1 000 abonnés), la règle est simple : crée un maximum de vidéos possibles, et publie-les dès qu'elles sont prêtes, peu importe le jour ou l'heure.

Pourquoi adopter une telle fréquence « anarchique » ?

En fait, dis-toi bien que chaque seconde que passe ta vidéo sur YouTube est une potentielle chance pour qu'un utilisateur découvre ton contenu et s'abonne.

Par conséquent, continue de créer des vidéos en mode machine, le plus grand nombre de fois possible.

De plus, le fait que tu publies en masse des vidéos va augmenter ton classement vis-à-vis de l'algorithme YouTube, car ce dernier met en avant les créateurs à forte fréquence de publication.

Si tu appliques cette technique en faisant au minimum 1 vidéo tous les 2

jours, alors ta chaîne va croître de manière exponentielle.

Et une fois que ta chaîne commencera à avoisiner les 1 000 abonnés, tu pourras adopter la deuxième stratégie.

-
-
-



2. Fréquence de publication régulière

Une fois que tu as atteint les 1 000 abonnés, tu vas pouvoir proposer un contenu plus qualitatif et moins « industriel ».

En fait, tu vas adopter une fréquence de publication définie sur ta capacité à créer du contenu.

C'est-à-dire que tu vas définir une fréquence de publication régulière, par exemple 2 vidéos par semaine, et t'y tenir.

Exemple de fréquence de publication de vidéo régulière.

Pourquoi faut-il procéder de la sorte ?

Tout simplement, car cela professionnalise ta chaîne.

En effet, cela apportera un côté rigoureux et organisé en montrant que tu as un rythme et un agenda précis.

De plus, cela va avoir pour conséquences de créer une sorte de rendez-vous avec ton audience. Ils savent que par exemple, le lundi et le jeudi, tu seras présent dans leur fil d'abonnement.

.
. .
.



À titre de comparaison, adopter une fréquence de publication régulière est similaire aux émissions de télé . Par exemple, Koh-Lanta ou The Voice ne sont pas diffusés à n'importe quelle heure, dès que la production a terminé le montage.

Non.

Les horaires sont réfléchis et pensés pour capter un maximum de spectateur. Ce qui nous amène au premier point :

Combien de vidéo dois-tu publier par semaine ?

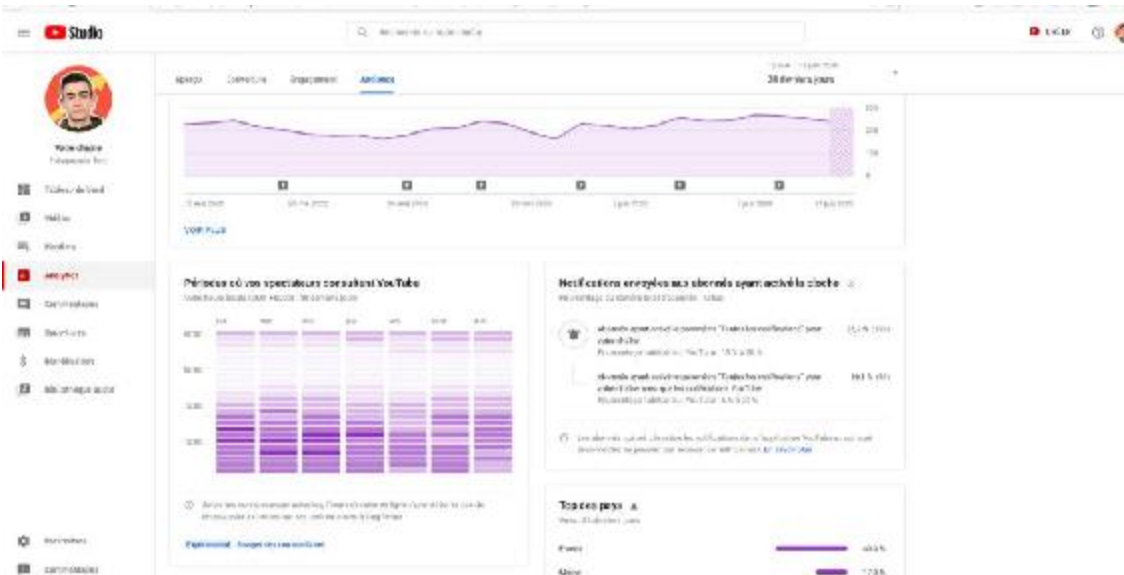
Premièrement, tu vas commencer par définir ton nombre de vidéos hebdomadaire, par rapport à ta capacité à produire du contenu et de manière à avoir un « stock d'avance ».

Par exemple, si ta niche et ton format de vidéo te permettent de facilement produire 5 à 7 par semaine, alors tu vas instaurer une fréquence de publication de 4 vidéos par semaine.

Pourquoi ?

Tout simplement car de ce fait, tu auras toujours une longueur d'avance en cas de problème ou de baisse de productivité. De plus, travailler avec du stock te soulagera de la pression de produire en flux tendus.

Personnellement, je préfère publier 2 vidéos par semaine afin d'avoir de marge sur ma production.



Quel jour et à quelle heure dois-tu publier ?

Personnellement, je me suis un petit peu arraché les cheveux au tout début pour connaître les heures de pointe de mes abonnés ...

Mais finalement, YouTube a très récemment mis en place un outil analytique permettant de connaître l'activité des abonnés afin de comprendre quand il faut publier.

Cet outil est disponible dans YouTube Studio (chapitre 7) *Indicateur des périodes d'activité des abonnés sur YouTube*.

Par conséquent, sers-toi de cet outil pour publier ta vidéo environ 30 à 10 minutes avant les heures de pointe.

Je t'invite d'ailleurs à planifier tes vidéos pour te simplifier la vie !

.
. .

Et c'est avec ce chapitre que se conclue la deuxième grande partie de ce livre.

À présent, tu sais comment créer du contenu qualitatif et performant sur YouTube !

Tu sais comment créer une vidéo de A à Z, et comment bien la publier.

Mais tu connais également le fonctionnement de la plateforme YouTube et les stratégies à mettre en place pour réussir sur cette dernière.

Par conséquent, c'est le moment d'attaquer la troisième et dernière grande partie de ce guide : la monétisation de ton activité de vidéaste.

.
. .
. .
. .

• Pour continuer à perfectionner ton positionnement vis-à-vis de ta niche, tu dois respecter ces 3 étapes :

- **Avoir une première idée de niche**
- **Tester une première piste**
- **Analyser tes performances et rectifier si besoin**

• **Pour trouver des idées de sujet de vidéo, tu peux appliquer ces 4 conseils :**

- **Noter chacune des idées qui te passent par la tête**
- **Continuer ce qui a marché**
- **T'inspirer du monde anglophone**
- **T'inspirer de ta propre expérience**

• **Pour ce qui est de ta fréquence de publication, tu dois adopter une de ces 2 stratégies en fonction de ton nombre d'abonnés :**

- **Moins de 1 000 abonnés : Publier autant que**

possible

- **Plus de 1 000 abonnés : Instaurer une fréquence de publication régulière**

•

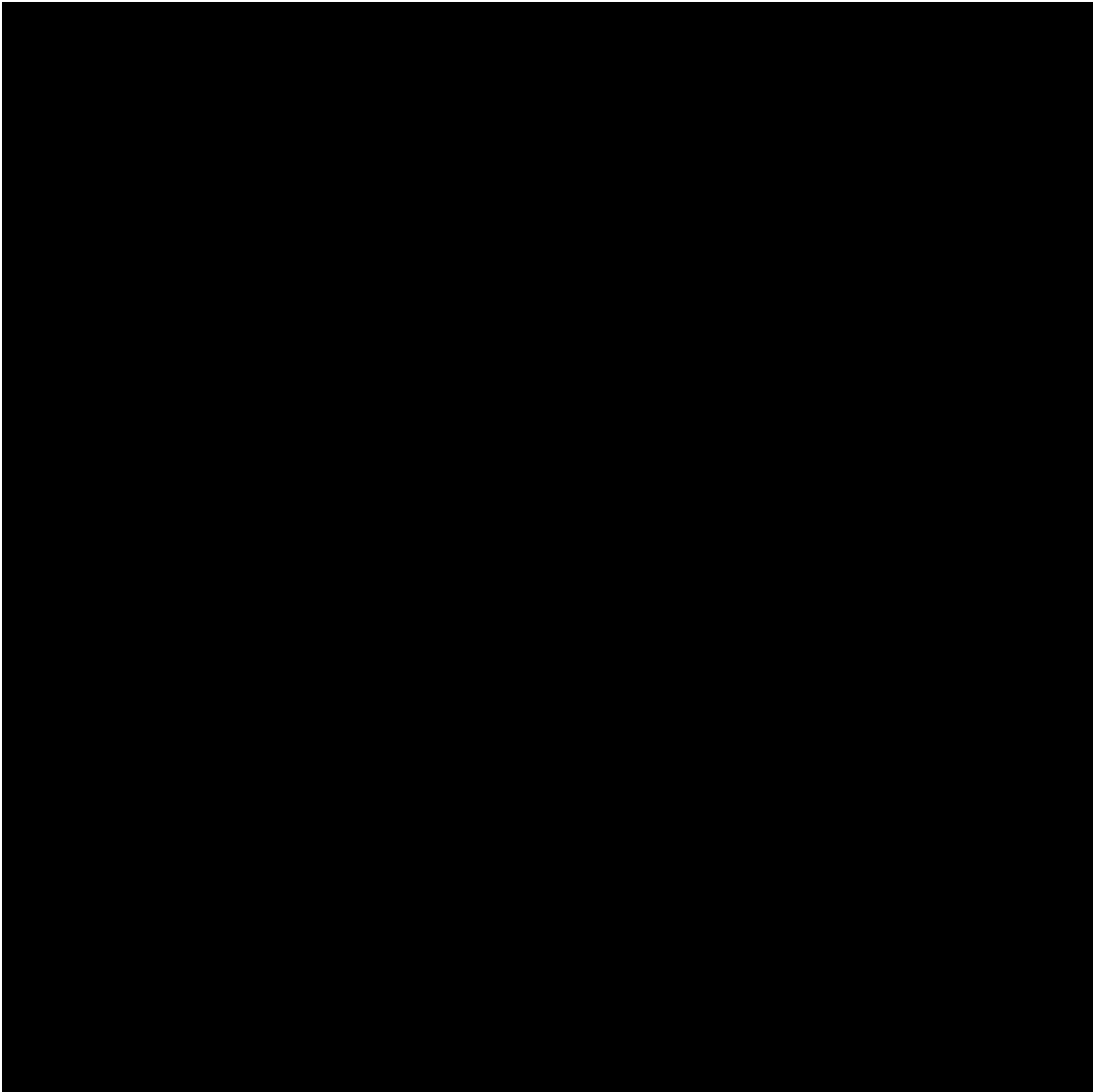
•

Partie III

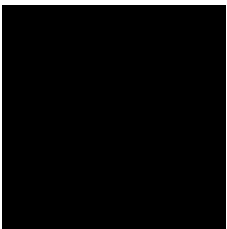
MONÉTISER TA CHAÎNE YOUTUBE



•
•



•
•





Dans l'introduction de ce livre, j'ai bien spécifié qu'il y a 3 grandes parties :

I.

Créer ta chaine YouTube

II.

Monter ta chaine YouTube

III.

Monétiser ta chaine YouTube

Étant donné que tu sais à présent comment créer ta chaine YouTube et la développer, tu vas découvrir dans cette troisième et dernière partie comment monétiser cette dernière.

Mais tout d'abord, qu'est-ce que signifie réellement « monétiser » ?

Selon Wikipédia, monétiser signifie « Transformer en monnaie ».

Par conséquent, monétiser ta chaine YouTube signifie que tu vas transformer cette dernière en source de revenus.

Et justement, si tu as bien suivi les étapes de ce guide, monétiser ta chaine va être assez simple, étant donné que cette dernière possède déjà un rendu professionnel.

Je te propose donc 3 techniques qui vont te montrer comment monétiser ta chaine YouTube de plusieurs manières différentes :

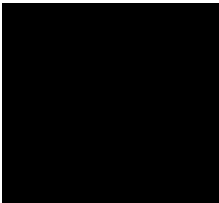
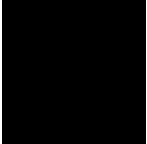
La monétisation par annonce Google Ads

Les partenariats rémunérés

L'affiliation

.

.



I.

La monétisation par annonce Google Ads

C'est sans doute LA méthode la plus populaire et connue lorsqu'on parle de monétisation sur YouTube.

Il s'agit bien sûr de la monétisation par Google Ads qui consiste à afficher des publicités avant, pendant, et après (ou à côté) de ta vidéo, afin de te faire gagner des redevances sur la publicité.

Si tu ne comprends, alors lis attentivement.

YouTube est un média gratuit, c'est-à-dire que tu n'as pas besoin de payer pour pouvoir accéder aux différentes fonctionnalités de ce dernier.

Pourtant, YouTube appartient à Google et est dirigé par de nombreux employés qu'il faut rémunérer. Mais du coup, si tu ne payes pas et que ces gens sont payés, d'où sort l'argent ?

Eh bien justement, l'argent provient des revenus publicitaires liés aux annonceurs !

Mais du coup, combien gagnes-tu grâce à ces fameuses publicités ?

Pour bien comprendre, on va s'attaquer aux 4 points suivants : **Deux types de publicité**

Combien ça rapporte ?

Comment activer la monétisation sur YouTube ?

Gare aux droits d'auteur !

.

.





1. Deux types de publicité

En fait, la rémunération va varier en fonction' du type de publicité affiché sur ta vidéo, car il en existe principalement 2 sortes :

Les publicités InStream

C'est celles jouées avant ou pendant la vidéo et que tu peux passer au bout de 5 secondes

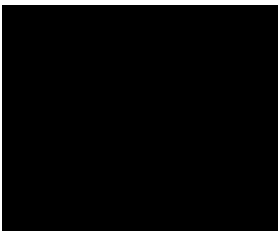
Exemple de publicité InStream sur YouTube.

Les publicités OutStream

Ce sont les publicités situées en dehors de ta vidéo (généralement en haut des suggestions, et en bas du lecteur.)

Exemple de publicité OutStream

·
·



2. Combien ça rapporte ?

Les publicités InStream sont celles qui rapportent le plus, avec parfois plus de 10,00 € (brut) pour 1 000 affichages sur tes vidéos.

À l'inverse, les publicités dites OutStream rapportent souvent moins de 1,00 € les 1 000 vues.

Par conséquent, faisons un petit calcul pour estimer une possible redevance liée au revenu AdSens :

Si pour 1 000 vues cumulées sur l'ensemble de ta chaîne, tu as une moyenne de 15% de publicité InStream (10,00€ / 1 000 vues), et 30 % de publicité

OutStream (1,00 € / 1 000 vues), alors l'annonceur va payer la somme suivante :

$$[0,15 \times (1/100) + 0,3 \times (1/1\ 000)] \times 1\ 000 = 1,80 \text{ €}$$

L'annonceur paye donc 1,80 € pour sur 1 000 vues.

Seulement, tu ne vas pas empocher directement 1,80 € ...

En fait, lorsque tu actives la monétisation, YouTube te prévient que tu toucheras 55 % des revenus nets reconnus par YouTube à partir des publicités.

Tu toucheras donc $0,55 \times 1,80 = 0,99 \text{ €}$ pour 1 000 vues, si on reprend les données de l'exemple précédent.

Donc théoriquement pour une vidéo à 1 000 000 de vues, tu toucheras (théoriquement) $0,99 \times 1\ 000 = 990,00 \text{ €}$.

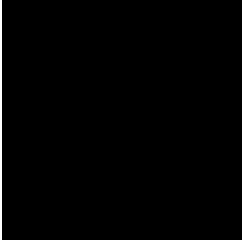
S'ajoutent à ça 25 % d'impositions, donc en tout et avec les paramètres (très confortables) que j'ai utilisés depuis le début, tu pourrais espérer recevoir une rémunération nette de grand maximum 742,50 € sur ton compte en banque.

Bien sûr, ces chiffres sont très « gras » et sont déconnectés de la réalité. En effet, j'ai fait en sorte que la redevance soit assez élevée, donc tu ne dois pas forcément retenir que 1 000 000 de vues correspond à 750,00€ !

.

.





3. Comment activer la monétisation sur YouTube

Bon, tout ça, c'est cool, mais du coup comment fais-tu pour activer la monétisation ?

Eh bien, si tu commences, tu ne vas pas pouvoir activer directement la monétisation pour ta chaîne YouTube.

En effet, tu dois répondre à deux critères principaux qui sont :

Posséder 1 000 abonnés

Cumuler 4 000 heures de visionnages

Pourquoi ces critères ?

Tout simplement pour filtrer les petites chaînes amateurs des véritables créateurs.

En effet, à l'époque de ma première chaîne, en 2014, tout le monde pouvait créer une chaîne et activer la monétisation comme bon lui semble.

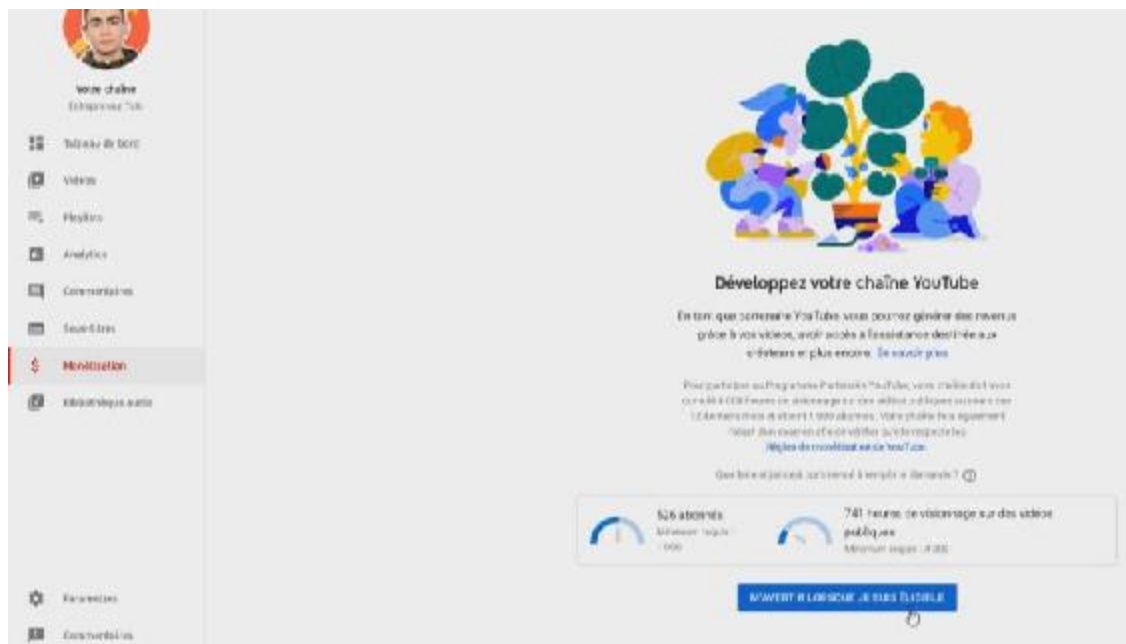
Le problème, c'est que lorsqu'une chaîne YouTube active la monétisation, elle est bien plus « surveillée » qu'une chaîne YouTube sans monétisation, car YouTube cherche à tout prix à traquer les fraudes aux droits d'auteur.

Par conséquent, à partir de 2017, YouTube a décidé de filtrer les chaînes éligibles à la monétisation à l'aide de ces critères.

Et si on y réfléchit, ce n'est pas un problème, car de toute façon, ta chaîne ne te rapportera absolument rien si tu galères déjà à atteindre les 4 000

heures de visionnage.

Mais justement, comment atteindre rapidement ces fameux critères d'éligibilité ?



Bien sûr, il n'y a pas de hack ou de recette secrète ... tu dois tout simplement appliquer les conseils présentés dans les deux premières parties de ce livre.

Néanmoins, il y a un gros conseil que je peux te donner si tu souhaites vraiment accéder rapidement à la monétisation YouTube :

→ Favorise le watchtime (oui, encore une fois)

En fait, les 4 000 heures de visionnage n'ont rien à voir avec ton nombre de vues.

Tu as beau avoir 1 million de vue, si tes vidéos durent une seconde, elles ne t'apporteront rien ! Par conséquent, favorise vraiment le watchtime de tes vidéos !

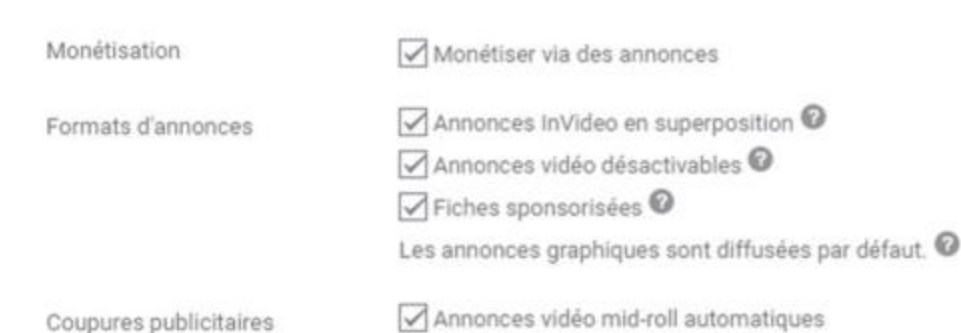
Sinon, d'un point de vue purement technique, monétiser tes vidéos n'est pas compliqué du tout.

Tu dois simplement aller dans YouTube Studio puis te rendre dans l'onglet monétisation.

Puis, tu vas cliquer sur « M'avertir lorsque je suis éligible ».

Demande de monétisation pour une chaine YouTube.

.



Lorsque tu seras éligible, YouTube te renverra un email pour te dire que ta chaine est en cours d'examen. Une fois que la vérification sera terminée, tu n'auras plus qu'à te créer un compte AdSens et l'associer à ta chaine YouTube.

Dans ce guide, je fais le choix de ne pas aborder en détail le processus de monétisation d'une chaine pour 2 raisons :

→ Il y a de fortes chances que tu n'y sois pas encore éligible

→ Le format vidéo est bien plus pratique que le format écrit Par conséquent, si tu veux connaitre en détail le processus de monétisation d'une chaine YouTube, je t'invite à suivre la chaine

« Entrepreneur Tuto » sur laquelle je posterai une vidéo complète sur la monétisation.

Lorsque tu auras activé la monétisation de tes vidéos, tu devras bien veiller à cocher toutes les options comme tu peux le voir sur l'image.

Option de monétisation sur les vidéos YouTube.

.



4. Gare aux droits d'auteur !

À présent, je dois te mettre en garde : tu dois redoubler d'attention avec les droits d'auteurs.

On en a déjà parlé dans le chapitre 7, mais YouTube est extrêmement strict avec ce sujet.

Et d'ailleurs, il l'est encore plus lorsque tu es inscrit au Programme Partenaire YouTube.

En fait, c'est assez simple : tu ne peux pas activer la monétisation sur des vidéos contenant des vidéos, images, musiques ou même bruitage soumis aux droits d'auteur.

Car grâce à la technologie content ID, YouTube pourra directement détecter le contenu non éligible à la monétisation.

Mais alors, que se passe-t-il si jamais une de tes vidéos contient un contenu protégé par le droit d'auteur ?

Tout simplement, l'auteur de contenu protégé va avoir les droits et possibilités suivantes :

Bloquer ta vidéo (ou supprimer l'audio pour la musique)

Monétiser ta vidéo à son propre compte

Suivre les statistiques de ta vidéo

- .
- .

État et fonctionnalités

 **skynight ancienne chaîne**
v. l'Patience Vidéo

Infractions commises par la chaîne

0 avertissement sur 3 pour atteinte aux droits d'auteur
Les cas d'atteinte aux droits d'auteur associés à votre compte sont indiqués ci-dessous.

0 avertissement sur 3 pour non respect du règlement de la communauté
Vous n'avez aucun avertissement pour non-respect du règlement de la communauté.

Mise en ligne Vous pouvez mettre en ligne des vidéos. En savoir plus	Monétisation La monétisation a été désactivée pour ce compte en raison d'infractions de droits d'auteur. En savoir plus	Streaming en direct Vous pouvez streamer en direct. En savoir plus	Indique des diffusion en direct Vous pouvez indiquer vos diffusions en direct. En savoir plus	Vidéos plus longues Vous pouvez désormais mettre en ligne des vidéos d'une durée de 15 minutes. En savoir plus	Vidéos privées et non répertoriées Vous pouvez diffuser des vidéos, comme étant privées et non répertoriées, en privé plus.
Activé	Désactivé	Activé	Activé	Activé	Activé

Métriques personnalisées Utiliser vos propres métriques pour vos vidéos. En savoir plus	Annotations vidéo Vous pouvez créer des cartes vidéo à l'attachement et des sous-entêtes vidéo par exemple de recommandation, en savoir plus.	URL personnalisées Vous avez déjà complété une URL personnalisée. En savoir plus	Appareil relié au système d'ordinateur Vous pouvez télécharger des vidéos de votre ordinateur relié au système d'ordinateur. En savoir plus	Souscriptions aux chaînes Vous ne pouvez désormais proposer de souscriptions à votre chaîne. En savoir plus
Activé	Activé	Activé	Activé	Non activable

Le principal problème sur YouTube provient de la musique. En effet, il arrive souvent que même les gros youtubeurs soient démonétisés à cause de leur piste audio.

Pour éviter cela, je t'invite vraiment à utiliser des musiques libres de droits grâce à la bibliothèque audio de YouTube.

Fais vraiment attention, car en cas de récidive, YouTube te bloque définitivement la monétisation sur ton compte.

C'est d'ailleurs ce qui était arrivé à ma première chaine comme le montre l'image ci-dessous.

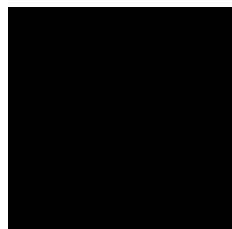
Exemple de chaine YouTube démonétisée.

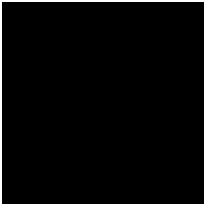
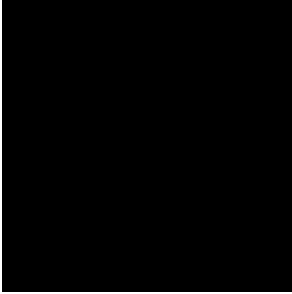
Pour conclure cette première partie, je finirai par dire que la monétisation par Google Ads est sans doute la plus connue, mais n'est pas forcément la plus efficace.

Concrètement, à part être dans le top 20 des youtubeurs francophones, tu ne pourras pas vivre de tes revenus AdSens.

En fait, si tu veux réellement vivre de ta chaine YouTube et uniquement de cette dernière, tu vas devoir faire des placements de produits.

.





II.

Les partenariats rémunérés

Je vais être très clair : si tu souhaites vivre de ta chaîne sans mettre en place d'autres business models, tu es

pratiquement obligé de passer par les partenariats.

C'est pourquoi on va aborder ce business model en 3 parties : **Qu'est-ce qu'un partenariat rémunéré ?**

Comment faire un partenariat rémunéré ?

Et la loi ?

1. Qu'est-ce qu'un partenariat rémunéré ?

C'est le fait qu'une marque te donne un produit et une rémunération en échange de la présentation de leur produit (ou service) dans ta vidéo.

Bien sûr, une relation rémunérée ne consiste pas uniquement en un transfert d'argent d'une marque à un influenceur.

Même si la marque offre gratuitement un produit ou un service à un créateur, la relation entre la marque et ce dernier reste considérée comme

une relation rémunérée.

Sur YouTube, le principe est le suivant :

Un annonceur peut créer lui-même le contenu de présentation de sa marque. Autrement dit, il ne va plus passer par la publicité Google Ads, car cette dernière est de moins en moins appréciée des utilisateurs YouTube (notamment avec l'utilisation de Adblock).

Par conséquent, il va en fait acheter du trafic à travers ta vidéo. En effet, un blogueur ou un youtubeur a souvent une plus forte notoriété/ autorité que la marque en elle-même au sein d'une communauté.

.

.



2. Comment faire un partenariat rémunéré ?

Les deux principaux critères pour être contacté par une marque sont les suivants :

→ Avoir une chaîne en rapport avec le produit (ou service) de la marque

→ Avoir une audience significative

Bien sûr, tu peux également aller proposer ta prestation à des marques, du moment que tu y es légitime : une chaîne de mécanique ne peut pas faire un partenariat pour du vernis à ongles !

Mais dans tous les cas, tu dois veiller à bien spécifier par contrat que tu souhaites garder une liberté éditoriale, et surtout, tu dois valoriser le fait que tu vends tes compétences d'écriture, de tournage de montage ,et de communication !

Et pour la demande en elle-même, tu vas respecter ces 3 étapes :

Repérer un produit sur internet (souvent Amazon) : Tu vas te rendre sur internet et choisir un produit qui n'a pas encore fait ses preuves. En sommes cela signifie que la concurrence est trop accrue dans sa niche, et que le produit n'arrive pas à être bien référencé.

Par exemple, il n'a pas beaucoup d'avis ou d'étoiles (indicateurs de preuve sociale)

Contacter la marque :

Une fois que tu as repéré le produit qui t'intéresse et surtout auquel tu es légitime de faire un partenariat, tu vas contacter la marque.

.



Pour cela, tu peux soit la contacter par email, soit directement via Facebook (Messenger). De ce que j'ai pu entendre, Facebook est une bonne plateforme pour organiser des partenariats.

Peaufiner le contrat :

Il faut bien se mettre d'accord sur les contributions de l'un et l'autre, et être le plus clair et direct possible.

Pour cela, je te conseille de créer un contrat par mail, car ce dernier à une valeur juridique (contrairement à un message Facebook).

Les éléments suivants doivent figurer dans l'email :

- La chaîne du Youtubeur
- La société (annonceur)
- La rémunération perçue par le Youtubeur.
- La contribution du Youtubeur

Pour simplifier les choses, je te conseille d'échanger l'un l'autre vos numéros de téléphone afin de pouvoir vous appeler. Ce sera beaucoup plus simple pour clarifier ce que l'un attend de l'autre.

Et pour ce qui est de ton audience, tu dois garder la transparence la plus nette possible. C'est-à-dire que tu dois absolument jouer la carte de l'honnêteté. Si on t'offre un produit, alors dis dans ta vidéo que ce produit t'a été envoyé par telle marque.

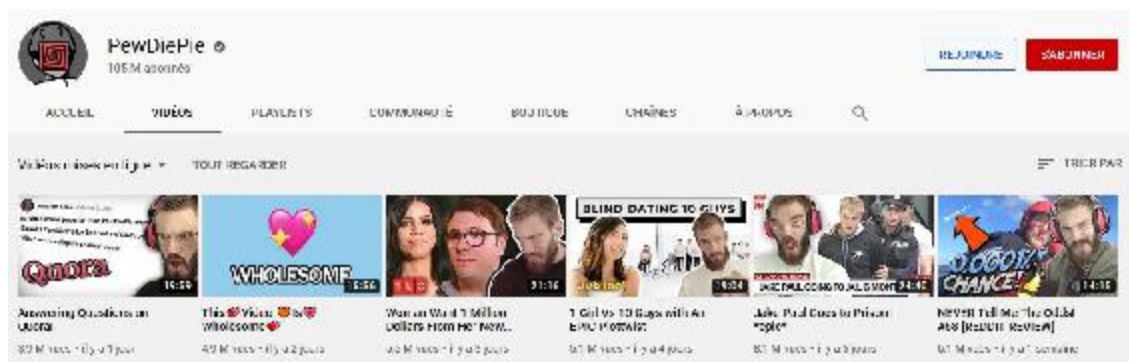
Tu peux même commencer ta vidéo par : « Je vous informe que cette vidéo est sponsorisée par... »

De plus, tu dois bien comprendre que tu n'as pas besoin d'avoir une chaîne avec 100 000 abonnés pour faire des partenariats.

Souvent, c'est même l'inverse (oui oui!)

.

.



En fait, plus une communauté est grande, et plus son taux d'engagement (interaction) sera faible, c'est mathématique.

En effet, la chaîne de PewDiePie a par exemple un taux d'engagement moins élevé que la chaîne d'André Dubois

Dernière vidéos de la chaîne YouTube « PewDiePie ».

On constate que ses 6 dernières vidéos ont une moyenne de vues de : $(3,9 + 4,9 + 5,5 + 5,1 + 8,1 + 6,1) / 6 = 5,6$ M vues par vidéo.

Or, son nombre d'abonnés s'élève à 105 M.

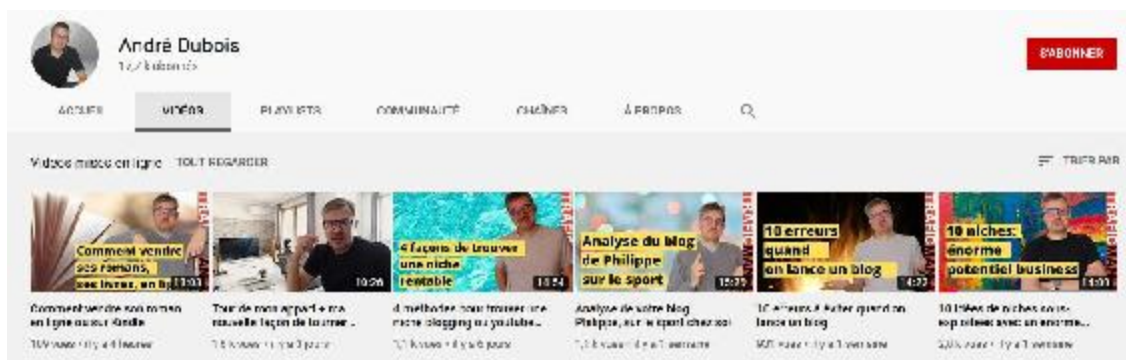
Donc son taux d'engagement est de $5,6 / 105 = 0,0533$

Ce qui revient à un taux de 5,3% d'engagement pour la chaîne de PewDiePie.

Passons à présent à la chaîne d'André Dubois.

.

.



Dernières vidéos de la chaîne YouTube d'André Dubois.

On constate que ses 6 dernières vidéos ont une moyenne de vues de : $(189 + 1\,600 + 1\,100 + 1\,100 + 931 + 2\,800) / 6 = 1\,286,66$ vues par vidéo Or son nombre d'abonnés s'élève à 17 700.

Donc son taux d'engagement est de $1\,286,66 / 17\,700 = 0,0726$

Ce qui revient à un taux de 7,26% d'engagement pour la chaîne d'André Dubois.

André Dubois a donc un meilleur taux d'engagement que PewDiePie.

Par conséquent, une marque préférera un youtubeur avec une plus petite communauté, qu'un youtubeur très général avec une communauté inactive.

C'est un petit peu la même chose qu'avec les niches (ce qu'on disait dans la première grande partie du livre) :

Plus une niche est ciblée, plus elle sera fertile. Par conséquent, si tu as une chaîne avec une niche cible, cela peut représenter un réel avantage pour ce qui est des partenariats.

Car une marque vendant des produits très spécifiques et ciblés préférera largement une chaîne de 2 000 abonnés avec la niche cible correspondant au produit en question, qu'une chaîne d'1M d'abonnés avec une communauté qui n'est pas du tout engagée.

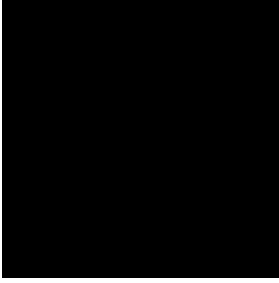
Et surtout, les petites chaînes reviennent moins chères aux marques (annonceurs), ce qui les incite encore plus à favoriser une chaîne ciblée.

.

.

Options supplémentaires

- ☒ Autoriser l'intégration ?
- ☒ Publier dans le flux "Abonnements" et autoriser l'envoi de notifications aux abonnés ?
- ☒ Ma vidéo contient une communication commerciale telle qu'un placement de produit ou une autre promotion
- ☒ Ajouter un message pour informer les utilisateurs de la présence d'une communication commerciale dans la vidéo ?



3. Et la loi ?

À présent, tu dois quand même faire attention aux contraintes juridiques des placements de produit.

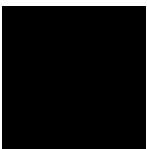
Premièrement, lorsque tu affiches une publicité sur internet, tu es obligé de spécifier que ce contenu est une publicité. (Article L. 121-6 du Code de la consommation).

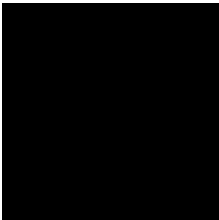
Par conséquent, tu dois clairement indiquer dans la description de ta vidéo YouTube que cette dernière fait l'objet d'un partenariat rémunéré.

Et pour ce qui est de la publication de ta vidéo sur YouTube, tu dois bien faire attention à cocher les cases suivantes lors de la mise en ligne : *Cases à cocher pour informer les spectateurs que la vidéo contient un partenariat.*

Pour les retrouver, rends-toi dans les paramètres avancés de la vidéo, depuis YouTube Studio ou lors de sa publication

.
.





III.

L'affiliation

L'affiliation est finalement la troisième technique pour des revenus passifs via ta chaîne YouTube.

On va donc aborder cette technique en 2 points :

Qu'est-ce que l'affiliation ?

Comment faire de l'affiliation sur YouTube ?

1. Qu'est-ce que l'affiliation ?

En fait, l'affiliation est le fait de promouvoir un produit en échange d'une commission lors de l'achat de ce dernier.

Il y a donc 3 acteurs qui rentrent en jeux :

L'affilié : c'est la place que tu occupes si tu présentes un produit en vidéo.

L'affilieur : c'est le fournisseur, celui qui vend le produit.

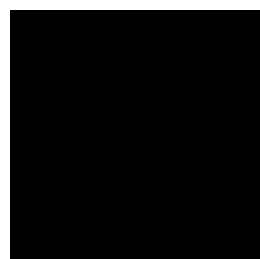
La plateforme d'affiliation : c'est le site par lequel l'affilié et l'affilieur vont être mis en relation.

Concrètement, comment se passe l'affiliation ?

Tout simplement, tu présentes un produit en vidéo et tu mets ton lien affilié dans la description de cette dernière.

Lorsque les spectateurs de ta vidéo cliqueront sur le lien présent dans ta description et qu'ils achèteront le produit, tu toucheras une commission d'en moyenne 5%, c'est-à-dire que tu vas gagner 5% du prix du produit.

.



Bien sûr, ce business model n'est pas très « juteux ». En effet, il est souvent impossible de vivre uniquement de l'affiliation.

Néanmoins, cette dernière peut représenter un complément de revenu non négligeable, et possède bien sûr l'avantage d'être extrêmement simple à mettre en place.

2. Comment faire de l'affiliation sur YouTube ?

Sur YouTube l'affiliation est assez simple à mettre en place, étant donné que le format vidéo se prête bien à la

démonstration de produit.

Voici donc 3 étapes à respecter pour être un affilié rentable.

Choisir un affilié

Il existe une multitude de sites faisant de l'affiliation, et proposant des redevances plus ou moins alléchantes.

Personnellement, je te recommande de passer par Amazon, car c'est le plus connu, et sans doute le plus simple. Tu disposeras d'un large choix de produits sur lesquels tu pourras être affilié.

Pour avoir accès à l'affiliation Amazon, tu dois t'inscrire à l'adresse suivante : <https://partenaires.amazon.fr>

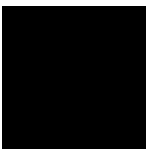
Bien sûr, tu peux également choisir d'autres plateformes d'affiliation telles que

- Affili
- 1TPE
- Teachable

Une fois que tu auras choisi la plateforme à laquelle tu souhaites t'affilier, tu vas pouvoir passer à la deuxième étape.

.

.





Trouver un produit qui correspond à ta niche

Cette première étape consiste à choisir le produit que tu vas mettre en avant dans ta vidéo.

Bien sûr, le produit doit correspondre à ta niche, et évidemment , certaines niches sont plus propices à la monétisation que d'autres. Et pour t'aider, je vais te donner quelques idées de produits faciles pour l'affiliation.

Un produit physique : c'est le cas le plus classique, tu testes un produit en vidéo.

Un livre : il y a souvent des ouvrages références dans ta thématique.

Une formation en ligne : certaines formations sont disponibles à la vente en affiliation.

Le choix du produit est vraiment important, car tu ne peux pas te permettre de simplement balancer des produits à ton audience en lui disant de cliquer en description.

Encore une fois, le produit doit être adapté à ta thématique et ne doit surtout pas arriver comme un cheveu sur la soupe.

Créer une bonne vidéo sur le produit

Maintenant que tu as trouvé ton produit, tu n'as plus qu'à créer une vidéo le présentant. Et là encore, il y a certaines règles à respecter.

Premièrement, tu dois absolument jouer la transparence avec ton audience.

Comme pour le placement de produit, tu ne dois pas camoufler le fait que ce soit un lien affilié.

Au contraire, tu dois vraiment être le plus transparent possible avec tes abonnés.

.

De plus, pour ce qui est de la présentation en elle-même, tu dois veiller à être objectif. Car tes abonnés te voient avant tout comme étant de leur côté plutôt que de celui de la marque.

Et le meilleur moyen pour paraître honnête est de citer quelques défauts du produit. En effet, comme pour le placement de produit, si tu ne cites aucun défaut, les spectateurs de ta vidéo vont être méfiants.

Par conséquent, veille bien à toujours citer quelques défauts.

Pour conclure ce chapitre, je dirais que ces trois méthodes sont assez efficaces et simples à mettre en place, mais ne rapportent pas forcément assez ...

Si tu veux vraiment gagner de l'argent avec YouTube, il va falloir mettre en place une autre stratégie.

Pour découvrir cette tactique, passe au chapitre suivant !

.

• **La monétisation sur YouTube consiste en 3 stratégies de bases :**

▪ **La monétisation AdSens**

- Les partenariats rémunérés

- L'affiliation

- Pour ce qui est de la monétisation AdSense :

- C'est la plus simple à mettre en place

- Pour être éligible, ta chaîne doit cumuler 1 000

abonnés et 4 000 heures de visionnage.

- Tu dois néanmoins faire attention à cause des droits d'auteurs.

- Les partenariats rémunérés sont quant à eux bien plus lucratifs. Il consiste en 3 étapes :

- Repérer un produit

- Contacter la marque

- Créer un contrat et informer du partenariat dans la vidéo

- Enfin, l'affiliation représente un business model passif, et est relativement facile à mettre en place sur ta chaîne avec ces 3

étapes :

- Choisir un affilié

- Trouver un produit qui correspond à ta niche

- Créer une bonne vidéo sur ce produit

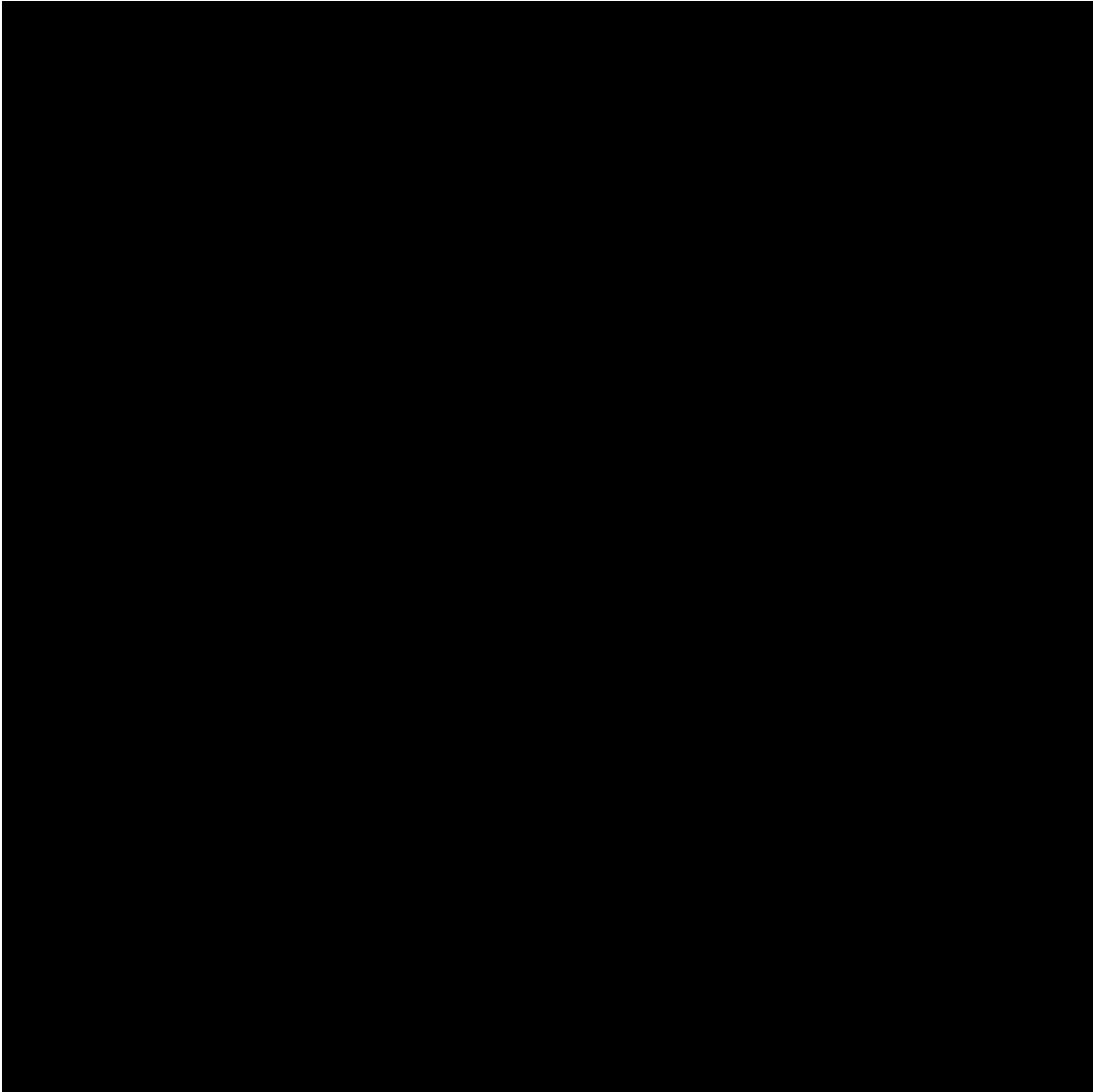
▪

▪

▪

▪

•
•
•
•



•
•



Dans le chapitre précédent, tu as découvert trois techniques de monétisation : la monétisation AdSens, les placements de produit, et l'affiliation.

Ces types de monétisation sont assez intéressants pour les débutants, car elles nécessitent uniquement d'avoir une chaîne YouTube sans aucun autre support.

Et justement, dans ce chapitre, tu vas apprendre à aller plus loin !

En effet, à partir de maintenant ta chaine YouTube ne sera plus ta boutique, mais uniquement la vitrine de cette dernière.

Je m'explique :

Tu vas utiliser ta chaine YouTube comme moyen de promotion pour vendre tes produits/services depuis ton propre site ou depuis ta boutique.

Peut-être que tu ne comprends pas vraiment de quoi je parle, mais c'est le business model que j'utilise personnellement, et c'est celui qui rapporte le plus sur YouTube.

Schéma d'un tunnel de vente

sur YouTube.

.



En fait, il consiste en 3 étapes universelles à tous les types de produits : 1. Partager du contenu gratuit sur YouTube sur une thématique.

2. Rediriger les abonnés vers un formulaire d'inscription (email list) en leur offrant un produit/extrait gratuit.

3. Les persuader d'acheter le produit ou la version payant(e), étant donné qu'ils ont déjà pu accéder une première fois au produit. Et à l'avenir, on peut même leur proposer des formations via l'email list.

Évidemment, j'ai été extrêmement simpliste et grossier en résumant ce business model en seulement 3 étapes. En fait, il y a mille et une conditions, méthodes, techniques à respecter.

Et justement, ce livre est la formation complète pour ce qui est de la première étape : Partager du contenu gratuit sur YouTube sur une thématique.

C'est-à-dire qu'en appliquant les conseils présents dans ce dernier, tu seras en mesure de débaucher un maximum de prospects.

Et c'est justement le but d'une telle chaîne YouTube : avoir un rendu professionnel pour que les utilisateurs s'abonnent puis achètent.

Du coup, je te propose d'étudier plus en détail cette première phase, qui est spécifique à YouTube avec 3 grands points cruciaux :

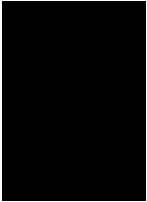
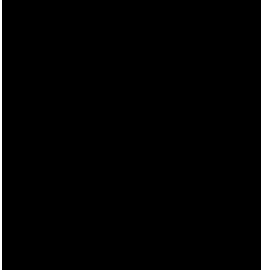
Quel produit peux-tu vendre ?

Convertir l'utilisateur en abonné

Convertir l'abonné en prospect

.





I.

Quel produit peux-tu vendre ?

Comme je l'ai dit auparavant, dans ce guide, on ne va pas aborder ce business model en détail.

Néanmoins, voici les 3 grandes catégories de produits et de services que tu peux vendre sur YouTube.

Des produits physiques

Les produits digitaux

Vendre tes services de freelance

1. Des produits physiques

La première catégorie de produit va être les produits physiques, c'est-à-dire des objets matériels.

Cette catégorie n'est pas forcément la plus compliquée, mais n'est pas non plus la plus simple. En effet, même si elle a le mérite de pouvoir vendre sous une marque (vêtement, figurine, collection, etc.), d'un point de vue stock et logistique, elle risque de poser des problèmes.

Pourquoi ?

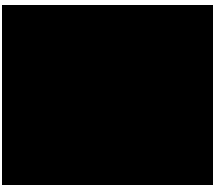
Car tu vas devoir gérer tes commandes, tout en t'assurant du contrôle de la qualité et des délais de livraison. De nos jours, c'est souvent le drop shipping qui est utilisé, même si rien ne t'empêche de créer toi-même tes propres produits.

Mais un autre désavantage est que tu vas avoir du mal à te constituer une véritable liste de prospect, et surtout, à mettre en place un tunnel de vente. En effet, il va être parfois assez délicat d'envoyer des échantillons gratuits.

Par conséquent, cette business modèle est à utiliser si tu souhaites vraiment lancer ta propre marque. Mais sinon, je te conseille le deuxième type de produit.

.

.



2. Les produits digitaux

C'est sans doute LE business modèle qui marche le plus sur internet en 2020 et qui risque d'évoluer par la suite.

C'est également le plus simple et peut être l'un des plus rentables, et ce pour une bonne raison : tu vends un produit numérique, c'est-à-dire un produit qui n'est pas matériel.

Si tu es perdu, voilà un petit exemple.

Tu as une chaîne sur la cuisine et tu souhaites la monétiser à l'aide d'une boutique externe à YouTube.

Pour cela, tu vas pouvoir créer des formations vidéo payantes sur différents thèmes de la cuisine. Ces formations seront par exemple

« Comment concocter de délicieuses sauces »

« Les déserts les plus onctueux »

« 7 règles d'or pour réussir en cuisine »

Concrètement, les prospects accèderont à ton catalogue via ton tunnel de vente et payeront pour acquérir la formation vidéo.

Et comme je l'ai dit, c'est LE business model qui marche le mieux et qui est le plus facile à mettre en place. Par conséquent, si tu commences, je t'invite vraiment à utiliser les produits digitaux.

C'est par exemple mon cas avec la chaîne « Entrepreneur Tuto » et ce guide que tu es en train de lire. Sauf que cette fois-ci, le produit est à la fois disponible en version numérique (ebook) et en version physique (livre papier).

Par conséquent, trouve tes compétences (ta niche), et crée un produit extrêmement qualitatif que tu pourras vendre à ta communauté.

.

.

Tu vas aussi muscler tes bras et tes épaules. TESTE LA SÉANCE AVEC MOI !

——— JE TE COACHE PENDANT 3 MOIS ———

✅💪 Pour + d'infos sur mon coaching sportif et alimentaire :
<https://www.alexlevand.com>

⚡ Mes programme de musculation ABDOS VISIBLES EN 30 JOURS
<https://www.alexlevand.com/boutique/p...>

📖 Mon blog avec pleins de conseils (musculation, perte de poids, nutrition...)
<https://www.alexlevand.com/blog>

🛍 Mes bandes élastiques, AB Wheel, t-shirts TEAM LEVAND...
<https://www.alexlevand.com/boutique>

——— SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ———

📸 INSTAGRAM : @alexlevand



3. Vendre tes services de freelance

Enfin, je terminerai par un business model qui n'est finalement pas très connu, mais qui peut vraiment te permettre de gagner de l'argent rapidement.

En fait, contrairement aux deux business models présentés précédemment, celui-ci n'est pas un passif, c'est-à-dire que tu vas devoir vendre ton temps.

Car en effet, tu ne vas pas vendre un produit, mais bel et bien tes services en tant que travailleur indépendant ou coach.

Tu vas en fait développer une chaîne YouTube autour de ta niche, et préciser dans chacune de tes vidéos que tu fais des coachings et du travail de freelance personnalisé.

Concrètement, tu vas rédiger les spectateurs vers ton site pour te mettre en relation avec eux. Puis, tu vas pouvoir vendre tes services, souvent facturés à l'heure.

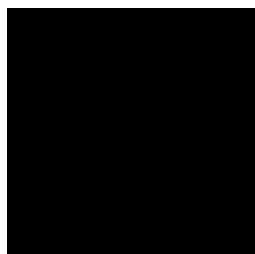
Par exemple, si tu as une chaîne sur le graphisme, tu vas pouvoir vendre des sessions de coaching (par visioconférences), dans lesquelles tu discutes directement avec ton client. Tu vas également pouvoir réaliser le travail de ton client en dessinant par exemple son logo ou sa bannière.

On peut citer la chaîne d'Alex Levand dont on a déjà parlé. En effet, cette dernière propose des coachings de sport sur mesure pour les abonnés.

Description d'une des vidéos

d'Alex Levand.

·
·



Dans tous les cas, retiens que ce business model est celui qu'il faut favoriser si tu as besoin de gagner de l'argent rapidement.

Car le problème avec ce dernier, c'est qu'il n'est pas passif, et qu'il ne permet pas de s'enrichir à long terme.

Par conséquent, je te conseille la technique suivante : **4. Combiner les différents business models**

En effet, rien ne t'empêche de créer des produits physiques (livre, matériel, ...), des produits numériques (ebook,

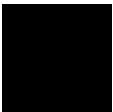
formation vidéo,...), et de faire de la prestation de services (coaching, travail de freelance,...).

Dans tous les cas, ce chapitre est basé sur des business models utilisant YouTube, non pas comme une fin en soi, mais bel et bien comme un moyen de promotion pour de véritables produits, à l'image d'une vitrine de magasin.

Pour conclure, je dirais que YouTube ne se limite pas à sa propre plateforme. Il y a mille et une façons de gagner des revenus grâce à une chaîne YouTube, directement ou indirectement.

Par conséquent, c'est à toi de créer ton propre business model, de le développer, et de te démarquer de la concurrence, pour pouvoir créer un véritable empire financier, une grande communauté, et une vie créative !

.
.



comment corriger un livre

Faire éditer son livre - Publication 100% Gratuite

Avec services et suivi personnalisé de l'édition à la distribution. Publiez ici. Envoyez-nous gratuitement votre manuscrit et retrouvez le en librairie. Services 100% gratuits. Suivi Professionnel. Rapide, Efficace & Simple. Services Personnalisés.

www.editions-saint-honore.com/

VISITEZ LE SITE

Correcteur Manuscrit - Trouvez tout maintenant

Recherchez les Correcteur Manuscrit maintenant ! Recherche rapide. Informations utiles. Info pour vous. Gagnez du temps. Tout de suite. Cherchez plus. Types: pdf, doc, ppt, xls.

top10answers.com/chercher-vite/maintenant

VISITEZ LE SITE

[Conseils d'écriture] Corriger son roman | Samantha Bailly

Samantha Bailly • 27 k vues • il y a 3 ans

Plus d'infos : www.samantha-bailly.com • Site internet ...

Conseils d'écriture | Comment corriger son manuscrit ?

Christelle Labailly-Aubert • 3,8 k vues • il y a 1 an

Pour recevoir mon guide gratuit "comment écrire un roman" abonnez-vous à ma newsletter sur mon site ...

Comment CORRIGER son livre SOI-MÊME (avec Antidote 10)

Entrepreneur Tuto • 23 vues • il y a 1 semaine

FORMATION AMAZON KDP OFFERTE : <https://youtu.be/Rys30890> [INFO EN DESCRIPTION](#) : livres, formations, timestamp ...

AK : Sous-titres

| CONSEILS D'ÉCRITURE | Comment corriger son roman ?

K. Jarno • 834 vues • il y a 1 an

Mes romans : "Tais-toi, Femme !" (T1) : <https://youtu.be/r1okuX> "Tais-toi, Femme !" (T2) : <https://youtu.be/r1okuX> Soigner le mal par le mal ...

II.

Convertir l'utilisateur en abonné

Concrètement, que se passe-t-il entre le moment où un utilisateur YouTube découvre une de tes vidéos et le moment où il clique sur « s'abonner » ?

Premièrement, l'utilisateur YouTube va découvrir ta chaîne en tombant sur l'une de tes vidéos, et ce par 2 moyens :

La recherche YouTube

Les suggestions

1. La recherche YouTube

Si un utilisateur te découvre via la recherche, il a de fortes chances de partir de la page de lecture et de fermer son navigateur après avoir vu ta vidéo.

Pourquoi ?

Tout simplement, car il était à la recherche d'une solution, et maintenant qu'il a trouvé cette solution, il ne va pas rester bêtement à regarder d'autres vidéos, mais va tout simplement passer à l'action.

Exemple de vidéos qui

répondent à un problème ciblé.

.

Néanmoins, là où ça devient intéressant, c'est que si tu as une niche ciblée, et que tu traites l'ensemble des sujets, c'est-à-dire l'ensemble des problèmes rencontrés dans cette thématique, l'utilisateur risque de revenir une nouvelle fois pour voir tes vidéos.

En effet, s'il a rencontré un premier problème dans une thématique, il est probable qu'il en rencontre un deuxième.

Par conséquent, s'il recherche à nouveau une solution à un autre problème, et qu'une fois de plus, il tombe sur tes vidéos, alors il va se dire la chose suivante :

« Hm, ça fait deux fois que j'ai un problème, et deux fois que je tombe sur la même personne qui m'explique comment le résoudre. »

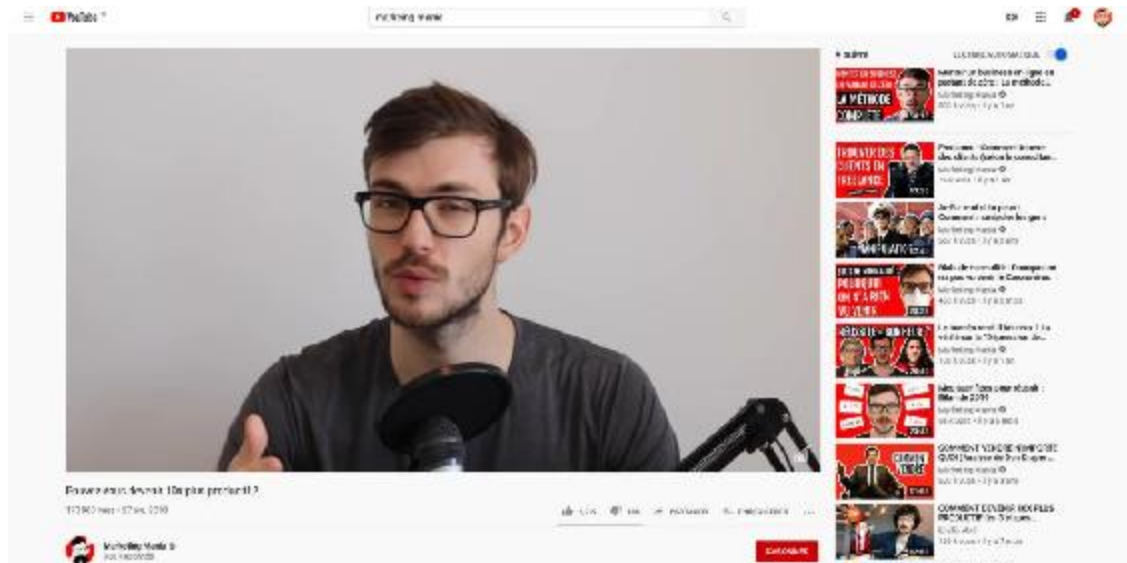
En plus, ses vidéos ont l'aire pas mal ...

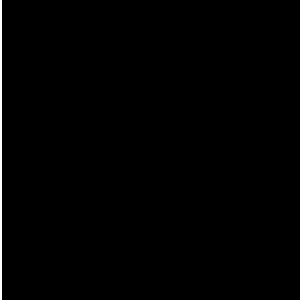
Hop ! je m'abonne, car cette chaine ne peut que m'être utile ! En plus, c'est gratuit, donc je n'ai rien à perdre ! »

Et là bim ! +1 abonné au compteur.

Bien sûr, pour arriver à cet abonnement, tu dois respecter une fois de plus ce qui est dit dans ce guide : vidéos de qualité, bonnes miniatures, bon référencement, etc.

•
•





2. Les suggestions

À présent, si l'utilisateur découvre ta chaîne via les suggestions, ce processus peut être accéléré. Pourquoi ?

Tout simplement, car il risque cette fois-ci de regarder plusieurs de tes vidéos avant d'aller faire un tour sur ta chaîne.

Exemple de vidéos proposées en suggestion.

Pour cela, le point le plus important est le suivant : la cohérence.

Tu dois en effet suivre une continuité à travers tes vidéos, afin d'engendrer le plus de vues et d'impressions possibles. Pour cela, il y a 2 conditions à respecter :

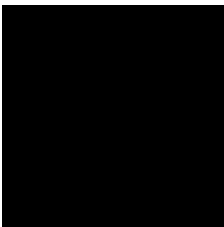
→ Avoir une niche et s'y tenir

→ Respecter le branding (charte graphique) de la chaîne Car à cet instant, l'utilisateur va se retrouver envahi de tes vidéos dans les suggestions et va se dire la chose suivante :

« Waw OK, ce mec est partout, ses vidéos sont soignées, et en plus, elles abordent de manière complète leur thématique ! Je fonce m'abonner direct ! »

Et une fois de plus, + 1 abonné au compteur.

·
·



III.

Convertir l'abonné en prospect

Une fois que l'utilisateur YouTube a été converti en abonné, c'est une deuxième étape qui entre en jeu.

En effet, tu dois à présent gagner sa confiance en 3 problématiques :

Pourquoi la confiance est-elle importante ?

Comment gagner la confiance d'un abonné ?

Comment mettre en forme ta description de vente ?

1. Pourquoi la confiance est-elle importante ?

Tout simplement, car la confiance est ce qu'il y a de plus important pour vendre.

Tu ne me crois pas ?

Eh bien, à ton avis, comment fonctionne le drop shipping ou même la vente en général ?

On achète au grossiste en Asie, on crée une belle boutique très attrayante, et on triple le prix pour prendre 70% de marge !

Et pourquoi ça marche ?

Justement, parce que les clients préfèrent acheter une guitare à 200,00 €

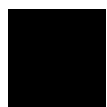
dans une boutique soignée et bien présentée, plutôt que d'acheter la même guitare à un prix de \$ 25,00 sur un site chinois avec une interface digne d'un minitel.

Pourtant, la guitare est exactement la même ! Seulement, dans un des cas la boutique est propre et soignée, les clients ont confiance, tandis que sur le vieux site chinois, les clients prennent peur !

Comme je l'ai dit, la confiance est vraiment la base de la vente.

Tu dois donc à tout prix gagner la confiance de ton abonné, qu'on peut qualifier à ce stade-là de prospect.

.





2. Comment gagner la confiance d'un abonné ?

Si tu veux gagner la confiance de tes abonnés, tu vas devoir respecter ces 3 points :

La proximité

Le passage à l'acte

L'appel à l'action

La proximité

Premièrement, tu dois installer une relation de proximité avec ton abonné.

C'est-à-dire que tu ne dois pas être là en tant que prestataire ou vendeur, mais bel et bien en tant qu'individu qui cherche à l'aider et qui partage les mêmes problèmes et passions que lui. Pour cela, tu peux par exemple utiliser le Storytelling, c'est-à-dire que tu vas raconter ta propre histoire afin de créer un lien émotionnel entre toi et l'abonné. Ce lien va te servir plus tard pour vendre ton produit.

Je t'invite également à parler en langage courant et à tourner en tenue vestimentaire « normale » sans pour autant être trop décontracté. Veille également à être vraiment honnête, quitte à exposer tes défauts et tes échecs.

Pourquoi ?

Tout simplement, car encore une fois, le prospect doit se reconnaître à travers ta chaîne. Il doit vraiment comprendre que tu es la personne capable de résoudre ses problèmes.

Mais faire bonne figure et enjoliver ton prospect n'est pas suffisant pour créer un lien de confiance. En effet, abuser des belles paroles est une erreur, car tu vas tout simplement tomber dans le cliché du vendeur de rêve.

C'est-à-dire que tu vas faire des promesses tellement parfaites et générales que finalement, tu vas passer pour un charlatan. Et justement, pour ne pas tomber dans ce piège, tu dois veiller à passer à l'action.

.



Le passage à l'acte

Qu'est-ce que j'entends par là ?

Tout simplement que la confiance se gagne avec les actes, non pas avec les mots.

Par conséquent, tu vas devoir avoir une chaîne YouTube aux aspects propres et soignés, mais surtout, des vidéos de qualité, tant bien dans l'écriture que dans le montage et la publication : allie fond et forme afin d'hypnotiser ton prospect.

Fais en sorte que ce dernier soit séduit par le design de ta « marque »

(chaîne YouTube et vidéo) pour qu'il ait de lui-même envie d'acheter ton produit.

Une fois que la confiance sera créée, c'est la troisième étape qui va prendre le dessus.

Et cette troisième étape n'est autre que l'appel à l'action.

L'appel à l'action

Qu'est-ce que l'appel à l'action ?

C'est tout simplement le fait de persuader ton prospect de cliquer sur le lien de ton produit ou de ton formulaire en description.

D'ailleurs, j'ai bien dit « persuader », et non pas « convaincre ».

Quelle est la différence ?

Convaincre revient à raisonner quelqu'un avec une démonstration logique et des arguments solides.

La persuasion repose quant à elle sur les émotions et la manipulation : on utilise les émotions des utilisateurs pour les pousser à cliquer sur ce lien sans forcément une quelconque raison ou argument mathématique.

.
.

Bien sûr, ce n'est pas une arnaque ! Au contraire, c'est du marketing.

Le but est simplement d'utiliser la psychologie humaine pour vendre.

Par conséquent, l'appel à l'action doit être raffiné et ne doit surtout pas sonner comme une vente forcée.

Du coup, comment faire passer cet appel à l'action ?

Eh bien, il y a selon moi 2 actions à respecter :

→ Créer une vidéo de présentation du produit

Premièrement, tu dois créer une vidéo spéciale qui présente ton produit ou tes services externes à YouTube.

Dans cette vidéo, tu ne dois absolument pas chercher à refourguer ton produit ! Au contraire, tu dois chercher à le présenter de manière objective.

D'ailleurs, un moyen très simple d'augmenter ta crédibilité est de citer un ou deux désavantages et défauts de ton produit.

Pourquoi ?

Tout simplement car rien n'est parfait, et que tes prospects le savent très bien. Par conséquent, si tu ne leur présentes pas les petits défauts de ton produit, ils vont directement se mettre sur la défensive.

- « *Où est l'erreur ?* »

- « *Pourquoi ce produit paraît-il si parfait ?* »

- « *C'est trop beau pour être vrai ...* »

Voilà le genre de réflexion qui va naître dans l'esprit de tes potentiels clients. Par conséquent, veille à paraître humain en exposant les défauts de ton produit.

.

.

→ Insister

La deuxième action clé à mettre en place va être de faire allusion à ton produit dans chacune de tes vidéos.

Et pour comprendre pourquoi, je vais te donner un exemple qui te parlera forcément.

Lorsqu'un enfant veut quelque chose, que va-t-il faire ? Il va d'abord demander à ses parents, mais si ces derniers disent « Non », alors il va ...

INSISTER !

Oui, c'est bel et bien le mot-clé : « insister ».

Concrètement, qu'est-ce que le fait d' « insister » ?

C'est tout simplement le fait de répéter plusieurs fois un slogan ou un appel à l'action afin de faire « craquer » l'interlocuteur en le poussant à l'action.

Et si tu ne me crois toujours pas, sache que c'est sur ce principe que repose le bourrage de crâne et la propagande : on manipule, on répète, on force jusqu'à ce que ça rentre d'une manière ou d'une autre.

C'est d'ailleurs une méthode qui a malheureusement fait ses preuves durant les conflits mondiaux ...

Bref, tout ça pour dire que le fait d'insister marche réellement.

.
.

Du coup, sur YouTube, comment dois-tu faire ?

Bien sûr, je ne te demande pas de faire de la propagande pour tes formations en ligne ! En fait, je t'invite simplement à faire un petit jingle de référence à ton produit durant ta vidéo.

Ce jingle peut être :

- « *J'en parle justement dans ma formation sur [+Thématique] que vous pouvez télécharger gratuitement en description.* »

- « *Je vous invite bien sûr à télécharger votre ebook offert directement en description.* »

- « *Si vous souhaitez en apprendre plus, j'ai créé une formation gratuite d'une heure que vous pouvez retrouver en description.* »

En insérant un jingle de ce type dans chacune de tes vidéos (pas forcément toujours le même), tu vas insister pour que tes prospects cliquent sur ce fameux lien dans ta description.

Et même si ça n'en a pas l'aire, je te répète encore une fois que le fait de forcer en répétant et en insistant est l'une des manières les plus efficaces pour obtenir ce que tu souhaites.

Et une fois qu'ils se seront finalement décidés à passer à l'acte, et à cliquer sur le menu déroulant de ta description, cette dernière se doit d'être à la hauteur !

Et c'est ce qu'on va voir justement maintenant.

.

.



Entrepreneur Tuto

554 abonnés

👑 FORMATION AMAZON KDP OFFERTE : <https://cutt.ly/Rys3GSO> 👑

📖 INFOS EN DESCRIPTION : livres, formations, timestamp 📖

NOS FORMATIONS & EBOOKS

Réussi sur YouTube : <https://cutt.ly/iys3Qx2>

Gagner des revenus passifs grâce à Amazon KDP : <https://cutt.ly/Rys3GSO>

Maîtriser Word 2016 : <https://cutt.ly/yys3HEa>

Forgez vous un Mental de Guerrier : <https://cutt.ly/zys3K09>

Apprendre l'anglais en 3 mois : <https://cutt.ly/Oys3C6l>

TIMESTAMP

0:00 Intro

1:30 Méthode 1 : Fiverr

2:42 Méthode 2 : Toi-même

5:04 Tutoriel Antidote 10

7:00 Méthode de correction

8:30 Outro

LIENS CITÉS

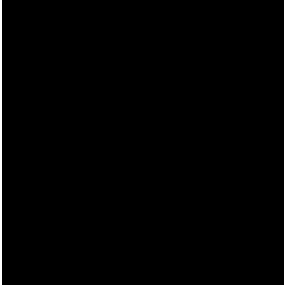
📖 Écrire un livre en 8 étapes : <https://youtu.be/L96RbGB4vwA>

📖 Formation (playlist YouTube) Amazon KDP : <https://cutt.ly/Rys3GSO>

INFOS

Un des principaux facteurs pour créer un [#livre](#) à [#succès](#) qui perdure et se vend dans le temps, est le fait de créer un ouvrage à l'aspect très [#professionnel](#). Et une des clés pour un livre en [#autoédition](#) à l'aspect plus pro, est éradiquer au maximum les [#fautes](#) d'orthographe dans ce dernier.

Et c'est pour cela que dans cette vidéo, je te montrer comment [#corriger](#) un livre avec le logiciel [#antidote](#).



3. Comment mettre en forme ta description de vente ?

Dans le chapitre 5, je t'avais dit qu'on reparlerait de la description commerciale plus tard dans le livre. Nous-y voici !

Comment faire une bonne description adaptée à un tunnel de vente ?

Premièrement, voici à quoi ressemble une description de vente sur YouTube.

Exemple de description pour un tunnel de vente.

.
.

Comme tu peux le voir, cette description n'a rien à voir avec une description standard.

En effet, elle a un aspect beaucoup moins textuel, avec des parties bien organisées.

Pourquoi une telle organisation ?

Une fois de plus, pour la confiance et le professionnalisme. Car le fait d'organiser la description de cette manière permet d'être clair aux yeux de l'abonné : il sait immédiatement où se trouve telle ou telle information, notamment pour les produits.

D'ailleurs, je te conseille de mettre le lien de ton fameux produit offert tout en haut de ta description, pour finalement mettre les liens des autres formations plus bas dans la description.

Veille vraiment à isoler le lien de l'appel à l'action, afin que ton prospect puisse agir le plus rapidement possible.

Et pour ce qui est des liens de tes autres formations en description, je t'invite justement à ne pas trop en mettre.

Pourquoi ?

Tout simplement car il y a un principe psychologique qui dit que plus un humain a le choix, moins il passe l'action.

Un exemple très simple serait celui de Netflix. Tous ceux qui utilisent la plateforme sont forcés d'avouer qu'ils passent parfois plusieurs dizaines de minutes à chercher le film qui mouvementera leur soirée.

Le problème, c'est que sur YouTube, les utilisateurs n'ont pas le même état d'esprit que sur Netflix, et ne vont pas chercher à comprendre très longtemps : si ça les soule, ils déguerpissent de la page de lecture.

Veille donc à être clair et concis dans ta description.

.
.
.
.

• **La meilleure façon de gagner de l'argent grâce à YouTube reste la méthode du tunnel de vente avec laquelle tu utilises YouTube comme une vitrine pour tes futurs clients.**

• **Tu peux vendre différents types de produits :**

▪ **Des produits physiques**

▪ **Des produits digitaux**

▪ **Des services de freelance**

▪ **Ou même combiner ces 3 types de produits**

• Pour appliquer la méthode du tunnel de vente, tu dois convertir l'utilisateur YouTube en abonné. Et pour cela tu as le choix entre 2

stratégies :

- La recherche YouTube

- Les suggestions

• Enfin, tu devras gagner la confiance de ton abonné afin de le convertir en prospect. Cette confiance se gagne via 4 principes :

- La proximité

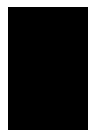
- Le passage à l'acte

- L'appel à l'action

- Le fait d'insister

• Et bien sûr, tu devras compléter la partie technique en veillant à avoir une description vidéo prévue pour la vente.

•
•
•



Edition Kindle

4,99 €

Edition Kindle

3,99 €

Commentaires client

Il n'y a pour l'instant aucun commentaire.

5 étoiles

0%

4 étoiles

0%

3 étoiles

0%

2 étoiles

0%

1 étoile

0%

Comment est-ce qu'Amazon procède à l'évaluation par étoiles ?

Évaluer ce produit

Partagez votre opinion avec les autres clients.

Écrire un commentaire client

Ça y est, te voilà arriver à la fin de ta formation.

Et pile à ce moment-là, il y a exactement 2 cas de figure :

Soit, tu n'es pas satisfait par cet ouvrage, et tu regrettes d'avoir perdu ton temps avec ce dernier ...

Soit, tu es satisfait et tu vas commencer dès à présent à appliquer les conseils de ce livre pour cartonner sur YouTube !

Si tu es déçu de ce livre, je t'invite à te faire rembourser par Amazon, que ce soit en version ebook ou en version papier.

Je t'invite également à m'écrire à l'adresse email suivante :

kidlicontact@gmail.com

Tu pourras alors me dire ce qui t'as déçu à travers ta formation, et ce que tu aimerais changer.

Si en revanche tu as réellement apprécié ton apprentissage, je t'invite à faire 2 petites choses :)

1. Laisse-moi un petit commentaire sur la page de vente Amazon, et évalue le livre avec la note que tu juges bon de lui attribuer.

C'est un réel pouvoir d'opinion qui t'est donné là !

Bouton pour écrire un avis client sur Amazon.

.
.
.

2. Et la deuxième action qui te concerne directement va être d'appliquer le plus rapidement possible et sans te poser de questions les conseils qui te sont offerts et révélés dans ce guide !

En fait, dis-toi que la plupart des gens qui se lancent sur YouTube le font à la va-vite, et ne prennent souvent pas le temps de se former...

Mais toi, tu as investi ton temps et ton énergie dans ta formation.

Et il est maintenant temps de récolter ce que tu as semé !

Tu seras très bientôt récompensé, alors épargnes ton temps, et lances toi à fond dans ton projet !

En outre, et même si je ne te connais pas directement, je suis réellement fier de toi si tu as pu réussir !

Tu es dans la bonne voie, et même si tes projets semblent parfois flous ou stagnants, du moment que tu passes à l'action, les choses iront de l'avant !

.
.

by Kidli Language

FORGEZ-VOUS UN MENTAL DE GUERRIER

Comment devenir la meilleure
version de vous-même





À présent, si tu souhaites réellement devenir un entrepreneur, tu vas pouvoir dès maintenant accéder à deux nouvelles formations sous forme de livre papier ou ebook !

Ces formations sont les suivantes :

<https://www.amazon.fr/dp/B085B39YVR>

<https://www.amazon.fr/dp/B082FM42NQ>

Le livre « Forgez-vous un Mental de Guerrier » te permettra d’acquérir le véritable mindset d’un entrepreneur, afin d’augmenter ta productivité, ton efficacité, et surtout, de mener ta réussite et ton potentiel à leur plus haut point !

Et la formation « Comment apprendre l'anglais en 3 mois » te permettra comme son nom l'indique, d'acquérir des méthodes et des plans d'action pour apprendre l'anglais sur une période de 3 mois.

Pourquoi apprendre l'anglais fait partie de ton cursus d'entrepreneur ?

Tout simplement car aujourd’hui, la plupart des grosses formations, des meilleurs conseillers, ou des séminaires les plus prestigieux sont en anglais.

Par conséquent, et en tant qu'entrepreneur à succès, tu te dois de maîtriser cette langue !

[illegible]



Et comme toujours, je t'offre plus de 120 vidéos et formations gratuites sur l'entrepreneuriat en ligne sur la chaine YouTube « Entrepreneur Tuto »

que tu peux retrouver à cette URL :

<https://www.youtube.com/c/EntrepreneurTuto>

Entrepreneur Tuto® :

kidlicontact@gmail.com

Copyright © 2019

Entrepreneur Tuto ®

All rights reserved, including the
right to reproduce this book or
portions thereof in any form
whatsoever.

Copyright © 2019,

Entrepreneur Tuto®

Tous droits réservés. Toute reproduction même partielle du contenu, de la couverture ou des icônes, par quelque procédé que ce soit (électronique, photocopie, bandes magnétiques ou autre) est interdite sans les autorisations de Entrepreneur Tuto®.

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'Auteur ou de ses ayants cause est illicite et constitue une contrefaçon

sanctionnée par les articles L335-
2 et suivants du Code de la
propriété intellectuelle

Document Outline

- [Couverture](#)
- [Sommaire](#)
- [PARTIE I : CRÉER TA CHAÎNE YOUTUBE](#)
- [Chapitre 1 : Pourquoi créer une chaîne YouTube ?](#)
- [Chapitre 2 : Comment choisir ta niche ?](#)
- [Chapitre 3 : Comment créer et optimiser ta chaîne ?](#)
- [Chapitre 4 : Comment créer ta première vidéo ?](#)
- [PARTIE II : MONTER TA CHAÎNE YOUTUBE](#)
- [Chapitre 5 : Comment créer une vidéo de A à Z ?](#)
- [Chapitre 6 : Comment publier une vidéo sur YouTube ?](#)
- [Chapitre 7 : Comment dompter la machine YouTube ?](#)
- [Chapitre 8 : Quelles stratégies dois-tu adopter sur YouTube ?](#)
- [Partie III : MONÉTISER TA CHAÎNE YOUTUBE](#)
- [Chapitre 9 : Comment gagner de l'argent avec ta chaîne ?](#)
- [Chapitre 10 : Comment gagner \(plus\) d'argent avec ta chaîne ?](#)