

ALBERT DUVAL



## GUIDE DE FORMATION



Découvrez comment maîtriser  
rapidement Shorts YouTube  
pour un succès numérique !



# Table des matières

---

## ❧ Chapitre 1. Introduction.....

## ❧ Chapitre 2. Shorts sur YouTube - Vue d'ensemble

- Qu'est-ce qu'un Shorts sur YouTube ?
- Comment fabrique-t-on des shorts ?
- Choses importantes à garder à l'esprit
- Raisons impérieuses de créer des Shorts sur YouTube

## ❧ Chapitre 3. Comment créer des Shorts sur YouTube ?

- Vue d'ensemble
- Longueur et format de la vidéo
- Qu'est-ce qu'un court-circuit ?
- Shorts et monétisation sur YouTube

## ❧ Chapitre 4. Comment promouvoir votre entreprise à l'aide de Shorts sur YouTube ?

- En valent-ils la peine ?
- Pourquoi des Shorts sur YouTube ?
- Les meilleures façons de promouvoir votre entreprise grâce aux Shorts sur YouTube

## ❧ Chapitre 5. Idées de Shorts vidéo pour YouTube

- Trucs et astuces



- Briser les mythes
- Faits étonnants
- L'heure du conte
- Pure Entertainment
- Critiques Micro
- Expériences
- Comparaison
- Contenu recyclé
- Qu'y a-t-il à l'intérieur ?

## **Chapitre 6. Comment partager des Shorts sur YouTube ?**

- Appuyez sur le bouton "Partager"
- Appuyez sur le bouton pour partager par courriel, WhatsApp ou message texte.
- Appuyez sur "Plus" pour atteindre la fin du menu de partage.

## **Chapitre 7. Comment obtenir plus de vues sur les Shorts YouTube ?**

- Création d'une chaîne de Shorts sur YouTube
- Ajouter les Shorts de YouTube comme section en vedette
- Optimiser les Shorts sur YouTube
  - i. Vignette attrayante
  - ii. Titre convaincant
  - iii. Description détaillée
  - iv. Étiquette courte

## **Chapitre 8. Comment réparer les Shorts YouTube qui ne s'affichent pas ?**



- Mise à jour de l'application YouTube
- Effacer les données et le cache de YouTube
- Connexion Internet stable
- Redémarrer votre iPhone
- La vidéo ne s'affiche pas sur YouTube Shorts
- La vidéo ne s'affiche pas correctement sur YouTube Shorts

## **§ Chapitre 9. Comment gagner de l'argent avec YouTube Shorts ?**

- Dernière mise à jour sur la monétisation des shorts

## **§ Chapitre 10. Analyse des Shorts sur YouTube : Pourquoi tous les créateurs ont-ils besoin de ces données ?**

- Comment afficher les analyses des Shorts sur YouTube
  - i. Méthode 1 - Afficher les statistiques individuelles sur le bureau
  - ii. Méthode 2- Afficher les statistiques de la chaîne sur le bureau
  - iii. Méthode 3 - Afficher les statistiques sur mobile
- Analyse d'une chaîne de Shorts sur YouTube

## **§ Chapitre 11. Conseils pour développer votre chaîne avec des Shorts sur YouTube**

- Abandonner l'hésitation
- Avantages immédiats des Shorts sur YouTube
- Rediriger les internautes vers des contenus supplémentaires
- Explorer le contenu musical



## **§ Chapitre 12. Comment les Shorts YouTube peuvent-ils stimuler votre commerce électronique ?**

- Engager
- Visibilité de la marque
- Instaurer la confiance
- Stimule les conversions
- Comment utiliser les shorts pour la croissance des entreprises
  - i. Vidéos d'astuces et de piratages
  - ii. Créer des vidéos de présentation des produits
  - iii. Présentation de votre produit et de sa description
  - iv. Présenter les avantages de votre produit
  - v. Créer des bandes-annonces de produits attrayantes

## **§ Chapitre 13. Comment se préparer au YouTube Shorts Fund ?**

- Qu'est-ce que le YouTube Shorts Fund ?
- Décidez si c'est pour vous
- Apprendre à utiliser un short
- Attirer les téléspectateurs
- Construire et maintenir l'audience
- Attention à la fonctionnalité
- Restez informé

## **§ Chapitre 14. Études de cas**

## **§ Chapitre 15. Conclusion.....**



## CHAPITRE 1



## Introduction



Après Reels sur Instagram et Spotlight sur Snapchat, YouTube est désormais la troisième grande plateforme sociale à s'attaquer à TikTok et à suivre la tendance des vidéos de courte durée qui prend d'assaut le monde des médias sociaux.

Le lecteur de Shorts de YouTube a dépassé les 15 milliards de visionnages quotidiens dans le monde.

Les Shorts YouTube sont-ils le billet d'or pour le succès des créateurs ? Comment en faire un ? Voici donc tout ce que vous devez savoir sur cette nouvelle fonctionnalité !

Pour commencer, notre guide de formation sur l'excellence des Shorts YouTube, complet et documenté par des professionnels, vous aidera à chaque étape de la création de vos Shorts parfaits et d'une stratégie de contenu numérique à long terme.

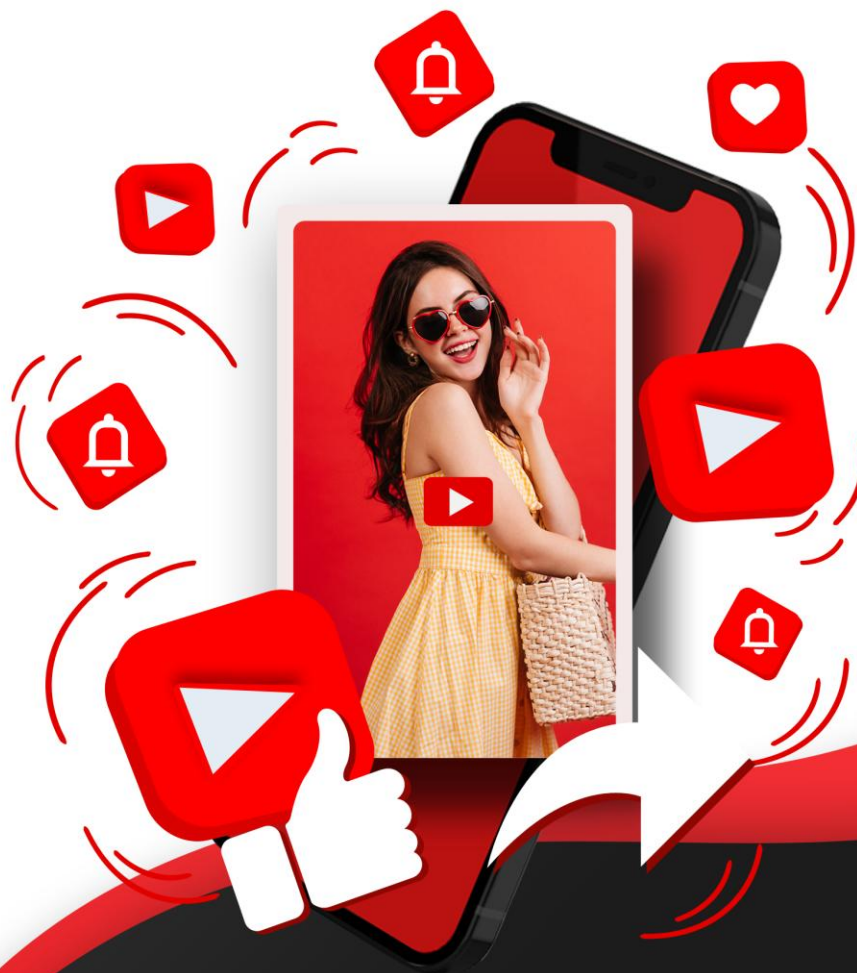
Ce guide complet sur la cybersécurité vous aidera à tout comprendre sur la plateforme de Shorts YouTube, ses caractéristiques, le fonctionnement de l'algorithme, les règles de monétisation, la stratégie de création de contenu et l'analyse. Et bien plus encore ! C'est de l'or !

Commencez !



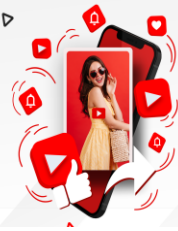


## CHAPITRE 2



**YouTube Shorts – Vue d'ensemble**





YouTube Shorts - il s'agit de la dernière version des vidéos courtes qui apparaissent sur les médias sociaux.

Il s'agit de la version YouTube des TikTok et Instagram Reels que nous avons vus apparaître au cours de l'année écoulée. Mais la vraie question est de savoir si cela peut être bénéfique pour votre entreprise et votre chaîne YouTube.

Découvrons-le.

### **Qu'est-ce qu'un Short sur YouTube ?**

Il s'agit de courtes vidéos publiées sur YouTube, d'une durée maximale de 60 secondes. Ils ont pour objectif général de divertir ou d'apporter de la valeur à vos spectateurs.

Lorsque vous faites défiler l'application mobile YouTube sur votre fil d'accueil, vous tombez désormais sur ce que l'on appelle l'étagère des Shorts. Une fois que vous avez cliqué sur un court métrage, il vous suffit de faire défiler l'écran vers le haut pour continuer à regarder les Shorts de différentes personnes. Si vous avez remarqué, à côté de l'étagère des Shorts, il y a la mention Beta.

L'autre endroit où trouver Shorts est la barre de menu inférieure. Vous pouvez cliquer sur Shorts et les faire défiler à partir de là. La nature de ces vidéos est basée sur le mobile. Elles sont verticales et destinées à être enregistrées à partir d'un smartphone. Mais vous pouvez toujours y accéder sur un ordinateur de bureau ou une télévision intelligente, c'est juste un peu différent.

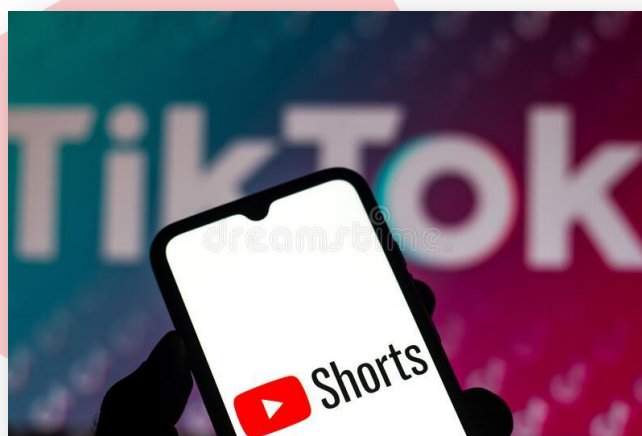
Lorsque vous accédez à YouTube sur un ordinateur de bureau, vous remarquerez que même si vous faites défiler l'écran vers le bas, vous ne tomberez jamais sur une tablette Shorts Shelf. Vous pouvez donc taper #Shorts dans la barre de recherche pour trouver Shorts. Vous pouvez



également vous rendre directement sur la chaîne que vous souhaitez regarder et faire défiler l'écran pour voir si elle a publié des Shorts.

## Comment fabrique-t-on des shorts ?

Sur votre smartphone, si vous appuyez sur l'icône du signe plus, vous pouvez ensuite appuyer sur Créer un court métrage. Vous accédez alors à un écran où vous pouvez enregistrer un clip directement avec la caméra YouTube, soit en face avant, soit en basculant pour enregistrer sur la caméra selfie. Vous pouvez également télécharger un clip à partir de votre rouleau d'appareils photo. Avant d'enregistrer, vous devez appuyer sur le chiffre 15 pour le transformer en 60 si vous souhaitez enregistrer jusqu'à 60 secondes.



Sinon, votre vidéo s'arrêtera à 15 secondes lorsque vous enregistrez. Si vous cliquez sur Filtres, vous pouvez parcourir les différents filtres disponibles pour votre vidéo. Vous pouvez cliquer sur Minuterie pour définir un compte à rebours afin de démarrer ou de terminer un enregistrement après un certain nombre de secondes.

Cela peut être utile si vous vous enregistrez sur la caméra selfie et que vous ne voulez pas que l'action de votre main sur l'enregistrement soit incluse dans la vidéo. Vous pouvez également appuyer sur Vitesse pour régler la vitesse de lecture de votre vidéo. Vous pouvez également appuyer sur Musique pour choisir une chanson qui accompagnera votre vidéo.



Une fois que vous avez ajouté tout ce que vous vouliez, vous pouvez cliquer sur l'écran suivant. Vous pouvez également ajouter de la musique ici si vous ne l'avez pas fait dans l'écran précédent. Vous pouvez ajouter du texte, en ajuster la taille, la couleur et l'emplacement. Vous pouvez également régler le moment où vous souhaitez que le texte s'affiche à l'écran.

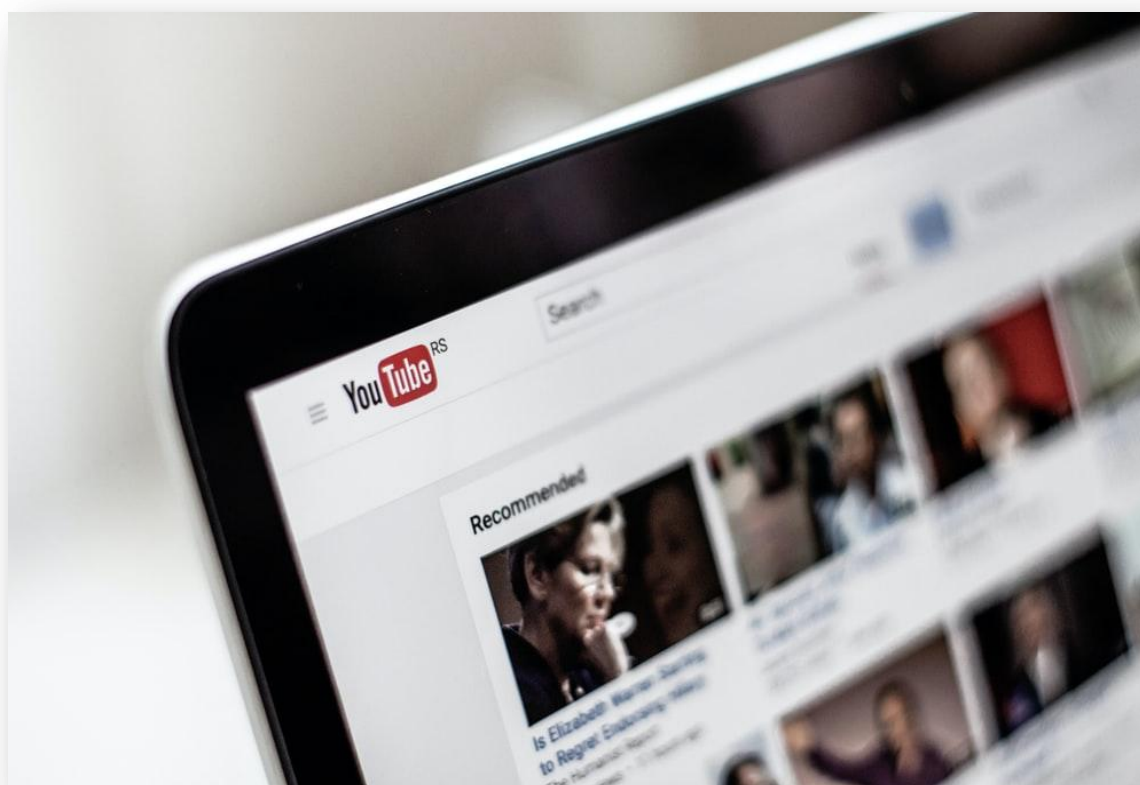
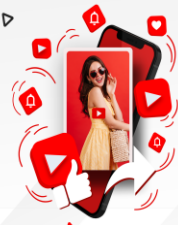
Ainsi, si vous souhaitez que différents textes apparaissent à l'écran à différents moments, c'est ici que vous pouvez le régler. Vous pouvez également ajuster les filtres ici si vous ne l'avez pas fait dans l'écran précédent. Lorsque vous êtes satisfait, vous pouvez appuyer sur suivant et :

- Saisissez votre titre et votre description,
- Sélectionnez si la vidéo est destinée aux enfants ou non,
- Si vous souhaitez qu'il soit public ou non,

...et cliquez sur Upload pour publier ! Voilà donc les bases de la création d'un court métrage. Mais avant de commencer à enregistrer, il y a d'autres éléments à prendre en compte lors de la création de Shorts pour s'assurer qu'ils contribueront à votre marketing sur YouTube.

### **Points importants à garder à l'esprit :**

1. Tout comme TikTok et Instagram Reels, les YouTube Shorts tournent en boucle. Profitez-en pour réaliser des vidéos qui encouragent les rediffusions !
2. Il va sans dire que les Shorts de YouTube sont courts par nature ! Il faut donc rendre les premières secondes captivantes. Si vous pouvez les accrocher dès la première seconde, c'est encore mieux.



### 3. Avez-vous besoin d'ajouter #Shorts à votre vidéo ?

Lorsque Shorts a été déployé pour la première fois, il n'était pas encore disponible pour tout le monde. L'astuce dont tout le monde parlait consistait à télécharger votre vidéo verticale filmée par téléphone comme une vidéo YouTube classique. Et comme il s'agit d'un texte vertical, il y a des bordures noires sur les côtés. Mais le fait de mettre #Shorts dans votre titre et votre description aiderait YouTube à le considérer comme un Short.

Maintenant qu'ils sont accessibles à tout le monde aux États-Unis, la question est de savoir s'il est encore nécessaire d'ajouter #Shorts à votre vidéo. Cela permet-il d'augmenter le nombre de vues ? Depuis le 11 mai dernier, les créateurs de YouTube recommandent d'ajouter les #Shorts pour faciliter la découverte. Bien que cela ne soit pas obligatoire, nous pensons que c'est un "oui" clair de leur part en termes d'augmentation du nombre de vues grâce à l'ajout de cet élément.



#### 4. Les shorts ne sont pas des histoires.

Cela peut paraître évident, mais nous tenons à le préciser. Si vous ne connaissez pas encore toutes ces fonctionnalités, il peut être facile de confondre les deux, c'est pourquoi nous tenons à clarifier les choses. Les histoires peuvent également apparaître sur une étagère d'histoires comme celle présentée ici. Le processus de création est similaire : vous filmez avec votre caméra YouTube sur votre smartphone, vous ajoutez de la musique, des effets, etc.

Mais contrairement aux Shorts, les Stories expirent au bout de 7 jours, vous pouvez les trouver en tapant sur l'icône du profil d'un compte s'il en a publié une. Les histoires ne sont disponibles que pour les comptes ayant plus de 10 000 abonnés. Il existe donc des différences et des similitudes entre les deux caractéristiques. Il s'agit donc en fait de deux caractéristiques différentes. L'étagère Shorts aura le symbole Shorts à côté d'elle.

Quelle est la place des Shorts YouTube dans votre stratégie globale de marketing numérique ? À quoi servent-ils ? La monétisation ne devrait donc pas être la seule raison pour laquelle vous créez des Shorts. Examinons les raisons pour lesquelles vous devriez créer Shorts.

### **Raisons impérieuses de créer des Shorts sur YouTube**

#### **1. La notoriété de la marque**

Les créateurs de YouTube affirment que 15 milliards de personnes regardent déjà Shorts dans le monde. Et avec ce qu'ils ont dit plus tôt sur l'ajout de #Shorts pour aider à la découverte.

Les shorts semblent être un excellent moyen d'atteindre de nouveaux abonnés et d'accroître la notoriété de votre marque sur la plateforme. Un conseil que nous vous suggérons est d'inclure de la valeur dans le court lui-même, tout en pointant vers une vidéo connexe sur votre chaîne pour encore plus de valeur.





Par exemple, si vous êtes un magasin de commerce électronique et que vous avez une vidéo de 10 minutes sur la façon de styliser certains vêtements de votre boutique pour le printemps. Vous pourriez faire un Short montrant une de vos robes stylisée de trois façons différentes et, à la fin, les diriger vers votre vidéo sur les styles de printemps pour d'autres looks. Ainsi, même s'ils n'ont pas encore regardé votre longue vidéo YouTube, ils repartent avec le sentiment que votre marque leur a apporté quelque chose.

Ils ont ainsi une interaction positive avec vous et vous aident à développer la notoriété de votre marque. Il est important d'établir cette confiance initiale entre le consommateur et la marque, car c'est la clé pour qu'ils vous achètent plus tard.

## 2. Réutilisez vos Shorts et vos TikToks.

Travaillez plus intelligemment et non plus durement ! Si vous réalisez déjà des Shorts Instagram et des TikToks, réutilisez-les pour les Shorts YouTube. Vous devrez procéder à quelques ajustements ici et là pour les adapter à Shorts.



Mais c'est faisable et cela vous fera gagner bien plus de temps que d'essayer d'imaginer des choses à partir de zéro pour une troisième plateforme. N'oubliez pas que Shorts ne vous permet de diffuser de la musique que pendant 15 secondes.

Il se peut donc que vous deviez ajuster les vidéos qui ont été créées à l'origine avec l'intention de faire jouer la musique plus longtemps que





cela. De plus, si vous exportez des vidéos de TikTok ou d'Instagram après qu'elles ont été publiées, elles apparaîtront avec l'un ou l'autre :

- Le filigrane TikTok ou
- Le filigrane d'Instagram Reels y figure

Veillez donc à enregistrer la vidéo originale, sans filigrane, pour la télécharger sur Shorts.

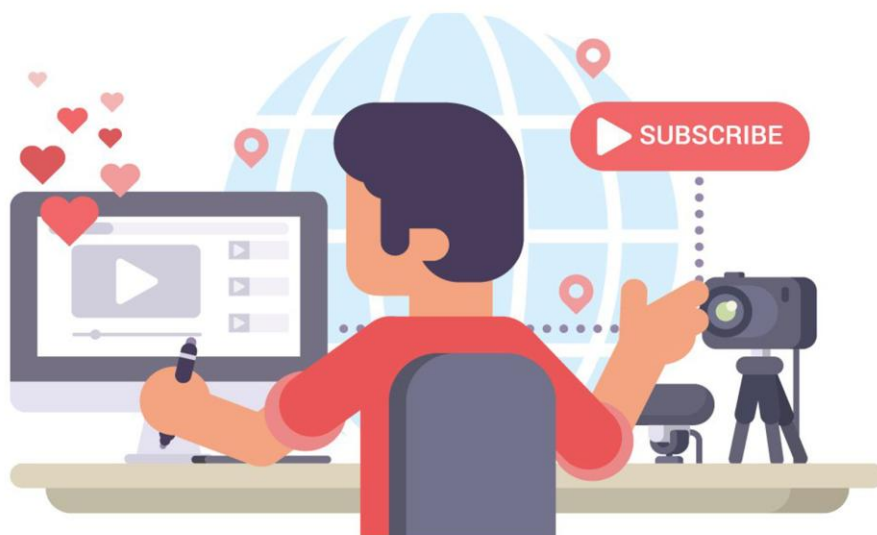
### **3. Apporter plus de valeur.**

Si vous ne publiez pas encore de Shorts ou de TikToks et que vous avez besoin de trouver des idées pour vos Shorts sur YouTube, nous vous conseillons avant tout d'apporter de la valeur.

La valeur peut se présenter sous de nombreuses formes, qu'il s'agisse de conseils rapides, d'un mode d'emploi, de quelque chose d'amusant ou de divertissant, etc. Réfléchissez aux problèmes ou aux objectifs de votre public en ce qui concerne votre entreprise et votre secteur d'activité, puis abordez ces problèmes et ces objectifs avec vos Shorts.



## CHAPITRE 3



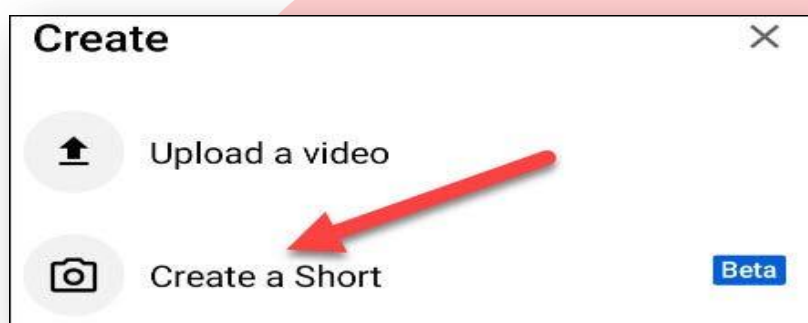
**Comment créer YouTube Shorts**

Vous pouvez créer des Shorts directement dans l'application YouTube. Ils sont limités à 60 secondes et doivent être en orientation portrait, tout comme TikTok. C'est une façon très différente de concevoir une "vidéo YouTube".

Pour créer un court métrage, ouvrez l'application YouTube sur votre iPhone, iPad ou appareil Android. Appuyez sur le bouton + dans la barre d'outils inférieure - YouTube l'appelle le bouton "Créer".



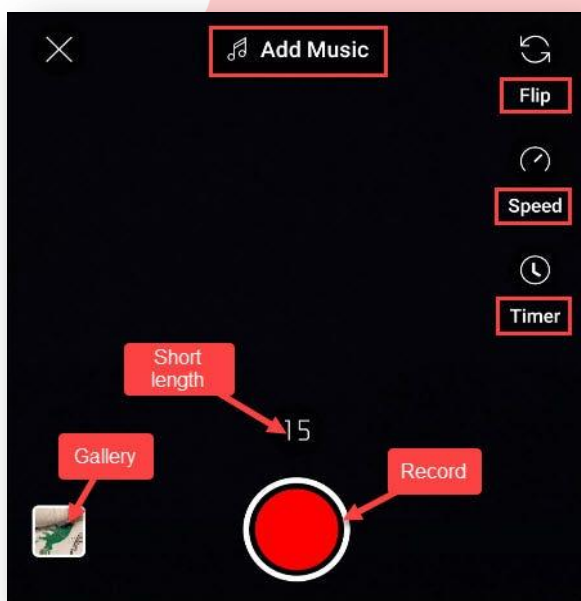
Sélectionnez "Créer un court métrage" dans le menu. À l'heure où nous écrivons ces lignes, Shorts est en version bêta.



propose plusieurs options :

- **Ajouter de la musique:** recherchez la musique qui sera diffusée pendant la vidéo.
- **Retourner:** Bascule entre la caméra avant et la caméra arrière.

- **Vitesse:** Permet de régler la vitesse d'enregistrement de 0,3X à 3X.
- **Minuterie:** Définissez une heure de début d'enregistrement pour ne pas avoir à tenir le téléphone en main.
- **Durée courte:** Permet de passer d'une durée d'enregistrement de 15 à 60 secondes. Cela n'a d'importance que si vous n'effectuez pas d'enregistrement en mode mains libres.
- **Galerie:** Ajoutez des vidéos à partir de votre rouleau d'appareils photo.
- **Enregistrer:** Maintenez la touche enfoncée pour enregistrer ou appuyez sur la touche pour enregistrer en mode mains libres pendant la durée sélectionnée.



Lorsque vous ajoutez de la musique, vous pouvez effectuer une recherche dans la bibliothèque musicale de YouTube. Pour enregistrer un court métrage, appuyez sur le chiffre situé au-dessus du bouton d'enregistrement pour choisir 15 ou 60 secondes. Vous pouvez enchaîner plusieurs clips si la durée totale est inférieure à 60

secondes.

Vous pouvez également appuyer sur le bouton d'enregistrement et le maintenir enfoncé pour enregistrer et lever le doigt pour arrêter. Là encore, vous pouvez les enchaîner s'ils durent moins de 60 secondes.



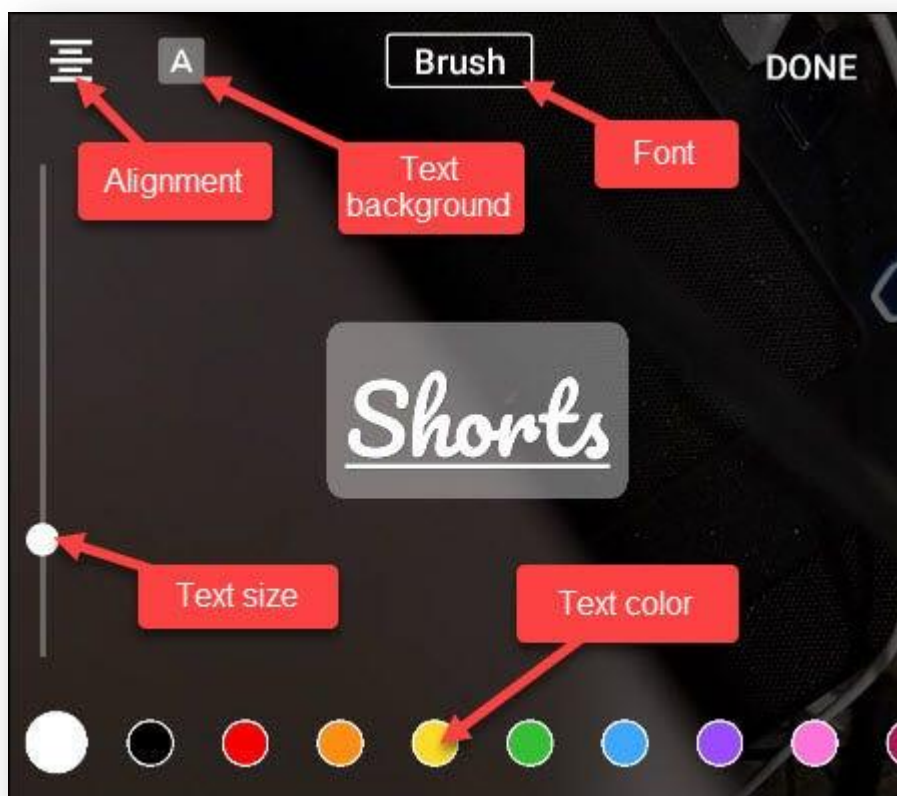
Au fur et à mesure de l'enregistrement, la barre de progression située en haut de l'écran indique les clips et le temps utilisé.



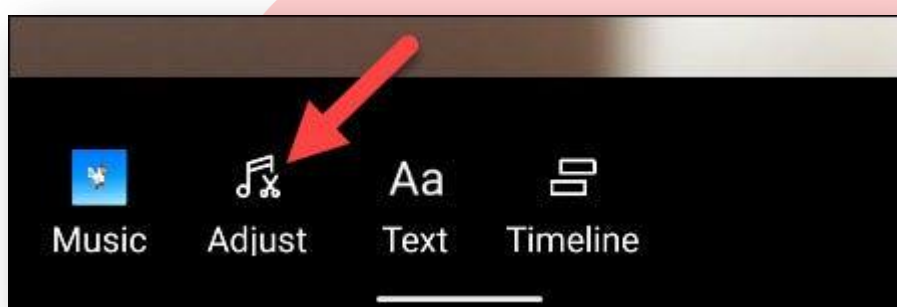
Appuyez sur le bouton de coche en bas à droite lorsque vous avez terminé l'enregistrement.



Dans l'écran d'édition, vous avez la possibilité d'ajouter à nouveau de la musique. Vous pouvez également ajouter du texte. Appuyez sur "Texte" et vous obtiendrez un grand nombre d'options concernant l'aspect du texte. Sélectionnez "Terminé" lorsque vous avez terminé.



La dernière chose à faire est de modifier la position de la musique et du texte dans la ligne de temps. Si vous avez ajouté de la musique, appuyez sur "Ajuster".

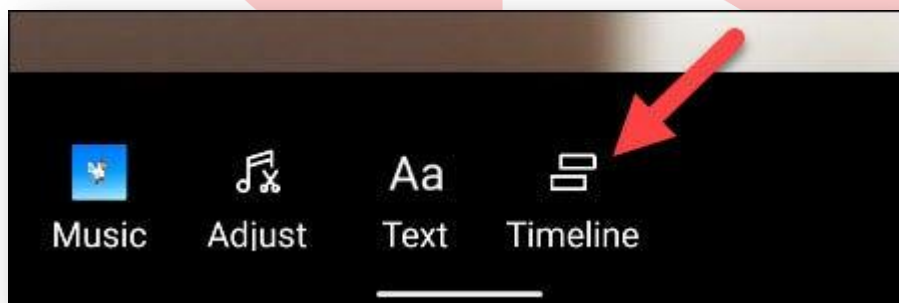


Faites glisser la boîte pour sélectionner la partie de la chanson que vous souhaitez utiliser. Appuyez sur "Terminé" lorsque vous avez terminé.

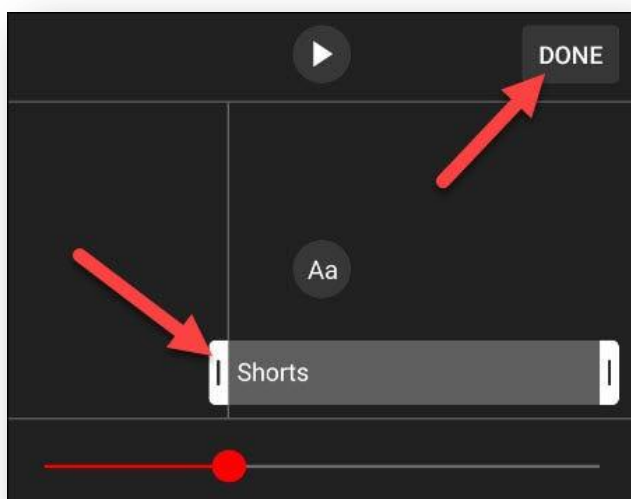




Si vous avez ajouté du texte, appuyez sur "Chronologie".



Faites glisser les poignées du texte pour ajuster le moment où il doit apparaître et disparaître dans la vidéo. Appuyez sur "Terminé" lorsque vous avez terminé.



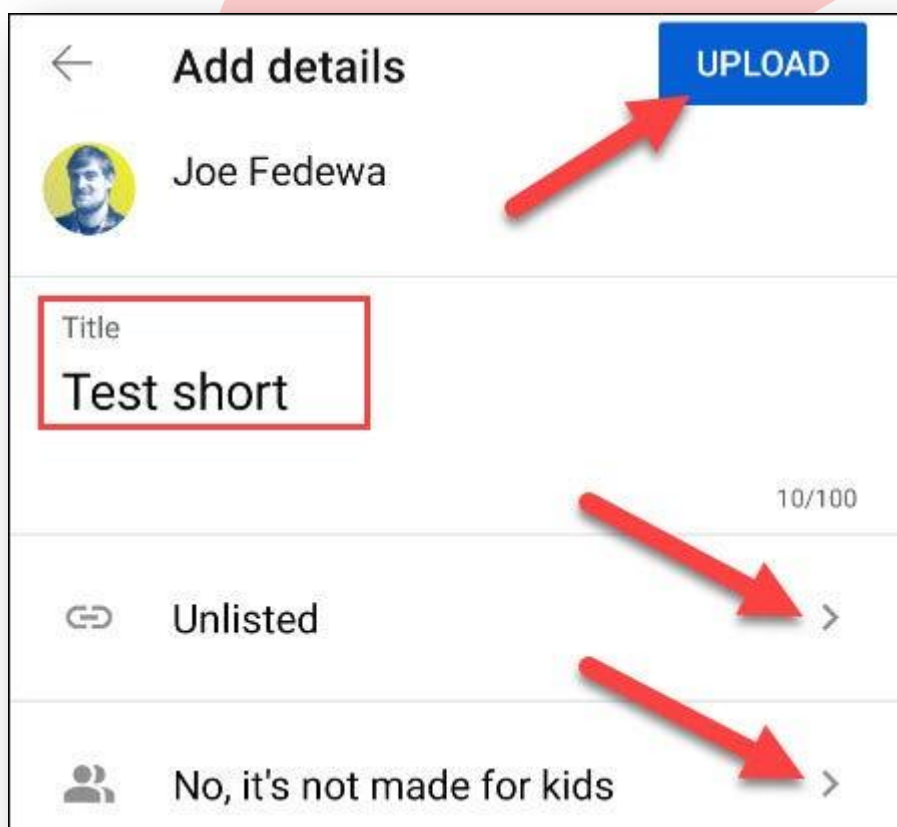
Lorsque vous avez terminé vos modifications, appuyez



sur "Suivant" dans le coin supérieur droit.



Les dernières étapes consistent à donner un nom au court métrage, à choisir la visibilité et à sélectionner le public. Une fois que vous avez terminé, appuyez sur "Télécharger".



C'est tout ! Vous avez réussi votre premier court-circuit. C'est une façon très différente de faire des vidéos sur YouTube, mais c'est facile et il y a



moins de pression pour faire quelque chose avec une valeur de production très élevée.

Heureusement, tout le monde sur YouTube peut faire un court métrage, et les créateurs n'ont donc pas à s'inquiéter de ce type de limitation. Il ne reste donc plus que trois points à démystifier, à savoir la création, le téléchargement et l'analyse des performances des Shorts YouTube.





## CHAPITRE 4



**Comment promouvoir votre entreprise  
à l'aide de Shorts YouTube**



Qu'il s'agisse d'un vol d'argent ou de conseils pour le développement de Magento, tout le monde cherche quelque chose sur YouTube, et il n'est pas étonnant que les utilisateurs passent près de 40 minutes par jour sur la plateforme. En 2005, lors du lancement de YouTube, les utilisateurs disposaient de 18 secondes pour enregistrer une vidéo et la partager.

Pour ne pas se laisser distancer, YouTube a créé une nouvelle plateforme parentale appelée YouTube shorts, qui permet aux créateurs de publier des vidéos d'une durée maximale de 15 secondes et de divertir encore plus leurs spectateurs.

En plus des Shorts de YouTube, les Shorts de YouTube sont visionnés plus de 15 milliards de fois par jour, soit plus que TikTok (application de partage de courtes vidéos). L'utilisation de Shorts YouTube pour votre entreprise présente de nombreux avantages, notamment pour la promotion de votre entreprise.

### **Shorts sur YouTube : En valent-ils la peine ?**

À l'ère des Shorts Instagram et de TikTok, il est important de décider si nous devrions ou non considérer les Shorts YouTube. Ces plateformes ont fait le buzz sur le marché, et tout le monde les adore.

Avec les Shorts de YouTube, le rôle est le même que celui de YouTube en ce qui concerne le travail, car dans les Shorts, les créateurs sont également encouragés à distribuer et à partager leurs vidéos. Il suffit de garder quelques points à l'esprit lorsque l'on utilise les Shorts YouTube pour commercialiser son entreprise.



### **Pourquoi des Shorts sur YouTube ?**

- Vous recevrez le même nombre de vues et d'abonnés.
- Avec YouTube Shorts, le marketing est facile.
- Vous pouvez partager tout ce que vous voulez et en faire la promotion.
- Atteindre votre public cible est possible.
- Vous pouvez gagner de l'argent
- Enfin, la plateforme "SECURE".

Les Shorts de YouTube nous sont désormais familiers et nous comprenons ce qui les rend si précieux. Il est temps d'apprendre comment utiliser les Shorts de YouTube pour promouvoir votre entreprise ou votre marque.





## Les meilleures façons de promouvoir votre entreprise grâce aux Shorts sur YouTube

Maintenant que vous savez comment sont créés les Shorts sur YouTube, l'étape suivante consiste à déterminer comment augmenter le nombre de vues sur la chaîne.

L'objectif d'une représentation dans un théâtre sans public est nul, n'est-ce pas ? Qu'est-ce que cela signifie ? En d'autres termes, vous devez constituer un public qui verra votre travail et en tirera profit.

De la même manière, les Shorts de YouTube nécessitent un public avec lequel les partager en espérant qu'il les appréciera. Comment y parviendrez-vous ? C'est pourquoi nous sommes là pour vous aider à rendre votre contenu plus attrayant et plus apprécié par le public.

### 1. Votre intention est plus importante que le "CONTENU"

YouTube n'est rien d'autre qu'un tremplin vers le succès du jour au lendemain, c'est pourquoi des milliers de personnes utilisent la plateforme chaque jour. Ils veulent tous être acteurs, comédiens, danseurs, chanteurs, chefs cuisiniers ou autres, mais très peu d'entre eux atteignent leurs objectifs.

S'il y a une raison, laquelle ? Parce qu'ils sont noirs, ils n'ont pas l'air bien dans leur peau et ne portent pas de vêtements ou d'accessoires coûteux. Peut-être pensez-vous à l'un d'entre eux, mais vous vous trompez, et la raison pour laquelle ils ne peuvent pas le faire est qu'ils sont des "COPYCATS".

Pour construire une marque, vous devez toujours vous rappeler que vous devez être unique, vous-même et attrayant pour attirer les clients et les abonnés. Ce que nous voulons dire, c'est qu'il faut faire preuve d'intention plutôt que de se contenter de créer du contenu, car aujourd'hui tout le monde se copie.

Lorsque vous faites des Shorts de votre marque, vous devez garder à l'esprit que vous avez 15 secondes pour convertir vos spectateurs en



abonnés. Pour ce faire, vous devez créer un contenu qui offre de la valeur, des informations, des connaissances et, surtout, une solution. Les Shorts YouTube peuvent être créés sur n'importe quel sujet que vous souhaitez promouvoir.

## **2. Montrer ce qui va suivre**

En tant que chef d'entreprise, vous devez informer votre public de ce que vous allez faire. Les Shorts YouTube peuvent vous aider à faire de même en vous permettant de réaliser des vidéos ou du contenu sur des lancements de produits, des questions-réponses et bien d'autres catégories de vidéos.

Lorsque l'on sait que l'on veut promouvoir son entreprise, il faut reconnaître que le public n'est pas habitué à quelque chose de nouveau. Cela signifie qu'il faut commencer à créer des vidéos sur les préoccupations des utilisateurs et les laisser partager leur jargon dans les sections de commentaires.

L'avantage est que le public sera engagé avec la marque et c'est ainsi qu'il en parlera à sa famille, à ses amis et à ses proches. Pour mesurer la réaction du public, nous pouvons consulter les analyses fournies par les Shorts de YouTube et c'est ainsi que vous pouvez modifier votre stratégie de marketing pour améliorer les résultats.

Vous pouvez également demander l'aide d'experts en médias sociaux pour en savoir plus sur la manière d'améliorer le nombre de vues sur vos Shorts. En fin de compte, ce que vous créez doit plaire aux téléspectateurs, car c'est ce qui fait la renommée et la popularité de votre entreprise du jour au lendemain.

## **3. Susciter l'enthousiasme**



Si nous pouvions dire que nous avons une sorte de nature où il vaut mieux recevoir que donner, nous pourrions dire que nous avons une nature où il vaut mieux recevoir que donner. Cela signifie que nous préférons recevoir des choses des autres plutôt que de les donner, n'est-ce pas ? Il peut s'agir de la meilleure stratégie de marketing pour les chefs d'entreprise.

Offrir des cadeaux, des concours et des cadeaux publicitaires à d'autres créateurs peut augmenter la portée de vos Shorts sur YouTube. Ensuite, choisissez une chanson dans la bibliothèque et tapez un message sur les cadeaux ou les concours pour que les utilisateurs participent et aient une chance de gagner.

Cela vous permettra d'atteindre un public plus large, car tous ceux qui verront votre vidéo la partageront avec leurs amis et leur famille. De cette manière, de nombreuses personnes verront vos vidéos et se familiariseront avec vous.

En outre, vous pouvez partager des vidéos BTS sur les prix gagnés, car cela renforcera l'enthousiasme des participants et leur permettra de rester en contact pendant longtemps. Au final, faire preuve d'empressement peut permettre à votre marque d'être connue par des milliers, voire des millions de personnes.

#### **4. Partager les avis et les retours d'expérience**

Partager les avis et les commentaires des utilisateurs avec votre nouveau public est le meilleur moyen de promouvoir votre entreprise. Il s'agit d'une forme de marketing de bouche à oreille qui peut aider votre marque à être plus largement reconnue.

Lorsque votre public sait qui vous êtes, il vous fera davantage confiance et vous ferez connaître votre marque. Par conséquent, n'oubliez pas de partager les avis afin d'attirer de nouveaux clients.

#### **5. La cohérence est un élément clé**



La cohérence ne signifie pas qu'il faille partager une multitude de vidéos en l'espace d'une minute. C'est juste que vous travaillez selon l'algorithme de YouTube short. En même temps, vous devez être authentique puisque vous faites la promotion d'une marque.

Les médias sociaux permettent de trouver le bon créneau et de créer une communauté autour de ce créneau. Dans les Shorts YouTube, il vous suffit de rédiger une introduction accrocheuse au début de votre vidéo pour susciter l'intérêt de vos spectateurs.

Le contenu doit être plein d'esprit, car personne n'appréciera un contenu ennuyeux qui suit le même format que les autres. Veillez à publier des vidéos informatives, communicatives et bien informées, ainsi qu'une musique paisible en rapport avec votre contenu, afin d'inciter votre public à faire défiler les pages ailleurs.

### **Le verdict final**

Il est clair que les Shorts de YouTube peuvent être utilisés pour promouvoir votre entreprise de nombreuses façons. Ce sont les meilleurs moyens de faire de la publicité pour votre entreprise, alors assurez-vous de les mettre en œuvre et d'en récolter les fruits.



## CHAPITRE 5



**Idées de Shorts  
vidéo pour YouTube**



## 1. Hacks rapides

Nous servons tous le temps, quoi que nous fassions, nous ne pouvons pas l'arrêter. Nous vivons dans un monde trépidant où nous aimons tous faire les choses le plus rapidement possible. Partagez des astuces intéressantes qui peuvent être liées à n'importe quel sujet qui vous intéresse ou à un sujet à la mode dans le monde entier et montrez des astuces que les spectateurs peuvent suivre pour gagner du temps.

Il peut également s'agir d'un partage de connaissances, mais plus sous forme de tutoriel que sous forme de discours face à la caméra.

## 2. Briser les mythes

Il s'agit de prendre une idée reçue sur votre niche ou votre secteur d'activité et de la démolir à l'aide d'un excellent exemple de votre vie. Il existe de nombreuses astuces de vie que l'on peut montrer à faire, et des petites choses bon marché vous rendront la vie tellement plus facile.

Si vous pouviez tester ces éléments et détruire les mythes qui les entourent dans un Shorts de 60 secondes, les gens apprécieraient vraiment.

## 3. Faits étonnants

L'idée de Ripley's believe it or not est basée sur cette idée ou sur les records du monde Guinness. Vous pouvez utiliser l'exemple suivant : saviez-vous que si vous appliquez un certain revitalisant pour cuir sur les sièges de votre voiture, ils dureront deux fois plus longtemps et vous pourrez le constater en donnant des preuves avant et après.





En outre, vous pouvez réaliser tous les types de vidéos de faits qui vous intéressent, faire des recherches sur Internet, lire des livres sur le sujet et présenter ces faits dans une seule vidéo.

#### **4. L'heure du conte**

Si vous preniez 60 secondes pour raconter une histoire convaincante, cela pourrait attirer l'attention des utilisateurs. Il peut s'agir d'une histoire émotionnelle, scandaleuse ou humoristique.

Concentrez-vous uniquement sur les points clés et racontez l'histoire par étapes rapides. Vous pouvez même lire un livre d'histoire et en raconter les points essentiels ou partager ce que vous avez appris en lisant ce livre ou en faisant une chose particulière.

#### **5. Divertissement pur**

Par exemple, vous pouvez réaliser des vidéos sur ce qui s'est passé lorsque votre chien est allé dans la neige ou qu'il jouait dehors. Prenez des vidéos pour vous divertir et téléchargez-les sur les Shorts de YouTube.

#### **6. Examens micro**

Vous avez vu beaucoup de longues vidéos d'évaluation sur YouTube, qui peuvent concerner toutes sortes de produits, d'aliments et d'autres choses. Le micro-bilan est une brève analyse d'un produit que vous avez utilisé ou que vous avez acheté. Par exemple, si vous voulez un restaurant maintenant, vous pouvez expliquer en 15 secondes la différence essentielle ou le meilleur aspect du précédent restaurant que vous avez voulu.

#### **7. Expériences**



Celle-ci conviendrait très bien si, par exemple, vous aviez une chaîne de pâtisserie et que vous vouliez faire des expériences - des choses que vous fabriquez. Un exemple pourrait être ce qui se passe lorsque j'ajoute une tasse de bicarbonate de soude à cette recette de gâteau, et vous montrez l'expérience et ses résultats.

## 8. Comparaison des

Si vous avez acheté quelque chose de nouveau ou si vous voulez comparer vos joueurs de football préférés à ceux de vos amis, vous pouvez le faire simplement en ajoutant une animation de texte. La même chose peut être faite si vous jouez à des jeux avec votre famille ou vos amis et vous pouvez comparer qui est le meilleur joueur. Réalisez de courtes vidéos de divertissement.

Vous pouvez appliquer cette comparaison à de nombreux sujets différents en fonction de la manière dont vous réalisez la vidéo.

## 9. Contenu recyclé

Si vous avez déjà une chaîne YouTube sur laquelle vous diffusez d'anciennes vidéos, vous pouvez maintenant prendre la meilleure partie de ces vidéos ou simplement la partie la plus intéressante d'une seule vidéo, la rééditer et la mettre en ligne sur YouTube.

Veuillez noter qu'il ne faut pas copier d'autres vidéos. Si vous copiez d'autres vidéos, vous enfreignez la politique et les directives de YouTube. N'utilisez cette astuce que pour votre propre vidéo et uniquement si vous n'avez pas d'idées pour créer des vidéos. Enfin, n'oubliez pas de rééditer le montage et de ne pas vous contenter de copier-coller le meilleur de votre vidéo.

## 10. Contenu de la vidéo



Si vous suivez YouTube depuis longtemps, vous avez peut-être vu un grand nombre de personnes créer des vidéos sur ce qu'il y a à l'intérieur. Par exemple, ce qu'il y a dans cette boîte, ce qu'il y a dans ce bâtiment, ce qu'il y a dans mon sac à dos technologique, ce qu'il y a dans ma cuisine et d'autres vidéos intéressantes qui répondent à la question de savoir ce qu'il y a à l'intérieur de quelque chose.





## CHAPITRE 6



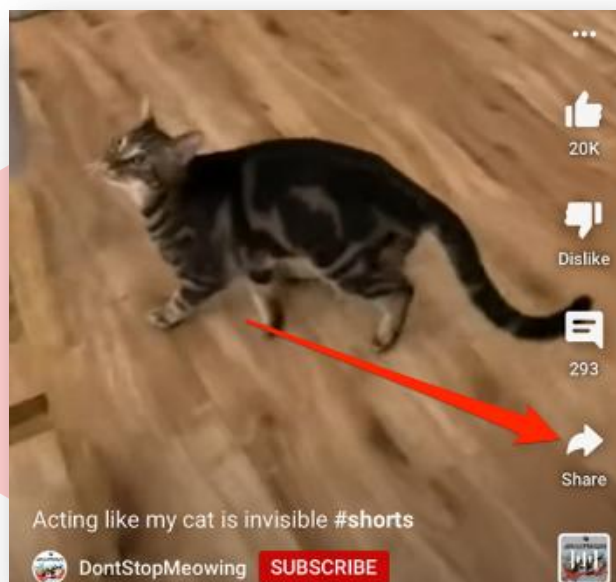
**Comment partager des Shorts YouTube ?**



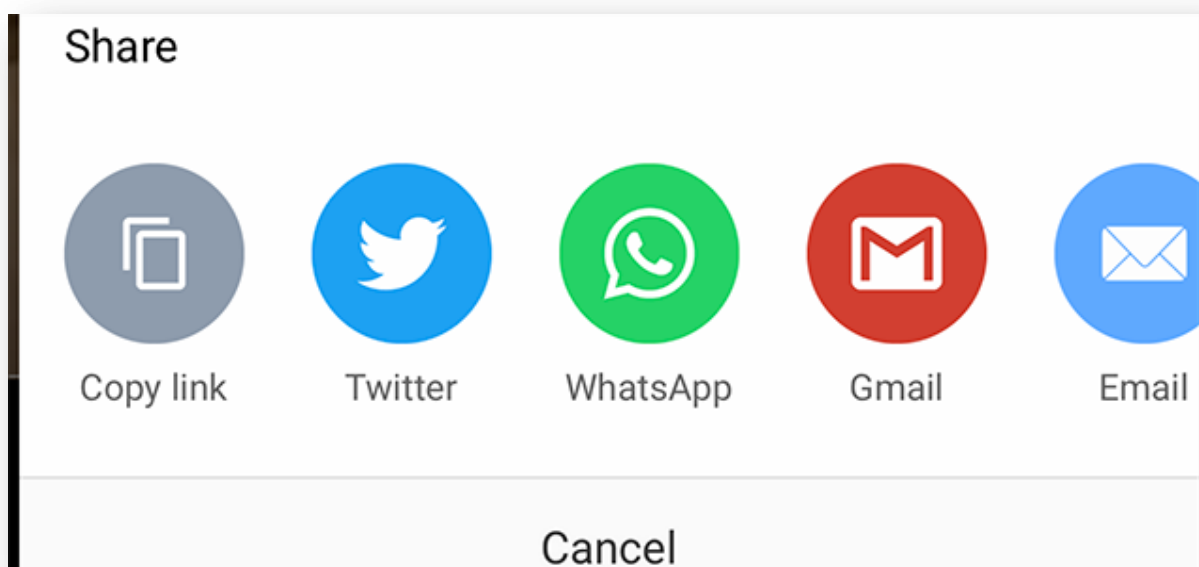
Lorsque vous parcourez des vidéos sur YouTube Shorts, il se peut que vous tombiez sur une vidéo que vous souhaitez partager avec d'autres personnes. Si vous souhaitez partager une vidéo YouTube Shorts, notre guide vous montrera comment procéder.

Remarque : ces captures d'écran ont été réalisées dans l'application YouTube sur iOS.

**Étape 1 : Lorsque vous regardez une vidéo YouTube Shorts que vous souhaitez partager, appuyez sur le bouton "Partager" dans le coin inférieur droit de l'écran.**

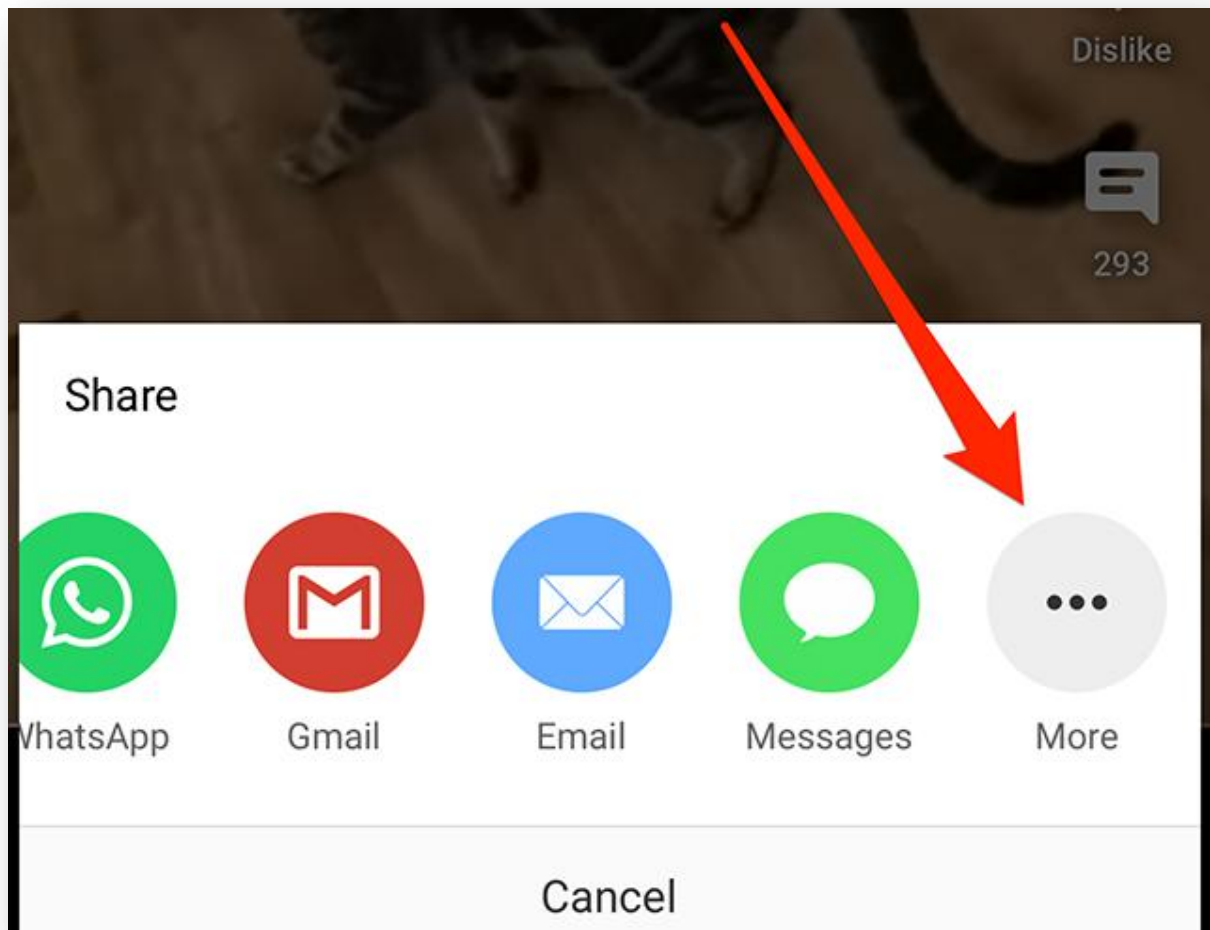


**Étape 2 : appuyez sur l'un des boutons pour partager la vidéo par courrier électronique, message texte, WhatsApp, etc. Vous pouvez également appuyer sur le bouton "Copier le lien" pour copier un lien vers la vidéo que vous pouvez coller n'importe où.**



**Si vous faites glisser le curseur jusqu'à la fin du menu Partage, vous pouvez appuyer sur le bouton "Plus" pour afficher d'autres options de partage.**







## CHAPITRE 7



**Comment obtenir plus de vues sur  
YouTube Shorts?**



La popularité des vidéos courtes sur YouTube atteignant tous les coins du monde, de nombreuses personnes ont commencé à créer des vidéos passionnantes de 15 à 60 secondes. Mais peu de gens savent exactement comment développer le contenu de YouTube Shorts et obtenir plus d'attention et de vues.

Dans cette optique, nous avons sélectionné quelques techniques que vous pouvez utiliser pour attirer plus d'attention sur vos vidéos et toucher un public nouveau et encore plus large. Vérifions.

### **1. Création d'une chaîne de Shorts sur YouTube**

Tout d'abord, créez une nouvelle chaîne YouTube consacrée uniquement aux vidéos de Shorts. Un canal distinct vous permettra de télécharger, d'organiser et de gérer le contenu facilement et rapidement. De plus, il est facile d'obtenir des informations sur votre public cible et d'analyser les performances de chaque vidéo.

Notez que YouTube ne propose pas de type de chaîne spécifique pour les YouTube Shorts, et que vous devez créer une chaîne YouTube normale. Voici comment procéder :

**Étape 1 - Connectez-vous à YouTube depuis votre PC ou votre smartphone.**

**Étape 2 - Cliquez sur votre image de profil dans le coin supérieur droit, puis sur Créer une chaîne.**

**Étape 3 - Vous avez maintenant la possibilité de créer un canal personnel ou un canal avec le nom d'une entreprise ou d'une marque. Choisissez une option, créez votre nom et les autres détails nécessaires.**

**Étape 4 - Ensuite, faites glisser la section Vidéos courtes à partir de la poignée mobile située à gauche et placez-la en haut de la liste, juste en dessous du segment En vedette.**



**Étape 5- Enfin, cliquez sur Publier pour enregistrer les modifications.**

Et c'est tout. Vous avez une chaîne dédiée à YouTube Shorts. Maintenant, utilisez ce canal pour télécharger des vidéos de Shorts et essayez de ne pas télécharger de contenu vidéo régulier sur ce canal. N'oubliez pas que les Shorts YouTube n'apparaissent que sur l'application mobile, en bas de l'écran.

## **2. Ajouter les Shorts de YouTube comme section en vedette**

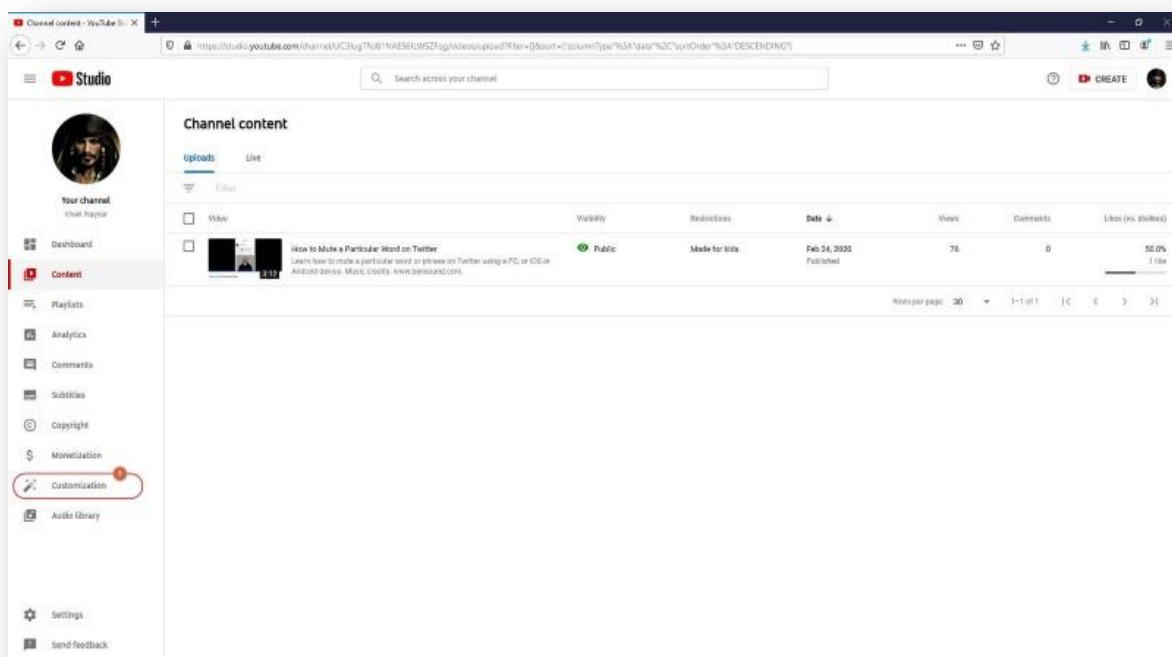
L'un des moyens les plus simples d'augmenter le nombre de vues sur vos courtes vidéos est de les ajouter à la section "Featured". Les algorithmes de YouTube collectent des données au fil du temps et recommandent des "vidéos vedettes" qui, selon eux, pourraient être utiles ou importantes pour vous.

C'est pourquoi, lorsque vous ajoutez une courte vidéo en tant que Featured, YouTube la propose automatiquement à un public plus large et vous permet d'obtenir plus d'audience. Cette fonction permet à vos utilisateurs d'explorer de courtes vidéos dans un format sans fin de type TikTok.

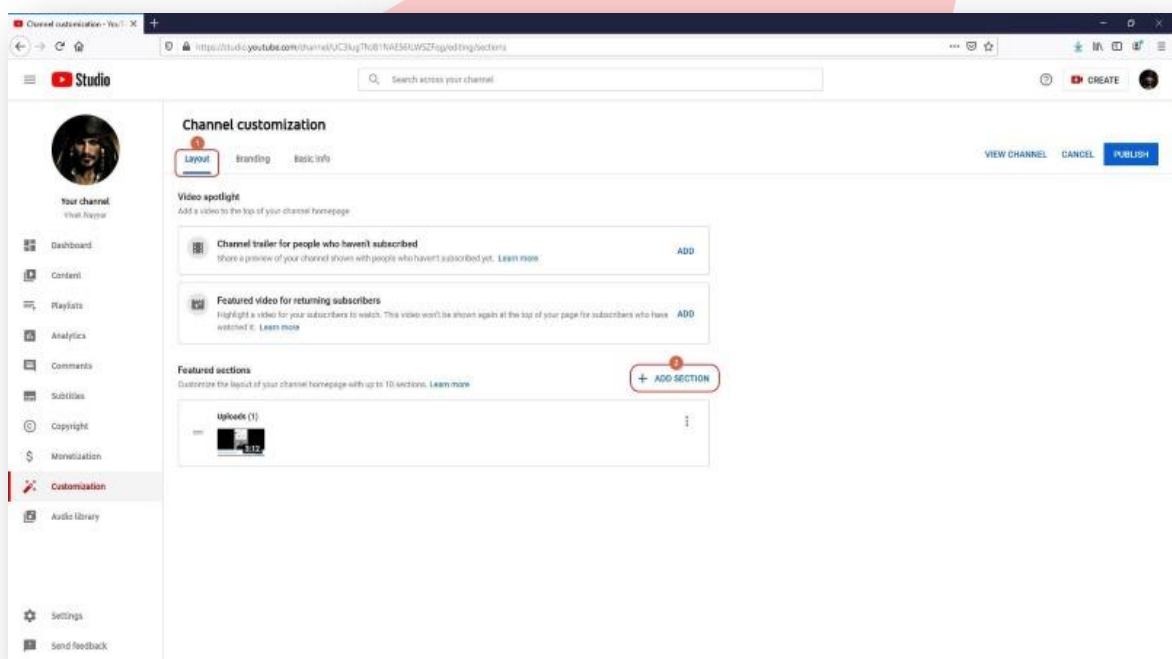
Vous devez vous demander comment ajouter des vidéos courtes de YouTube dans la section "Featured". Heureusement, il est exceptionnellement facile pour les utilisateurs de donner la priorité aux vidéos de la section "Featured". Voici comment procéder :

**Étape 1 - À partir du navigateur de votre PC, connectez-vous à votre compte YouTube et cliquez sur Vos vidéos dans la barre de navigation.**

**Étape 2 - Lorsque la page Studio s'affiche, cliquez sur Personnalisation.**



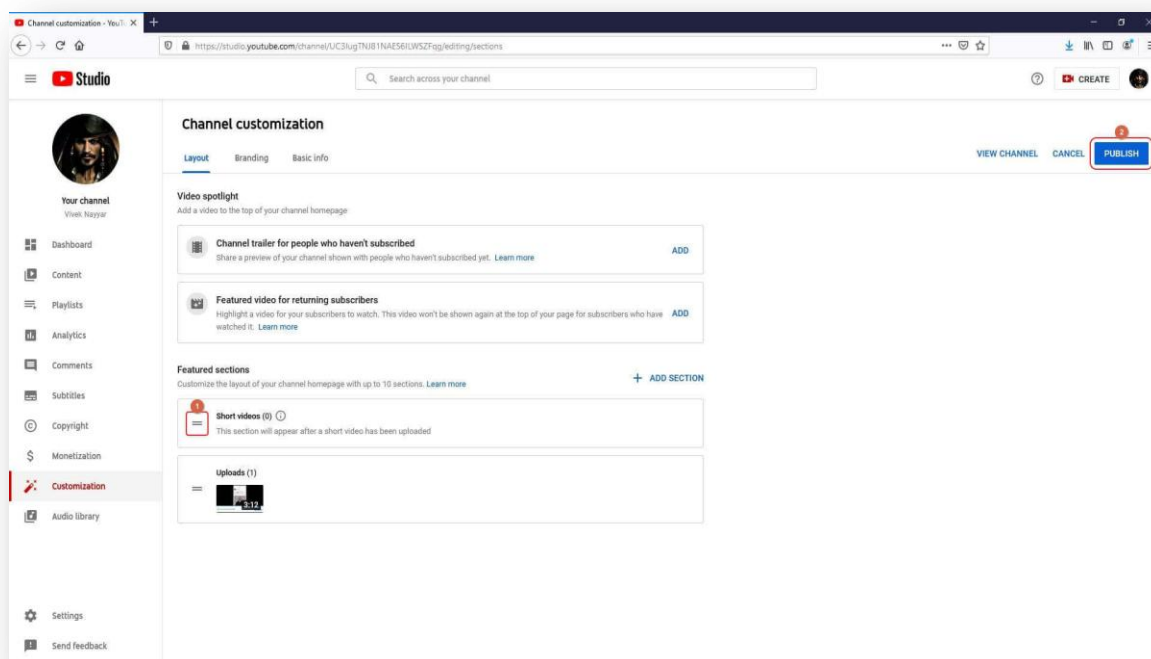
**Étape 3 - Cliquez sur Ajouter une section dans l'onglet Disposition. Sélectionnez ensuite l'option "Vidéos courtes" figurant dans la liste à côté de la catégorie "Ajouter les Shorts YouTube".**





**Étape 4 - Ensuite, faites glisser la section Vidéos courtes à partir de la poignée mobile située à gauche et placez-la en haut de la liste, juste en dessous du segment En vedette.**

**Étape 5 - Enfin, cliquez sur Publier pour enregistrer les modifications.**



D'autres facteurs entrent en jeu, mais en général, les vidéos de la section En vedette sont recommandées à votre public plus rapidement.

## Optimiser les Shorts sur YouTube

Après avoir placé les vidéos Shorts dans la liste des vidéos en vedette, essayez d'optimiser les vidéos autant que possible pour atteindre un public plus large. L'optimisation d'une vidéo courte n'est pas très différente de celle d'une vidéo YouTube classique. Les conseils que vous suivez n'ont pas d'incidence sur le fait que votre vidéo apparaisse ou non dans Short.

Vous trouverez ci-dessous les principales variables à prendre en compte pour optimiser le contenu des vidéos courtes.

### 1. Vignette attrayante





Une vignette est le visage de la vidéo qui permet aux utilisateurs de se faire une idée rapide du contenu de votre vidéo. Essayez donc d'ajouter une vignette aussi captivante que possible afin d'obtenir davantage de clics. YouTube ajoute par défaut une vignette à chaque vidéo que vous chargez. Retirez-la et ajoutez une image personnalisée et plus attrayante.

Les utilisateurs peuvent choisir n'importe quelle image dans la vidéo ou utiliser une photo distincte comme vignette. Lors de l'ajout d'une vignette, assurez-vous que :

- Il est en rapport avec le contenu de la vidéo.
- L'image doit être claire et le texte, s'il y en a un, doit être écrit en gros caractères gras pour faciliter la lecture.
- N'utilisez pas de vignettes incorrectes comme appâts à clics. Vos vidéos attirent peut-être plus de spectateurs au départ, mais votre chaîne perd de sa crédibilité et de ses adeptes à long terme.

## **2. Titre convaincant**

La qualité de vos vidéos courtes n'a aucune importance si elles n'attirent pas davantage de spectateurs. C'est pourquoi les titres des vidéos YouTube sont si importants. Considéré comme l'élément de métadonnées le plus important de votre vidéo, un titre convaincant permet à une vidéo d'obtenir plus d'attention et de clics.

Un bon titre comprend un mot-clé bien classé et un résumé d'une ligne de ce que les spectateurs doivent attendre de la vidéo courte. De plus, il est préférable que le titre corresponde à la vignette de la vidéo.

## **3. Description détaillée**

La description d'une vidéo est le texte qui se trouve sous chaque vidéo et qui doit inclure le thème, le contenu, le genre et la nature du clip. Une description bien optimisée peut permettre à votre vidéo courte d'être mieux classée sur YouTube et d'augmenter le nombre de vues.



Rédigez une description pertinente, complète et captivante pour aider le public à déterminer si la vidéo lui sera utile ou non.

#### **4. Étiquette courte**

Les balises de votre vidéo courte servent essentiellement aux algorithmes de YouTube à évaluer le contenu de la vidéo. Veillez à ajouter des balises pertinentes pour chacune de vos vidéos. Par exemple, "#Shorts" dans le titre et/ou la description indique que la vidéo a été créée pour YouTube Shorts.

De même, d'autres balises révèlent le thème et le contexte de la vidéo, ce qui permet à YouTube de comprendre sa catégorie, de l'associer à d'autres vidéos similaires et de la classer dans un volume de recherche plus élevé.

#### **Conclusion :**

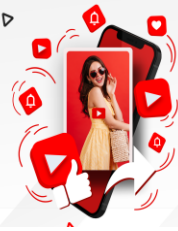
Nous espérons que ce chapitre vous a aidé à comprendre comment obtenir plus de vues sur vos Shorts YouTube. Les conseils et astuces présentés ci-dessus se sont avérés très utiles pour promouvoir les vidéos courtes de type TikTok sur YouTube.



## CHAPITRE 8



**Comment réparer les Shorts  
qui ne s'affichent pas sur YouTube**



De nombreux utilisateurs ont déclaré que les Shorts de YouTube ne s'affichaient pas sur leur iPhone. Si vous êtes l'un d'entre eux, ne vous inquiétez pas, nous vous présentons les meilleures méthodes pour résoudre ce problème. Lire la suite.

### **Solution 1. Mise à jour de l'application YouTube**

Tout d'abord, mettez à jour l'application YouTube sur votre iPhone avec la dernière version, car les anciennes versions ne sont pas compatibles avec YouTube Shorts. La dernière version dispose d'une section dédiée aux Shorts YouTube en bas de l'écran.

Allez donc sur l'App Store et vérifiez si vous avez installé la dernière version ou non.

### **Solution 2. Effacer le cache et les données de YouTube**

Souvent, le cache et les données de l'application YouTube sont à l'origine du fait que les Shorts YouTube ne s'affichent pas sur votre smartphone. Supprimez donc le cache et vérifiez si le problème persiste.

Pour ce faire :

- Sur l'écran d'accueil de votre iPhone, lancez l'application YouTube et accédez à ses paramètres > Historique et confidentialité.
- Appuyez ensuite sur Effacer l'historique des montres et Effacer l'historique des recherches.
- Redémarrez l'application et connectez-vous avec votre compte.

### **Solution 3. Assurer une connexion Internet stable**



Les Shorts YouTube nécessitent une bonne connexion internet pour fonctionner. Assurez-vous donc que votre iPhone est connecté à une connexion Wi-Fi stable ou que les données mobiles sont activées.

Il vous suffit de lancer votre navigateur mobile et de l'actualiser pour vérifier si votre internet fonctionne ou non.

#### **Solution 4. Redémarrer votre iPhone**

Parfois, un petit bug dans le système de votre iPhone empêche le fonctionnement de l'application YouTube. Le moyen le plus simple de s'en débarrasser est de redémarrer votre téléphone et de lancer à nouveau l'application YouTube.

#### **Solution 5. Confirmer si les Shorts YouTube fonctionnent en Inde - Utiliser un VPN**

Pour l'instant, les Shorts YouTube ne fonctionnent que dans certains pays, principalement les États-Unis et l'Inde. Vous pouvez contourner cette restriction en installant un VPN gratuit à partir de l'App Store. Avec un peu de chance, vous serez en mesure de voir et d'exécuter les Shorts de YouTube.

#### **La vidéo ne s'affiche pas sur YouTube Shorts**

Bien que YouTube Shorts soit une fonctionnalité réservée aux mobiles et ne prenne pas en charge YouTube web, vous pouvez toujours télécharger des vidéos courtes (moins d'une minute) à partir de votre ordinateur.

Si vous téléchargez des vidéos mais qu'elles ne s'affichent pas sous l'onglet Shorts dans l'application mobile YouTube, voici ce qu'il faut faire pour résoudre le problème une fois pour toutes.



### **Solution 1. Utiliser #Shorts dans le titre**

Tout d'abord, assurez-vous d'utiliser #shorts dans le titre et la description pour indiquer qu'il s'agit d'une vidéo courte. Les algorithmes de YouTube utilisent ce hashtag pour déterminer quelles vidéos sont destinées à Shorts ou non.

Les utilisateurs disposant d'une caméra Shorts peuvent directement réaliser la vidéo YouTube Shorts, tandis que les autres doivent réaliser des "vidéos verticales" à partir d'une caméra standard, d'une durée inférieure à 60 secondes.

### **Solution 2. Moins de 60 secondes**

Les vidéos courtes de YouTube sont d'une durée maximale de 60 secondes. Notez que YouTube ajoute souvent 1 à 2 secondes supplémentaires à vos vidéos pour certaines d'entre elles, prolongeant ainsi leur durée au-delà des 60 secondes autorisées. C'est peut-être l'une des raisons pour lesquelles vos vidéos ne s'affichent pas sur les Shorts de YouTube.

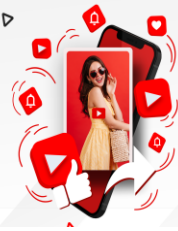
Pour plus de sécurité, veillez à réaliser des vidéos d'une durée maximale de 58 secondes.

### **Solution 3. Ne pas se précipiter**

YouTube Shorts est une fonctionnalité relativement nouvelle et Google doit encore effectuer de nombreuses recherches pour l'améliorer. Actuellement, le système YouTube prend suffisamment de temps pour évaluer et indexer vos vidéos courtes et les recommander aux utilisateurs, ce qui peut prendre de quelques jours à quelques semaines.

Par conséquent, si vos vidéos n'obtiennent pas le nombre de likes escompté, ne vous inquiétez pas. Il suffit d'être patient et de travailler à l'amélioration de votre contenu.





## Les vidéos courtes de YouTube ne s'affichent pas correctement

YouTube affiche vos vidéos courtes dans une vignette verticale avec les autres vidéos YouTube de votre chaîne. Mais si, pour une raison quelconque, les Shorts de YouTube ne s'affichent pas correctement sur votre chaîne, vous devez modifier les paramètres de votre chaîne pour que les vidéos s'affichent correctement.

Essayez les solutions ci-dessous :

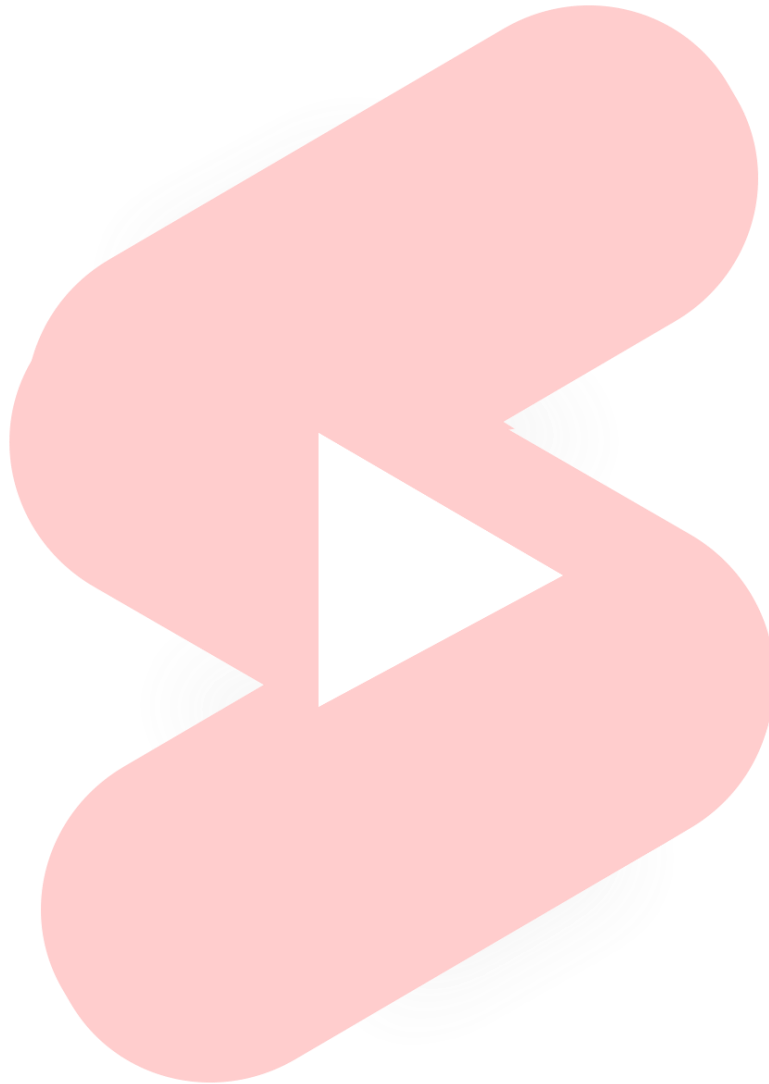
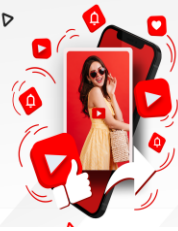
### Solution 1. Personnaliser les paramètres

- Ouvrez l'application YouTube et accédez à votre chaîne.
- Dans les sections en vedette, cliquez sur Ajouter une section.
- Vous y verrez les vidéos courtes dans la section vidéos. Cliquez dessus et toutes les vidéos ayant #short dans le titre et la description apparaîtront ici.
- Maintenant, vous pouvez les gérer comme vous le souhaitez.

### Solution 2. Créer un nouveau compte

Vous pouvez créer une chaîne dédiée à la création et à l'organisation des Shorts sur YouTube. Il vous sera ainsi plus facile de visionner les courtes vidéos en un seul endroit.

Pour résumer, ce chapitre visait à expliquer pourquoi les Shorts de YouTube ne s'affichent pas sur votre smartphone. Ainsi, la prochaine fois que vos vidéos courtes ne sont pas téléchargées ou ne s'affichent pas correctement, vous pouvez suivre ces étapes et résoudre ce problème de façon permanente.





## CHAPITRE 9



**Comment gagner de l'argent grâce à  
YouTube Shorts**



Le 11 mai 2021, YouTube a annoncé la monétisation de YouTube Shorts. YouTube a d'abord lancé Shorts en version bêta pour s'emparer du marché indien lorsque le gouvernement indien a bloqué TikTok en juin 2020. Shorts est devenu si célèbre qu'il a été visionné 3,5 milliards de fois par jour en Inde. YouTube a récemment lancé Shorts aux États-Unis d'Amérique.

YouTube n'accordait qu'une place minime aux vidéos courtes, mais le succès de TikTok signifie que la demande de contenus courts a augmenté plus que jamais. Dans Shorts, le créateur télécharge une vidéo verticale de moins d'une minute.

**Les créateurs de ces courtes vidéos sur YouTube seront bientôt récompensés pour leur travail. YouTube a également annoncé un budget de 100 millions de dollars pour ce programme.**

YouTube a lancé le YouTube Shorts Fund, un fonds de 100 millions de dollars distribué au cours de la période 2021-2022. Tout le monde peut participer au fonds en créant simplement des Shorts uniques qui ravissent la communauté YouTube.

Il convient de noter que ce programme est distinct du programme de partenariat de YouTube. Cela signifie que vous n'avez pas besoin de 1 000 abonnés et de 4 000 heures de visionnage, comme c'est le cas dans le cadre de leur programme de partenariat.

C'est une excellente nouvelle pour les nouveaux créateurs. Mais il y a un hic : il s'agit d'un programme sur invitation uniquement, selon leur blog.

Chaque mois, ils prévoient de contacter des milliers de créateurs dont les Shorts ont reçu le plus d'engagement et de vues afin de les récompenser pour leurs contributions.

Cela signifie que vous ne pouvez y accéder que si YouTube le souhaite. Cela découragera certainement certains créateurs de créer des vidéos



courtes, mais d'un autre côté, certains travailleront dur pour obtenir cette invitation.

Si vous êtes un créateur sur YouTube et que vous créez des Shorts depuis un certain temps, vous avez fait ce qu'il fallait. La direction que prendra YouTube avec YouTube Shorts est prévisible. Il est fort probable qu'ils continueront à augmenter leur budget, à partir de 100 millions de dollars. En effet, 100 millions de dollars ne représentent qu'une somme infime par rapport aux 30 milliards de dollars qu'ils ont versés à leurs créateurs au

cours des trois dernières années.

Si vous n'avez pas reçu d'invitation au début, ne vous inquiétez pas. La seule chose à faire est de réaliser à quel point les shorts peuvent être utiles



pour une raison simple :

- **Viralité facile**

Les contenus courts, qu'il s'agisse de vidéos, d'articles ou de textes sur images (mèmes), deviennent très facilement et très rapidement viraux. En effet, les gens ont l'illusion d'avoir suffisamment de temps pour regarder cette courte vidéo, cette image ou ce texte. Mais ce qu'ils finissent par faire, c'est regarder ces "courtes" vidéos pendant des heures.

Par conséquent, chaque vidéo courte soutient celle qui lui succède. Une vidéo en entraîne une autre, et ainsi de suite. Le divertissement sous cette forme n'avait jamais été servi il y a quelques années. Les gens sont de plus en plus occupés, mais ils sont encore plus occupés dans leur propre esprit, et ils veulent donc quelque chose de court pour se divertir sans perdre de temps.



## Alors, êtes-vous prêt pour les Shorts sur YouTube ?

Vous pouvez créer une toute nouvelle chaîne pour Shorts ou ajouter Shorts à votre chaîne existante. Si votre vidéo répond aux critères des Shorts, YouTube la classera dans la catégorie des Shorts sans aucun problème. Outre la stratégie habituelle de création de contenu sur YouTube, vous ne devez pas oublier deux mots qu'ils ont soulignés sur leur blog.

- **Contenu original**

Oui, YouTube a clairement indiqué qu'il enverrait des invitations aux utilisateurs qui ont contribué avec du contenu original. C'est un signal clair qu'il ne faut pas se contenter de réutiliser des TikTok ou des Shorts pour des Shorts YouTube. Un simple algorithme peut détecter le logo TikTok sur votre vidéo et prolonger votre attente de monétisation.

Prenez note de la musique que vous souhaitez ajouter en arrière-plan, car la bibliothèque musicale disponible pour TikTok ou Reels n'est pas disponible pour YouTube jusqu'à présent.

- **Respecter les lignes directrices de la communauté**

Cette partie n'a pas besoin d'être expliquée davantage. Veillez à ce que vos Shorts respectent également les lignes directrices de la communauté.

## L'avenir des Shorts

Les shorts sont là pour rester. TikTok a montré que l'internet est rempli de personnes intéressantes avec des histoires intéressantes. Que vous fassiez de la poésie, que vous soyez éducateur ou que vous critiquiez des produits, les shorts peuvent constituer une nouvelle stratégie de marketing pour atteindre votre public.

Le seul problème est qu'il y a trop de contenu. Il y a trop de créateurs qui prétendent être les meilleurs. Cela crée un dilemme pour les personnes qui choisissent le contenu. Si l'algorithme peut les alimenter en contenu, ils peuvent facilement naviguer et contrôler. Les gens peuvent continuer à regarder le contenu qui leur plaît sans avoir à s'arrêter pour trouver ce qu'ils vont regarder ensuite.





YouTube ayant mis en place la monétisation des Shorts, les créateurs ne peuvent plus se permettre d'éviter les Shorts. Vous ne devriez pas non plus.

Préparez-vous avec des vidéos de haute qualité. Les vidéos YouTube Shorts sont accessibles non seulement via Shorts, mais aussi via les navigateurs normaux. Dans la mesure du possible, créez donc des vidéos de haute qualité, tant en termes de pixels que de contenu.



# YouTube Shorts™

## CHAPITRE 10



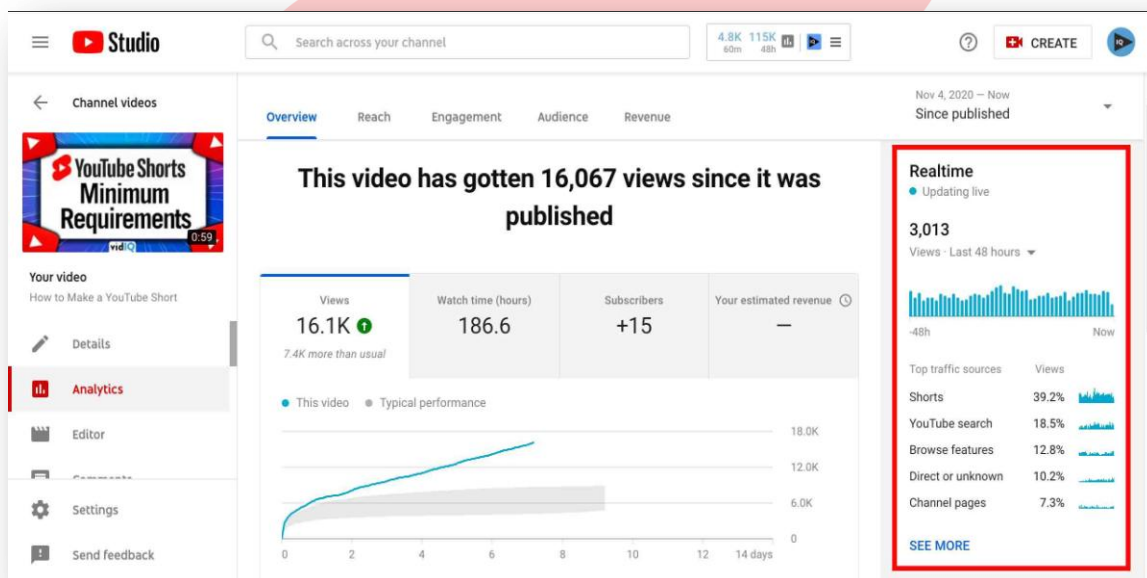
Analyse des Shorts YouTube :  
Pourquoi chaque créateur  
a besoin de ces données

## Comment afficher les analyses des Shorts sur YouTube ?

Sur YouTube, il y a trois façons d'afficher les analyses de Shorts. Deux de ces méthodes sont destinées à l'affichage sur ordinateur et une autre à l'affichage sur mobile. Pour voir les analyses sur l'un ou l'autre appareil, voici ce qu'il faut faire.

### Méthode 1 : Affichage des statistiques des vidéos individuelles sur le bureau

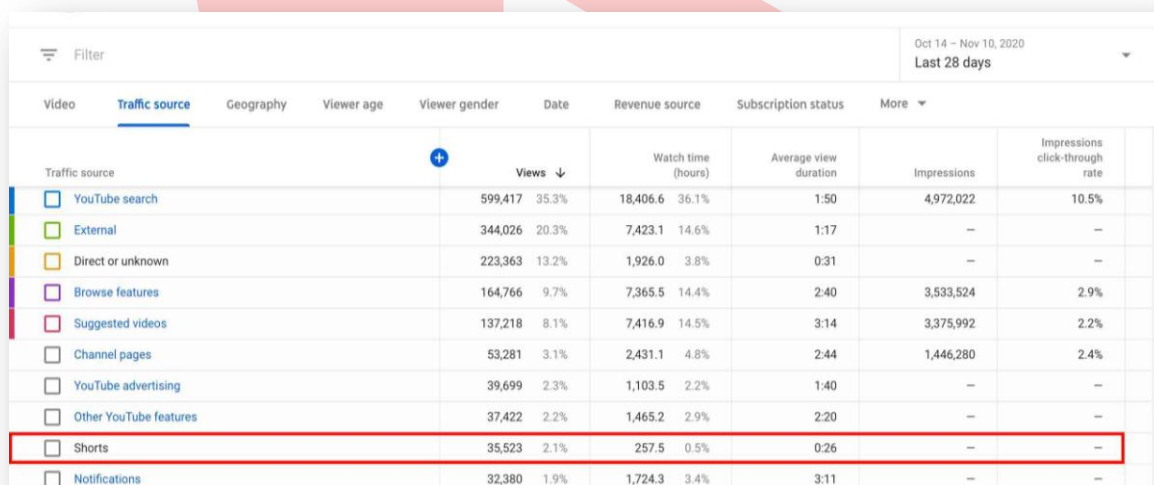
- Lorsque vous êtes sur le bureau, accédez à YouTube Studio.
- Dans le menu de navigation de gauche, cliquez sur "Vidéos".
- Passez votre souris sur une vidéo et des options de menu apparaîtront. Vous devez cliquer sur le bouton d'analyse, qui ressemble à un petit graphique à barres.
- Sur le côté droit de la page, vous trouverez des statistiques en temps réel sur les vues provenant de YouTube Shorts, comme indiqué ci-dessous :





## Méthode 2 : Affichage des statistiques de la chaîne sur le bureau

- Lorsque vous êtes sur le bureau, accédez à YouTube Studio.
- Dans le menu de navigation de gauche, cliquez sur "Analytics".
- Ensuite, vous verrez une section indiquant les vues, le temps de visionnage, le nombre d'abonnés et les revenus estimés pour votre chaîne. Faites défiler l'écran juste en dessous de cette section et cliquez sur "Voir plus".
- Allez dans les onglets de filtrage en haut de la page et cliquez sur "Source de trafic". Cette action divise les vues sur votre chaîne en fonction des différentes façons dont les gens peuvent regarder votre contenu, ce qui inclut désormais les Shorts YouTube.
- Voir ci-dessous :



Traffic source	Views	Watch time (hours)	Average view duration	Impressions	Impressions click-through rate
<input type="checkbox"/> YouTube search	599,417 35.3%	18,406.6 36.1%	1:50	4,972,022	10.5%
<input type="checkbox"/> External	344,026 20.3%	7,423.1 14.6%	1:17	—	—
<input type="checkbox"/> Direct or unknown	223,363 13.2%	1,926.0 3.8%	0:31	—	—
<input type="checkbox"/> Browse features	164,766 9.7%	7,365.5 14.4%	2:40	3,533,524	2.9%
<input type="checkbox"/> Suggested videos	137,218 8.1%	7,416.9 14.5%	3:14	3,375,992	2.2%
<input type="checkbox"/> Channel pages	53,281 3.1%	2,431.1 4.8%	2:44	1,446,280	2.4%
<input type="checkbox"/> YouTube advertising	39,699 2.3%	1,103.5 2.2%	1:40	—	—
<input type="checkbox"/> Other YouTube features	37,422 2.2%	1,465.2 2.9%	2:20	—	—
<input type="checkbox"/> <b>Shorts</b>	<b>35,523 2.1%</b>	<b>257.5 0.5%</b>	<b>0:26</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<input type="checkbox"/> Notifications	32,380 1.9%	1,724.3 3.4%	3:11	—	—

## Méthode 3 : Affichage des statistiques sur mobile

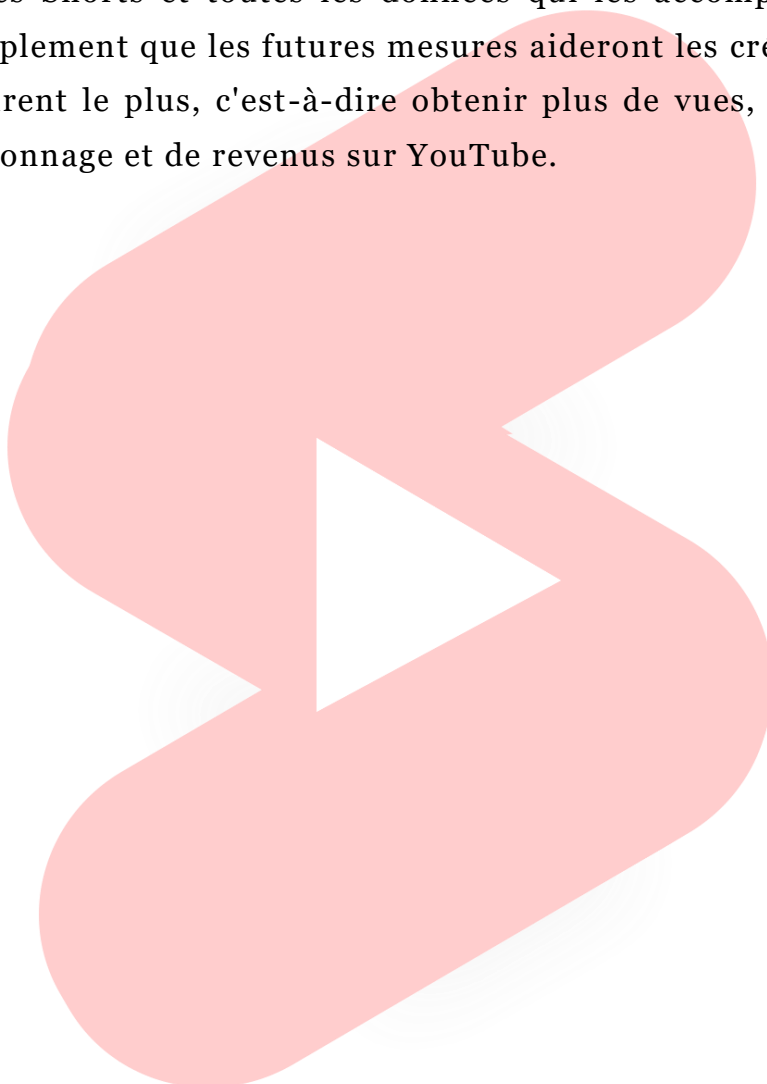
- Ouvrez l'application YouTube Studio et cliquez sur "Analyse" dans le menu en haut à gauche.
- Cliquez sur l'onglet "Découverte" en haut de la page et vous verrez une liste de sources de trafic pour vos vues, y compris celles de YouTube Shorts.



## Analyse d'une chaîne de Shorts sur YouTube

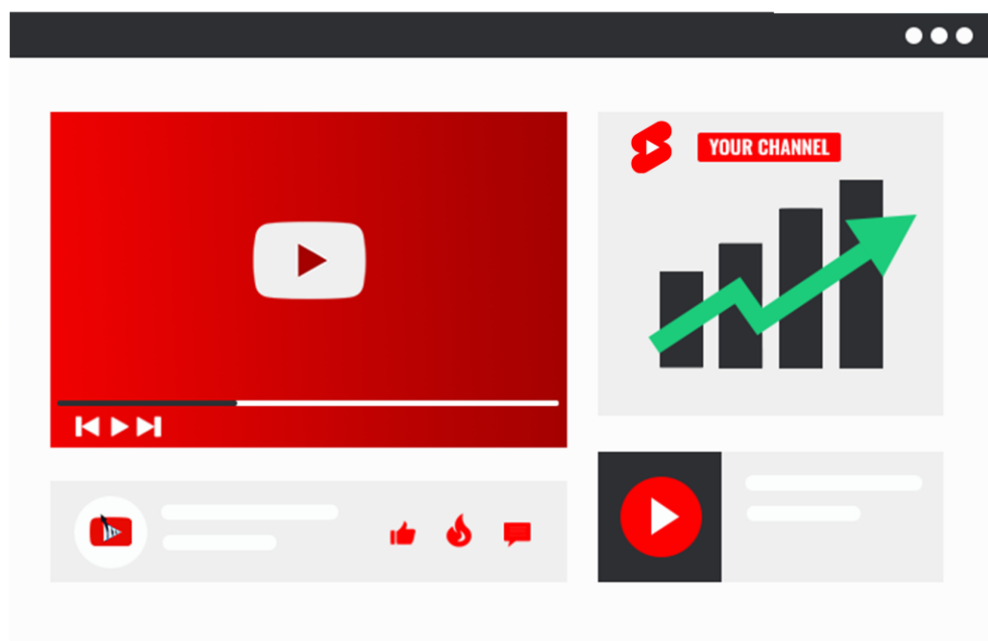
Les Shorts de YouTube, leurs analyses et la façon dont ils sont monétisés sont assez déroutants à l'heure actuelle. Si vous avez une chaîne dédiée à YouTube Shorts, les choses sont encore plus compliquées.

Pour concurrencer TikTok, YouTube continuera probablement à développer les Shorts et toutes les données qui les accompagnent. Nous espérons simplement que les futures mesures aideront les créateurs à faire ce qu'ils désirent le plus, c'est-à-dire obtenir plus de vues, d'abonnés, de temps de visionnage et de revenus sur YouTube.



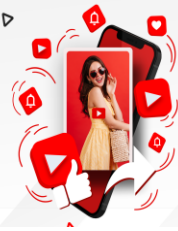


## CHAPITRE 11



**Conseils pour développer votre chaîne  
avec les Shorts YouTube**





YouTube ne cesse d'ajouter des fonctionnalités permettant de créer et de découvrir des Shorts. Outre le lancement de la version bêta de Shorts aux États-Unis - un outil permettant d'enregistrer, d'éditer et de publier de brèves vidéos -, la plateforme a modifié la présentation des Shorts, la manière dont ils apparaissent dans les résultats de recherche et bien d'autres choses encore.

En tant que créateur, vous devez connaître ces mises à jour pour mieux développer votre chaîne. Nous avons vu des créateurs obtenir plus de vues avec Shorts, mais le plus difficile est de maintenir l'élan.

Avec les récentes mises à jour, vous devrez peut-être réfléchir différemment à la façon dont vous créez des vidéos courtes. Les dernières mises à jour de Shorts ont révélé quatre vérités indéniables :

- Les shorts apparaissent dans les résultats de recherche, vous devez donc absolument les créer.
- Si vous vous concentrez sur la création de Shorts uniques qui deviennent viraux, les abonnés vous trouveront.
- Chaque Short a besoin d'un commentaire épinglé.
- Les Shorts musicaux peuvent contenir des tendances ou des défis en matière de danse, ce qui signifie que vous devez faire des recherches sur les sujets et les chansons avant d'appuyer sur le bouton d'enregistrement.

Maintenant que vous avez quelques connaissances de base, voici quatre conseils pour développer votre chaîne avec YouTube Shorts.

### **1. Les Shorts sur YouTube sont de plus en plus faciles à découvrir ; n'hésitez pas à les publier !**

Connaissez-vous l'étagère Shorts ? Cette zone d'affichage pour les vidéos courtes et verticales figure sur la page d'accueil de l'application depuis des



mois. Désormais, il apparaît également sur les pages de recherche. Si vous publiez des Shorts sur YouTube, c'est une nouvelle occasion de faire découvrir votre contenu.

### **Comment rechercher des Shorts sur YouTube**

Les téléspectateurs peuvent trouver vos Shorts par le biais des résultats de recherche, mais pas de la manière traditionnelle, basée sur un thème. Suivez les étapes suivantes pour comprendre comment ils apparaissent sur YouTube :

- Ouvrez l'application mobile YouTube.
- À côté de l'icône de votre profil, cliquez sur la loupe située dans le coin supérieur droit de l'écran.
- Tapez le nom d'une chaîne dans la barre de recherche et appuyez sur le résultat approprié lorsqu'il apparaît.
- Faites défiler les premiers résultats - l'icône qui vous permet d'accéder à la chaîne, les derniers messages de la chaîne et les vidéos régulières et horizontales - jusqu'à ce que vous voyiez l'étagère Shorts beta.

Si vous ne publiez pas de Shorts, votre chaîne n'apparaîtra probablement pas sur cette étagère. Mais vous pouvez facilement y remédier en publiant quelques Shorts, en recherchant votre chaîne et en voyant si l'étagère apparaît. Nous avons toujours suggéré de télécharger des Shorts, car on ne sait jamais ce que YouTube va en faire. Dans ce cas, il s'agit d'une nouvelle zone d'affichage que nous n'avons jamais vue auparavant.

### **Qu'en est-il des recherches thématiques de Shorts sur YouTube ?**

Cette fonction présente toutefois un inconvénient. Effectuer une recherche par thème au lieu d'une recherche par canal ne donne pas les mêmes résultats. Il n'y a pas d'étagère Shorts lorsque nous tapons le mot "Minecraft" dans la barre de recherche, par exemple. L'étagère n'apparaît dans les résultats de recherche que lorsque l'on tape le nom d'une chaîne.



Si vous êtes un créateur de Shorts didactiques ou éducatifs, vous devez garder cela à l'esprit. Les internautes ne trouveront pas vos Shorts en cherchant un sujet, mais ce n'est pas grave.

## **2. Accepter que les vues, et non les abonnés, constituent l'avantage immédiat de la création de Shorts**

Si vous avez eu du mal à gagner des abonnés à partir de Shorts, la situation pourrait s'intensifier à l'avenir. YouTube a apporté quelques modifications à la présentation du lecteur Shorts, et le bouton d'abonnement est moins visible qu'auparavant.

Dans l'ancienne présentation, le bouton d'abonnement était rouge et situé plus haut sur le lecteur. Le bouton est maintenant gris et très proche du bas de l'écran.

Il semble que YouTube veuille mettre moins l'accent sur les abonnés, du moins pour Shorts. Ce que nous savons, c'est que les vues, et non les abonnés, ont toujours été la plus grande récompense pour la publication de Shorts. Certains créateurs obtiennent des millions d'abonnés, mais c'est généralement parce qu'ils publient un contenu unique qu'il est difficile de reproduire. Pour l'instant, créez le meilleur short possible. Rendez-les si divertissants que les gens cherchent délibérément le bouton d'abonnement, même s'il est plus difficile à voir.

## **3. Utiliser les commentaires épinglés pour conduire les internautes d'un Shorts à un contenu supplémentaire**

Les Shorts sont similaires à TikTok ; les spectateurs les regardent rapidement, passent à la vidéo suivante et répètent le processus pour parcourir le contenu. Il est difficile de faire ralentir les gens, mais lorsqu'ils le font, vous devez leur donner quelque chose à regarder.

La section des commentaires est un bon endroit pour le faire. Comme il est plus difficile de gagner des abonnés avec Shorts, vous devez vous assurer que chaque vidéo est accompagnée d'un commentaire épinglé. Vous pouvez mettre en avant du contenu supplémentaire - une liste de lecture, un



Shorts qui fait office de deuxième partie, ce que vous voulez - et encourager les gens à explorer votre chaîne. Si les gens aiment ce qu'ils voient, ils peuvent s'abonner.

Le commentaire épinglé est votre meilleur outil car Shorts n'a pas de fiches d'information ou d'écrans finaux pour suggérer du contenu. Même la description de la vidéo est cachée derrière un parcours à deux touches.

#### **4. Faire des recherches pour créer des Shorts uniques et axés sur la musique**

La musique aide les vidéos à devenir virales. C'est ce qui se passe sur TikTok et même sur des plateformes plus anciennes comme Triller et la sensation inoubliable qu'était Vine.

YouTube veut maintenant créer le même attrait sur son application mobile. Le 18 mars, la plateforme a dévoilé une fonction permettant d'ajouter de la musique aux Shorts.

Comme de plus en plus de créateurs disposent de cet outil, vous devez rechercher les chansons qui apparaissent dans certaines vidéos. Vous pouvez ensuite ajouter quelque chose d'unique à une tendance après avoir vu ce que les autres ont posté, en espérant que votre contenu se démarque.

Pour commencer votre recherche, cliquez sur l'icône ci-dessous. Si vous le voyez, cela signifie que le créateur a ajouté une chanson à partir de l'outil Shorts camera.



Appuyez sur l'icône pour voir d'autres Shorts utilisant cette chanson. C'est ici que votre recherche prendra tout son sens, car vous découvrirez comment la chanson est utilisée, s'il y a un défi associé à cette chanson, et plus encore. En haut de la page, vous pouvez également voir la vidéo originale de la chanson sur YouTube.

YouTube déploie lentement ces fonctionnalités. Vous ne serez peut-être pas en mesure de faire tout ce qui est décrit dans ce billet, mais il est bon de savoir ce qui vous attend. Lorsque les outils arrivent dans votre application, veuillez à suivre les étapes suivantes. Téléchargez des Shorts sans hésitation, rendez-les divertissants, utilisez les commentaires épinglés et faites des recherches sur le sujet.







## CHAPITRE 12



**Comment les Shorts YouTube  
peuvent-ils stimuler  
votre commerce électronique ?**



YouTube a lancé YouTube Shorts le 18 mars 2021, et le succès a été énorme. Avec la fermeture de TikTok dans plusieurs pays, YouTube Short a connu un grand succès.

Avec les TikTokers, les YouTubers et les spécialistes du marketing qui se sont rués sur YouTube Shorts, la fonctionnalité a été très appréciée et a suscité beaucoup d'engagement.

Croyez-moi, vous pouvez utiliser cet engagement à votre avantage. Comment ? Découvrons-le.

### **1. S'engager**

La principale raison pour laquelle vous devriez utiliser les Shorts YouTube pour le commerce électronique est qu'ils sont attrayants.

Avec des milliers de sites de commerce électronique disponibles sur le net, vous devez avoir un engagement exclusif pour vous démarquer et captiver vos clients. YouTube Shorts for eCommerce vous permet justement de le faire.

D'après les statistiques, il existe plus de 12 à 24 millions de sites de commerce électronique sur l'internet et il s'en crée de plus en plus chaque jour.

Une étude montre également que les vidéos ne dépassant pas 2 minutes sont celles qui obtiennent le plus d'engagement et de likes.

Les clients sont comme des bébés. Ils ont une durée d'attention très courte et peuvent facilement être attirés par quelque chose de différent et de nouveau.

Vous devez donc vous assurer que vous transmettez tout ce que vous voulez faire passer dans le délai le plus court possible afin de maintenir l'intérêt de vos interlocuteurs.



Par conséquent, si vous voulez que les consommateurs vous connaissent et vous écoutent complètement, les Shorts YouTube pour le commerce électronique sont la clé.



## **2. Amélioration de la visibilité de la marque**

Les Shorts YouTube pour le commerce électronique sont un excellent moyen d'attirer l'attention des clients sur votre marque. Si vous créez régulièrement des Shorts sur YouTube, les gens vous reconnaîtront certainement.

Avec plusieurs courtes vidéos créées, cette cohérence peut vous aider à gagner un grand nombre d'adeptes et d'abonnés qui peuvent devenir vos acheteurs potentiels.

## **3. Instaurer la confiance**

La marque qui s'engage facilement et participe aux activités sociales est généralement acceptée par la société.



Votre présence constante permet à vos clients de mieux vous connaître, de vous faire confiance et de savoir qu'ils ont affaire à une entreprise authentique et sincère.

La création de Shorts YouTube pour le commerce électronique et l'engagement auprès de vos clients par le biais de commentaires et de réponses vous aident à créer un lien plus fort avec le public.

Ce lien est particulièrement précieux si vous êtes nouveau sur le marché et que vous essayez d'atteindre le plus grand nombre de personnes possible et de construire des relations loyales.

#### **4. Stimule les conversions**

En fin de compte, tous vos efforts se résument aux ventes. En créant des Shorts YouTube pour le commerce électronique, vous améliorez l'engagement, la bonne volonté et les liens avec vos clients, ce qui vous permet d'obtenir de meilleures conversions.

Une fois que les gens commencent à mieux vous connaître, ils peuvent facilement vous faire confiance et acheter chez vous. Cela vous permet de convertir les spectateurs en acheteurs potentiels et d'augmenter les ventes de commerce électronique en ligne.

### **Comment utiliser les Shorts sur YouTube pour développer votre activité ?**

La vraie question que vous devez vous poser est la suivante : que créez-vous sur YouTube Shorts en rapport avec votre activité ? Il existe un certain nombre de choses intéressantes qui peuvent être créées en 15 secondes et qui sont d'une créativité et d'une efficacité impressionnantes.

#### **1. Vidéos de conseils et d'astuces**

Les vidéos les plus populaires et les plus attrayantes du moment montrent des conseils et des astuces faciles à mettre en œuvre. Vous pouvez créer de courtes vidéos présentant des conseils et des astuces en rapport avec votre



activité. Il ne s'agit pas nécessairement de savoir s'il met ou non votre produit en valeur.

Il n'est pas toujours bon de s'occuper de l'après-vente, car votre comportement de chasseur et de vendeur peut faire fuir vos clients. Travaillez dans leur intérêt et ils vous aideront.

Voici ce que vous pouvez faire : Par exemple, si vous vendez des produits de maquillage, vous pouvez montrer un conseil ou une astuce pour appliquer le mascara en une seule fois ou pour enlever le vernis à ongles rapidement, même sans le dissolvant.

De telles vidéos YouTube Shorts peuvent être créées et éditées pour correspondre à la durée de 15 secondes et obtenir le type d'engagement que vous n'auriez jamais imaginé.

## **2. Créer des vidéos de produits "comment faire".**

Souvent, les gens n'achètent pas votre produit parce qu'ils pensent qu'il ne leur est d'aucune utilité ou parce qu'ils ne savent pas comment l'utiliser. Ainsi, vous pouvez créer des Shorts YouTube pour le commerce électronique montrant comment utiliser votre produit.

En gardant l'exemple des produits de beauté, vous pouvez montrer à votre public comment il peut utiliser votre masque facial ou capillaire, ou encore vos fausses paupières. Des vidéos pratiques peuvent être créées pour presque toutes les niches et tous les produits. Qu'il s'agisse de technologie, d'alimentation, de santé ou de toute autre chose.

Cela permet non seulement de susciter l'engagement, mais aussi de sensibiliser votre public à ce que vous vendez et à la manière dont il peut l'utiliser.

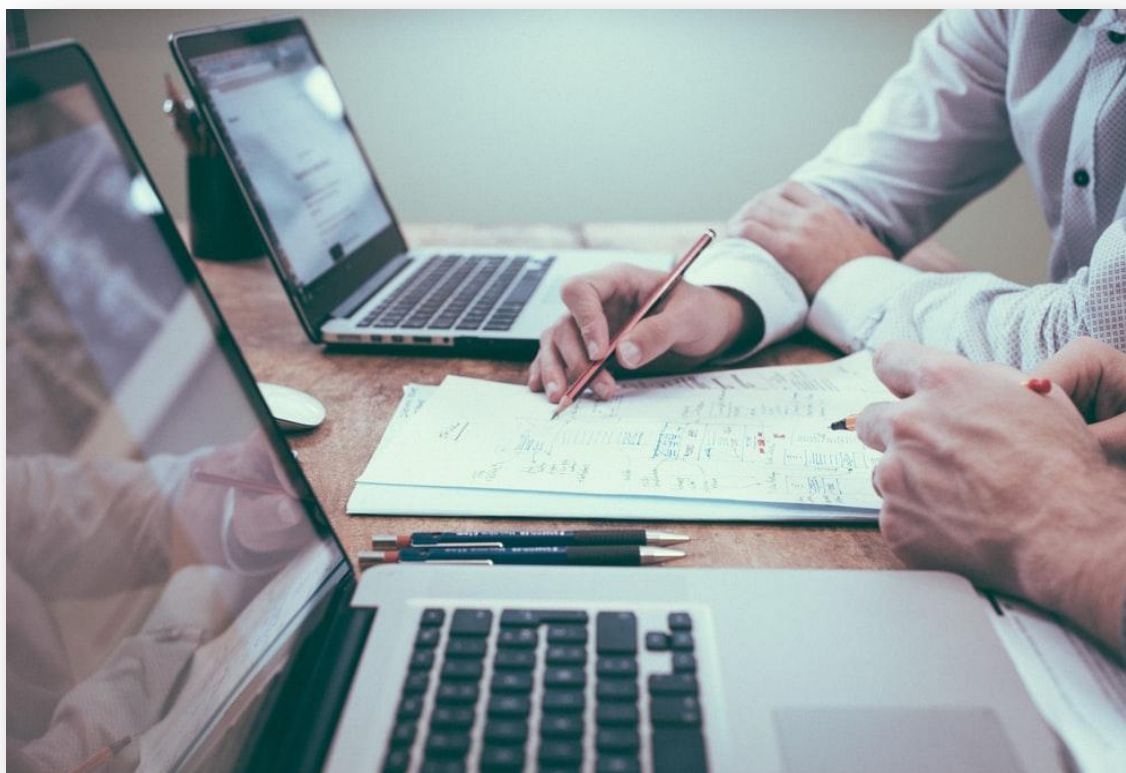
## **3. Présentation de votre produit et de sa description**

Quinze secondes suffisent pour parler des détails de votre produit. Cela vous permet de sensibiliser les gens à votre produit. Parlez de ses caractéristiques et des ingrédients ou des choses qu'il contient. Les gens sont plus enclins à acheter des choses qu'ils connaissent bien.





Contrairement aux magasins physiques, ils peuvent toucher, sentir ou expérimenter votre produit. Il est donc de votre responsabilité de les rassurer sur ce qu'ils achètent d'une manière ou d'une autre, et la création d'un Shorts YouTube montrant les détails du produit est un excellent moyen de le faire.



#### **4. Présentation des avantages de votre produit**

Plutôt que de vendre votre produit, créez un besoin. Expliquez à vos clients pourquoi ils ont besoin de vos produits, quels avantages ils leur apporteront. Vous pouvez soit parler des avantages de votre produit dans vos vidéos YouTube Shorts, soit simplement vous lever et les présenter dans un texte autour de vous.

Les vidéos de ce type sont jolies et atteignent leur but. Vous pouvez présenter les avantages de chaque produit dans chaque vidéo. Cela vous permet d'avoir suffisamment de contenu pour être cohérent et créer une notoriété de la marque et du produit.





## 5. Créer des bandes-annonces attrayantes pour les produits

Sur le point de lancer un nouveau produit. Pourquoi ne pas en parler à vos clients ? Vous pouvez créer une bande-annonce de produit sophistiquée et la présenter sur YouTube Shorts. Cela permet à vos clients de se demander ce qu'ils peuvent attendre de la prochaine étape et de maintenir leur excitation jusqu'à ce que vous la mettiez sur le marché.

Il est plus efficace de préparer vos clients à l'avance que de leur annoncer la nouvelle d'un seul coup. Les bandes-annonces vous permettent également de savoir comment les gens réagissent à vos produits et d'anticiper leur succès.

## 6. Donnez-leur un aperçu des "coulisses".

Les clients sont très intéressés par ce que les marques font en coulisses, comment elles fabriquent leurs produits, quelle est leur culture d'entreprise.

Plus vous les laissez entrer, plus ils se sentent liés à vous. Ils savent qu'ils vous connaissent bien, ils respectent votre transparence.

Les vidéos de scènes doivent également être très séduisantes et captivantes. La création de tels Shorts YouTube pour le commerce électronique permet d'instaurer un climat de confiance, de sensibiliser les gens, d'améliorer la cote d'estime et d'augmenter les ventes de vos produits.

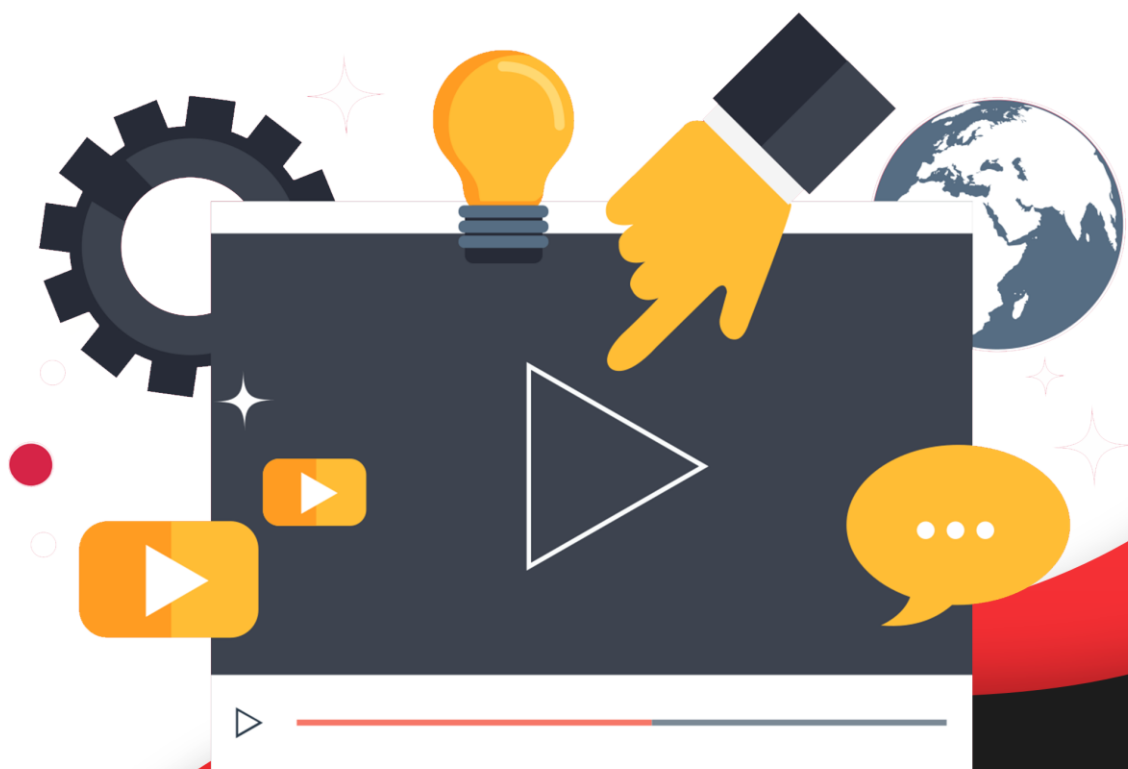
## Conclusion

Le marketing vidéo s'est avéré être la stratégie marketing la plus efficace et la plus convergente pour développer les entreprises de commerce électronique. Les vidéos courtes qui peuvent être créées par YouTube Shorts et Instagram Reels sont un excellent moyen d'atteindre cet objectif.

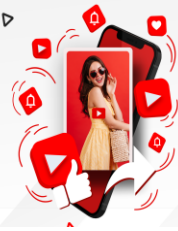
Lorsqu'il s'agit de consommateurs, vous devez tout mettre en œuvre pour les intéresser et en faire des acheteurs à vie.



## CHAPITRE 13



**Comment se Préparer  
pour le Fonds YouTube Shorts**



## Qu'est-ce que le Fonds Shorts ?

À partir du mois d'août 2021, les YouTubers de certains pays pourront prétendre à une part des 100 millions de dollars du YouTube Shorts Fund, si leurs créations se hissent au sommet de la liste des clips les plus populaires.

Chaque mois, YouTube sélectionnera des milliers de créateurs éligibles pour réclamer un paiement du fonds, ce qui marque la première étape de ses efforts pour monétiser la fonction vidéo de courte durée, de type TikTok. Les créateurs qui répondent aux critères peuvent gagner entre 100 et 10 000 dollars en fonction de l'audience et de l'engagement de leurs Shorts, qui peuvent durer jusqu'à 60 secondes.

Les 100 millions de dollars du YouTube Shorts Fund seront distribués jusqu'à la fin de l'année 2021 et en 2022. YouTube indique qu'il informera les créateurs qui remplissent les conditions requises pour bénéficier d'une prime au titre du Shorts Fund la deuxième semaine de chaque mois dans l'application YouTube ; ils auront alors jusqu'au 25 du mois pour réclamer la prime avant qu'elle n'expire.

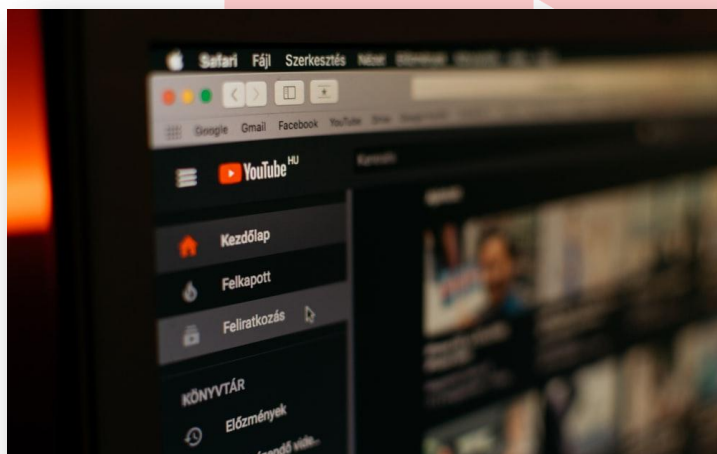
Pour l'instant, seuls les créateurs de 10 pays peuvent bénéficier des paiements du YouTube Shorts Fund : les États-Unis, le Royaume-Uni, le Brésil, l'Inde, l'Indonésie, le Japon, le Mexique, le Nigeria, la Russie et l'Afrique du Sud.

Toutes les vidéos YouTube Shorts d'un créateur seront prises en compte dans sa performance Shorts chaque mois où elles sont visionnées (et pas seulement le mois où elles ont été téléchargées). Les montants des primes seront ajustés en fonction de la performance totale de la chaîne en matière



de Shorts et de la localisation de son audience. Le niveau de performance requis pour bénéficier d'une prime peut varier d'un créateur à l'autre (en fonction de l'audience, par exemple) et peut changer d'un mois à l'autre "en raison des fluctuations de l'audience et du nombre de créateurs réalisant des Shorts", précise YouTube.

Avec le lancement du Shorts Fund, les créateurs disposent désormais de 10 moyens différents pour gagner de l'argent sur YouTube. En plus du YouTube Partner Program pour le partage des revenus publicitaires, il y a : le partage des revenus de YouTube Premium ; les adhésions aux chaînes ; Super Chat ; Super Stickers ; Super Thanks ; la vente de marchandises ; la billetterie de concerts ; et YouTube BrandConnect (anciennement connu sous le nom de FameBit) pour mettre en relation les créateurs et les sponsors.



Pour pouvoir prétendre à des paiements au titre du Fonds pour les Shorts, les chaînes doivent avoir mis en ligne au moins un Shortséligible au cours des 180 derniers jours.

Ils doivent également se conformer aux lignes directrices communautaires de YouTube, aux règles en matière de droits d'auteur et aux politiques de monétisation. En outre, les créateurs doivent être âgés d'au moins 13 ans aux États-Unis (ou avoir atteint l'âge de la majorité dans leur pays/région) et doivent accepter les conditions du programme et établir un lien avec un compte Google AdSense actif pour recevoir les primes.

Sont exclus de l'éligibilité au paiement les Shorts YouTube qui incluent un contenu non original, comme les vidéos téléchargées à partir d'autres



chaînes, ainsi que les vidéos comportant des filigranes ou des logos provenant de plates-formes sociales tierces.

Pour tirer le meilleur parti du YouTube Shorts Fund, vous devez suivre quelques étapes. Il s'agit d'apprendre à connaître la plateforme, votre contenu et le système. Voici les six principaux éléments à prendre en compte.

## **1. Décider si les Shorts sur YouTube sont faits pour vous**

La monétisation est le dernier avantage en date pour les créateurs de Shorts, qui peuvent gagner leur part des 100 millions de dollars qui leur sont réservés. Comme l'explique YouTube dans un billet de blog sur le Fonds Shorts, les filtres, les légendes, l'audio infini et la possibilité d'ajouter des images à partir de votre appareil sont d'autres outils à attendre avec impatience.

YouTube Shorts et son Fonds sont encore en cours d'élaboration. Ils auront donc besoin de temps et de votre aide pour se mettre en place.

## **2. Apprendre à utiliser les Shorts sur YouTube**

Après son succès en Inde et aux États-Unis, YouTube Shorts s'étend au reste du monde. Si vous avez accès à la fonction, plongez dans le vif du sujet et apprenez tout ce que vous pouvez.

Apprenez à utiliser YouTube Shorts et à vous approprier la plateforme. Par exemple, ces mini-vidéos doivent toujours être présentées à la verticale. Préparez donc votre smartphone comme principal appareil d'enregistrement et de montage.

Toutefois, cela ne signifie pas que vous ne devez pas explorer la manière dont votre ordinateur peut contribuer au processus. Vous pouvez capturer des images de haute qualité à l'aide de votre webcam, puis les ajuster en fonction des besoins.



Une fois encore, les mises à jour progressives de YouTube déterminent ce que vous pourrez faire. Il est donc particulièrement important d'apprendre le système.

### **3. Apprendre à attirer les téléspectateurs**

Conformément aux règles de YouTube, les Shorts les plus populaires seront récompensés. En d'autres termes, vous devez vous assurer que vos vidéos attirent l'attention des spectateurs et la meilleure façon d'y parvenir est de faire des recherches et de pratiquer. Les nouveaux YouTubers devraient commencer par les bases, de la planification des vidéos à la mise en place de tous leurs composants. Les Shorts ne doivent pas durer plus de 60 secondes. Trouvez donc un bon équilibre entre les images et le son pour faire passer votre message rapidement et efficacement.

Même les créateurs expérimentés doivent se tenir au courant des tendances et des meilleures pratiques. Comment devenir un YouTubeur virtuel, par exemple, est un intérêt croissant qui influencera certainement Shorts. L'application de cette méthode et d'autres méthodes populaires peut accroître votre visibilité.

### **4. Constituer et entretenir votre public**

Il est important de rappeler qu'il n'est pas nécessaire d'être membre du programme de partenariat YouTube pour pouvoir bénéficier du Fonds. Cela signifie qu'à l'heure où nous écrivons ces lignes, il n'y a pas de seuils à respecter, comme 1 000 abonnés ou 4 000 heures de veille publique.

Néanmoins, la création d'une base de fans peut vous permettre d'obtenir rapidement un grand nombre de vues et d'impressions positives. Si des centaines d'utilisateurs réagissent immédiatement à chaque vidéo que vous publiez, cela ne manquera pas de susciter l'intérêt de YouTube.

En ce qui concerne le Fonds Shorts, il est judicieux que les nombreux abonnés de votre chaîne soient prêts et attendent. Ainsi, lorsque le programme sera officiellement lancé, vous pourrez être opérationnel.



## 5. Attention à la fonctionnalité

Au fur et à mesure que vous maîtrisez YouTube Shorts, notez les fonctions que vous aimez et celles que vous n'aimez pas. Y a-t-il quelque chose que vous feriez différemment avec le logiciel ? Existe-t-il des fonctions d'autres applications qui fonctionneraient bien ici ?

YouTube devra procéder à de nombreux essais et erreurs avant que Shorts et son fonds ne soient prêts pour les consommateurs. Le plus beau, c'est que vous avez votre mot à dire sur ce qui fonctionne ou non.

Si et quand vous pouvez utiliser Shorts, attendez-vous à des demandes de retour d'information, que vous ne devriez pas ignorer. Sans l'avis des utilisateurs, les développeurs de l'outil ne sauront pas ce qu'il faut améliorer.

En même temps, l'expérience peut renforcer votre connaissance de la plateforme et même influencer le contenu que vous partagez. Dans l'ensemble, la période précédant le lancement du Fonds est une occasion pour votre chaîne de prospérer.

## 6. Se tenir au courant des nouveaux détails

Si vous êtes enthousiasmé par le YouTube Shorts Fund, tenez-vous informé. Vous verrez de nombreux changements dans les mois à venir, tant au niveau de l'outil que de sa monétisation.

Le fait de s'intéresser activement à l'ensemble du processus vous permet de profiter de chaque nouvelle fonctionnalité. Quelle que soit sa durée de vie, il peut toujours vous être utile, à vous, à vos abonnés et à vos revenus potentiels.

À tout le moins, il est passionnant de voir une nouvelle technologie trouver sa place dans un paysage aussi concurrentiel. Si le projet aboutit, les médias sociaux auront une nouvelle tendance à exploiter et les créateurs disposeront d'une nouvelle plateforme pratique pour exercer leur métier.

## Soyez malin avec vos Shorts sur YouTube



Les règles sont encore floues en ce qui concerne les chaînes qui seront considérées comme les plus populaires et éligibles au YouTube Shorts Fund. Néanmoins, vous devez faire preuve de prudence lors de la conception de vos vidéos.

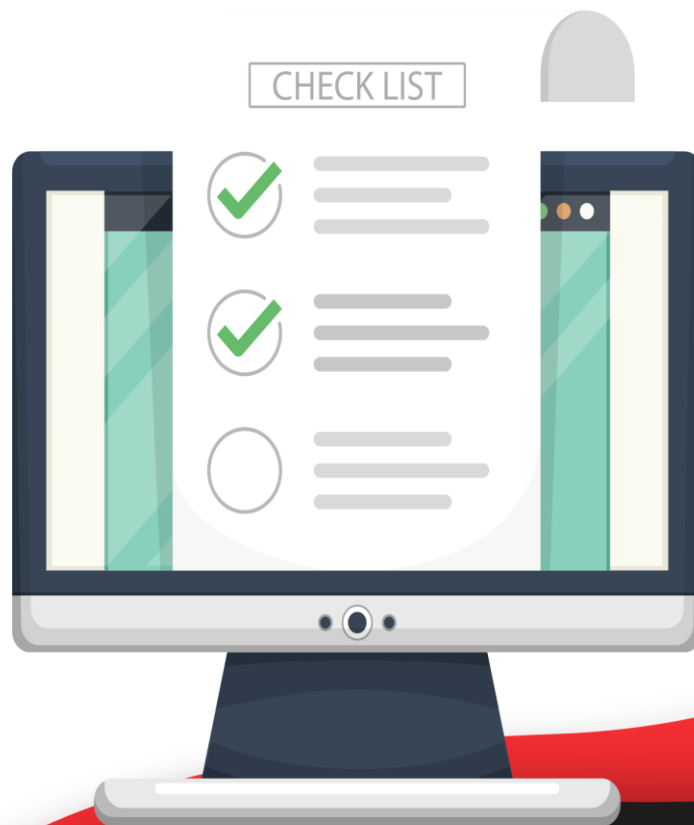
La connaissance des tendances et des réglementations peut influencer sur le classement de votre chaîne. Des éléments tels que les jurons, la publication de contenus choquants et les images clignotantes peuvent compromettre votre audience ; évitez-les tout en donnant une image positive de votre marque.





# YouTube Shorts™

## CHAPITRE 14



Études de Cas

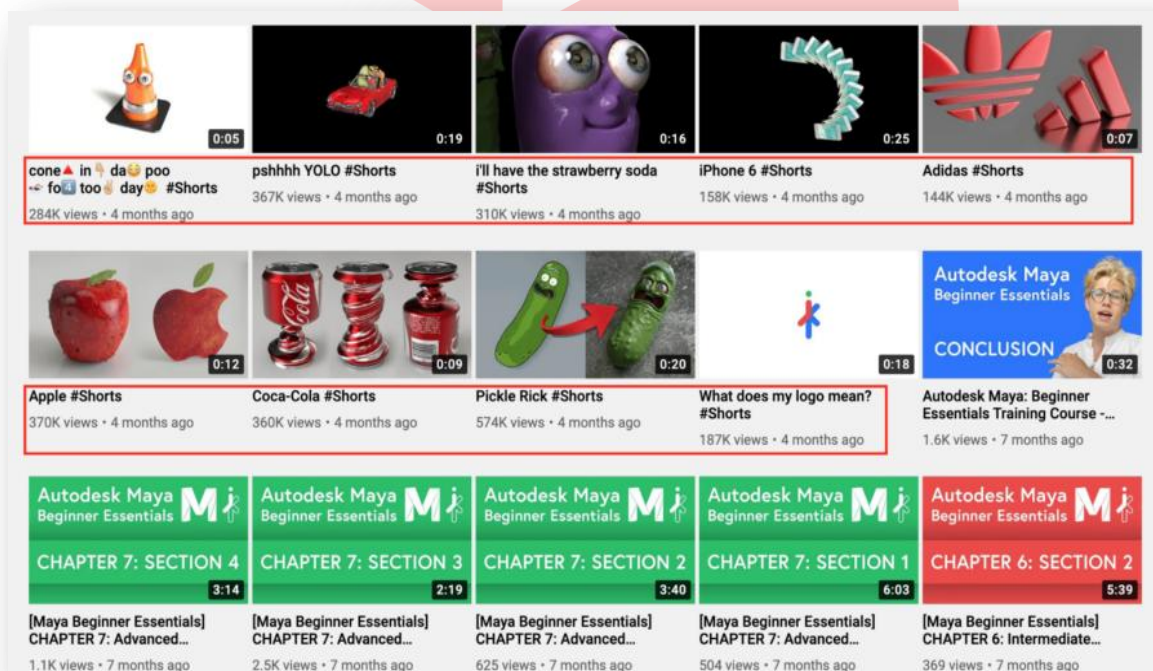
Vous cherchez de l'inspiration pour vos Shorts sur YouTube ? Il y a bien sûr une tonne d'excellents exemples sur YouTube, mais voici trois idées pour vous aider à démarrer :

## 1. Jake Fellman

Comme tout créateur pédagogique habituel, Jake créait des tutoriels autour d'un logiciel populaire : Maya. Auparavant, ses vidéos n'étaient visionnées qu'à quelques milliers d'exemplaires.

En septembre 2020, il a expérimenté des vidéos animées dans le nouveau format vidéo Shorts sur YouTube. Ils sont un amalgame de ses compétences en matière d'art 3D et de narration. De plus, il s'est inspiré d'une tendance massive pour créer ses sketches : le jeu "Among Us".

Vous pouvez constater une nette différence dans la façon dont la chaîne de Jake a explosé dès qu'il a commencé à créer cette série de vidéos divertissantes au format Shorts :



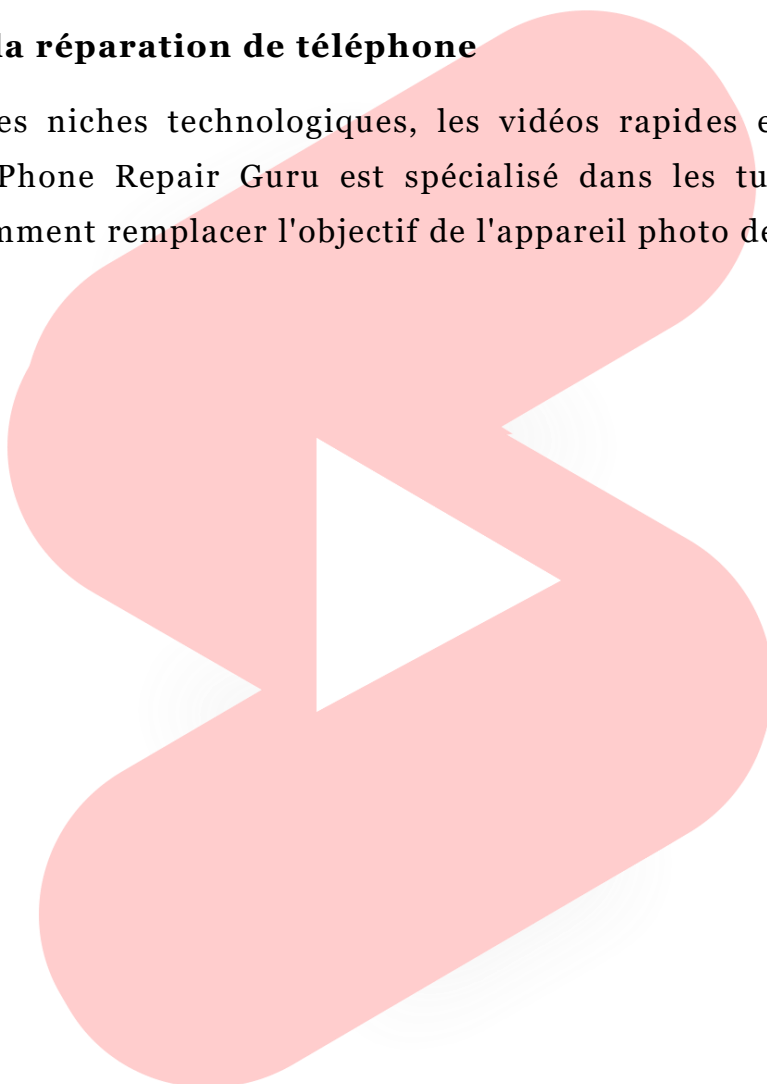


Certaines de ses vidéos ont été visionnées plus de 130 millions de fois. Bien sûr, il crée des vidéos courtes de moins de 30 secondes. Sur la page d'accueil de sa chaîne, Jake mentionne qu'il a passé jusqu'à 8 heures pour réaliser chacun d'entre eux.

Des vidéos courtes, percutantes et divertissantes en détournant une grande tendance de jeu - voilà le résumé de ce qui fonctionne pour Jake.

## **2. Guru de la réparation de téléphone**

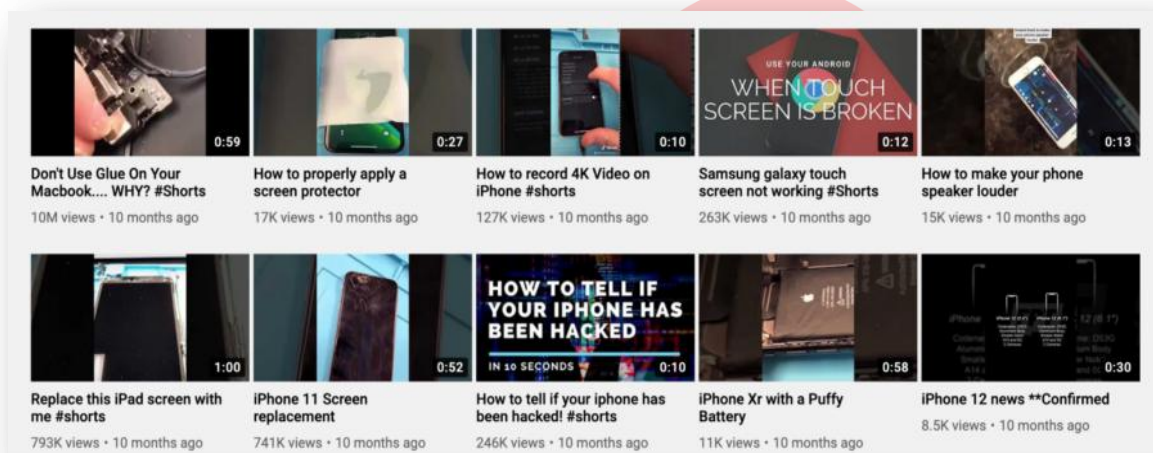
Pour certaines niches technologiques, les vidéos rapides et percutantes sont utiles. Phone Repair Guru est spécialisé dans les tutoriels courts montrant comment remplacer l'objectif de l'appareil photo de votre iPhone :







Ils créent également des tutoriels vidéo sur le remplacement de l'écran du Samsung Galaxy A70, ainsi que des trucs et astuces sur la personnalisation du téléphone. La chaîne était axée sur des vidéos courtes avant le lancement du format Shorts sur YouTube, mais elle a pris une ampleur considérable aujourd'hui et ses vidéos plus anciennes accumulent également des vues :



Ces tutoriels ont une valeur de choc ou d'émerveillement, à l'instar d'une campagne virale sur YouTube datant d'une dizaine d'années, intitulée "Will it blend". Qui n'aime pas voir la batterie d'un iPhone presque exploser ?

### 3. vidIQ

Si vous êtes une société SaaS, le contenu éducatif de longue durée est probablement votre principal moyen d'attirer des clients potentiels. Mais comment utiliser ce format vidéo court dans une niche apparemment complexe ? Prenez exemple sur la chaîne YouTube de vidIQ, une entreprise qui vend des logiciels pour les créateurs de YouTube.

L'animateur principal de la chaîne, Rob, crée souvent des mises à jour rapides d'une minute sur ce qui se passe sur YouTube ou même un time-lapse montrant comment une vidéo YouTube obtient des vues - quelque chose qui intéressera leur public de créateurs de vidéos.





vidIQ a même créé une chaîne dédiée aux Shorts, distincte de ses chaînes existantes, où elle publie plus fréquemment des vidéos plus courtes.

Si vous estimez que ce format est trop risqué et qu'il pourrait perturber l'expérience de votre public existant sur YouTube, la création d'une chaîne dédiée aux Shorts semble être un excellent pari. L'un des créateurs les plus populaires, Mr. Beast, gère également une chaîne Shorts distincte. N'oubliez pas que les vidéos courtes peuvent toujours renforcer votre image de marque.

Les Shorts étaient limitatifs, mais ils peuvent désormais être monétisés !

Si vous souhaitez gagner votre vie grâce à YouTube, faire partie du YouTube Partner Program (YPP) est l'une des premières étapes importantes. Il vous permet de gagner de l'argent grâce à AdSense et d'accéder à toute une série d'autres fonctionnalités de la plateforme vidéo, notamment le Super Chat, les rayons de produits dérivés, les revenus de YouTube Premium, et bien plus encore.

Les critères d'éligibilité au programme sont d'avoir 1000 abonnés et 4000 heures de visionnage public au cours des 12 derniers mois. Et c'est là que Shorts s'est trouvé limité.

*Le temps de veille résultant du visionnage de Shorts ne sera pas pris en compte dans les critères du YPP. Si le visionnage se fait à partir de l'étagère Shorts, il compte comme un visionnage Shorts.*

Toutefois, si votre public regarde vos vidéos de Shorts à partir de la page de visionnage (le lecteur YouTube standard), le temps de visionnage sera pris en compte dans le calcul de la PPJ.

YouTube ayant annoncé la création d'un fonds de 100 millions de dollars pour les créateurs de Shorts, on peut s'attendre à de meilleures opportunités de revenus dans un avenir proche grâce aux vidéos de courte durée.

Une fois que vous avez commencé à exploiter le format, vous pouvez consulter les analyses de votre chaîne et passer à la rubrique "sources de

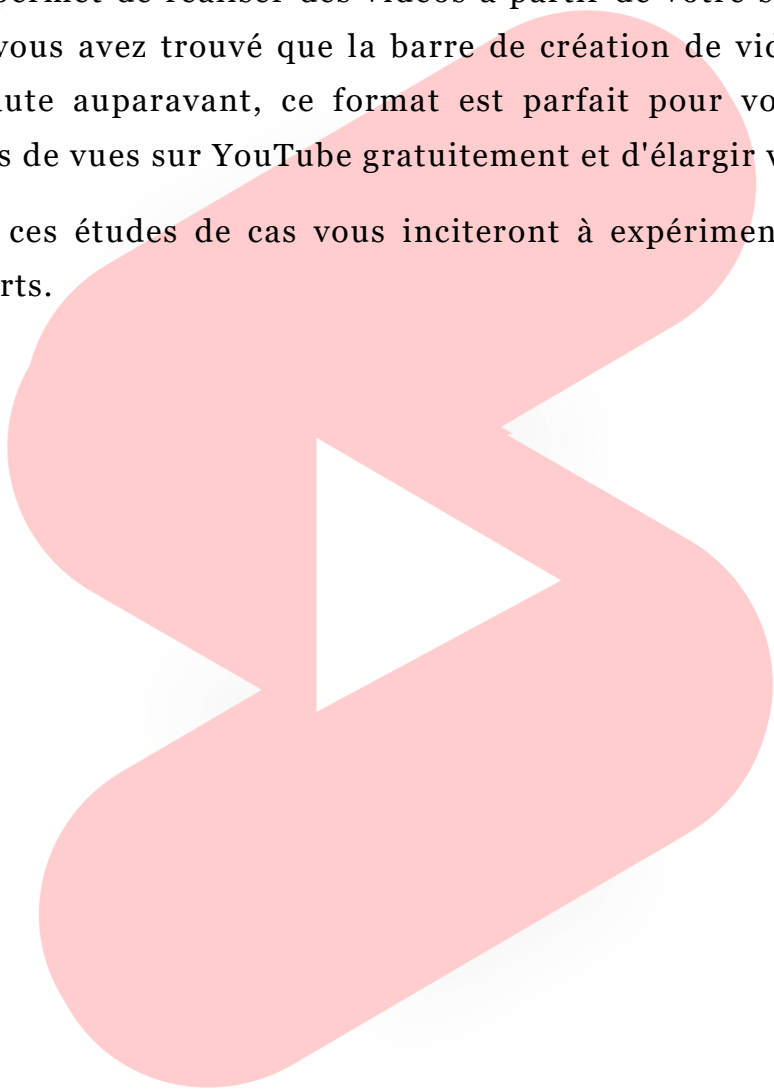


trafic" pour déterminer le nombre de vues et le temps de visionnage qu'elles génèrent pour vous. Voici un article sur l'impact des visionnages de Shorts YouTube sur l'analyse de la chaîne, qui vous permettra de mieux comprendre ce phénomène.

### Réflexions finales

Shorts vous permet de réaliser des vidéos à partir de votre seul téléphone portable. Si vous avez trouvé que la barre de création de vidéos YouTube était trop haute auparavant, ce format est parfait pour vous permettre d'obtenir plus de vues sur YouTube gratuitement et d'élargir votre public.

J'espère que ces études de cas vous inciteront à expérimenter le format YouTube Shorts.





## CHAPITRE 15



Conclusion



Il ne fait aucun doute que le comportement des consommateurs évolue vers des expériences de contenu pratiques. Les Shorts de YouTube constituent une plateforme solide et bien établie, avec un vaste public et un outil de création de contenu accessible.

Malgré quelques inquiétudes, grâce à des tests approfondis et à des améliorations au fil du temps, YouTube semble avoir harmonisé les contenus longs et courts de manière à ce que les marques puissent les utiliser efficacement.

YouTube a monétisé les Shorts, ce qui signifie que vous devez apprendre à réaliser des vidéos brèves et verticales et à tirer parti de cette opportunité pour développer votre activité. Voici un guide ultime pour maîtriser l'essentiel des Shorts sur YouTube.

## Ressource Recommandé :

### YOUTUBE SHORTS :

Il est grand temps pour vous d'apprendre tout ce que vous devez savoir pour utiliser YouTube Shorts!

Cliquez sur l'image pour plus d'information

