

 **YouTube**
MasterClass



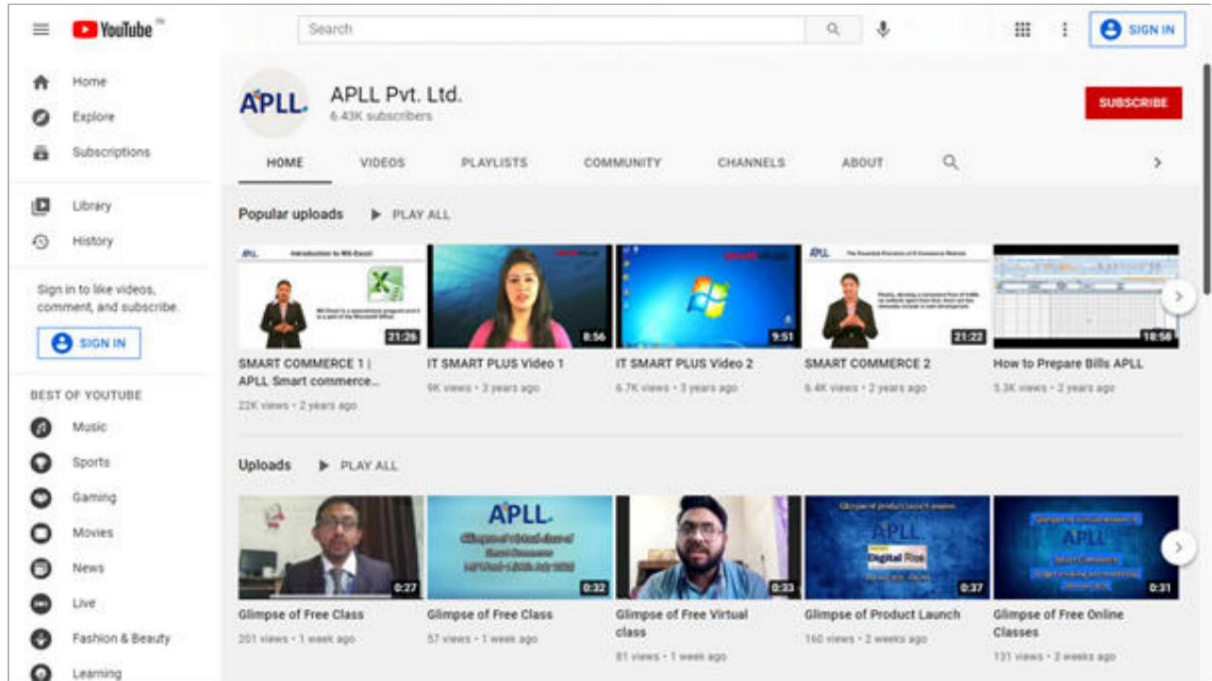
विषयसूची

ट्यूटोरियल के बारे में.....	1
श्रोता	1
पूर्वपेक्षाएँ	1
कॉपीराइट एवं अस्वीकरण.....	1
विषयसूची	2
1. यूट्यूब अवलोकन	4
2. यूट्यूब एक खाता बनाना	6
3. यूट्यूब - रचनात्मक वीडियो बनाएं.....	8
4. यूट्यूब - एक चैनल बनाना.....	10
5. यूट्यूब - चैनल विवरण बॉक्स	11
6. यूट्यूब - सेटअप चैनल बैकग्राउंड	13
7. यूट्यूब - चैनल ब्रांडिंग.....	15
8. यूट्यूब - वीडियो थंबनेल बनाएं.....	17
9. यूट्यूब - वीडियो प्लेलिस्ट बनाएं.....	19
10. यूट्यूब - वीडियो साझा करना	21
11. यूट्यूब - एक वीडियो हटाना	22
12. यूट्यूब - एक वीडियो छुपाएं.....	23
13. यूट्यूब - अस्वीकृत और निजी वीडियो साझा करना.....	24
14. यूट्यूब - वीडियो के लिए व्हाइट हैट एसईओ.....	26
15. यूट्यूब - वीडियो का शीर्षक चुनना	28

16. यूट्यूब	- वीडियो एनोटेशन जोड़ें	30
17. यूट्यूब	- एक वीडियो का प्रचार करना.....	31
18. यूट्यूब	- प्रशंसक खोजक	33
19. यूट्यूब	- टिप्पणियाँ संभालना	34
20. यूट्यूब	- नकारात्मक टिप्पणियाँ प्रबंधित करें.....	35
21. यूट्यूब	- अपने वीडियो से कमाई करें.....	37
22. यूट्यूब	- मार्केटिंग ट्रिक्स	39
23. यूट्यूब	- सुरक्षा टीटिस	41
24. यूट्यूब	- वीडियो व्यवस्थापक	43
25. यूट्यूब	- वीडियो प्रतिलेख	44
26. यूट्यूब	- वीडियो कॉल बटन	46
27. यूट्यूब	- यूट्यूब पार्टनर प्रोग्राम.....	47
28. यूट्यूब	- विश्लेषिकी	48
अवलोकन रिपोर्ट		49
राजस्व रिपोर्ट.....		49
विज्ञापन दरें रिपोर्ट		50
देखने के समय की रिपोर्ट.....		50
सगाई रिपोर्ट		51
रीयल-टाइम रिपोर्ट.....		51

मई 2005 में लॉन्च किया गया, YouTube अरबों लोगों को मूल रूप से बनाए गए वीडियो खोजने, देखने और साझा करने की अनुमति देता है। YouTube दुनिया भर में लोगों को जुड़ने, सूचित करने और दूसरों को प्रेरित करने के लिए एक मंच प्रदान करता है और बड़े और छोटे मूल सामग्री निर्माताओं और विज्ञापनदाताओं के लिए एक वितरण मंच के रूप में कार्य करता है।

निम्नलिखित स्क्रीनशॉट दिखाता है कि YouTube पेज कैसा दिखता है:



यूट्यूब की मुख्य विशेषताएं

YouTube अब कोई नया मीडिया प्लेटफॉर्म नहीं है, जैसा कि इन आँकड़ों से सिद्ध होता है -

- YouTube के 1 बिलियन से अधिक उपयोगकर्ता हैं
- हर दिन लोग YouTube पर करोड़ों घंटे देखते हैं और जेनरेट करते हैं अरबों बार देखा गया
- हर महीने लोगों द्वारा YouTube पर देखे जाने वाले घंटों की संख्या में साल दर साल 50% की बढ़ोतरी हो रही है साल भर में
- YouTube पर हर मिनट 300 घंटे के वीडियो अपलोड किए जाते हैं
- ~किसी रचनाकार के 60% विचार उसके गृह देश के बाहर से आते हैं
- यूट्यूब 75 देशों में स्थानीयकृत है और 61 भाषाओं में उपलब्ध है
- आधे YouTube दृश्य मोबाइल उपकरणों पर हैं

- दस लाख से अधिक विज्ञापनदाता Google विज्ञापन प्लेटफ़ॉर्म का उपयोग कर रहे हैं, जिनमें से अधिकांश विज्ञापनदाता हैं छोटे व्यवसाय हैं

यूट्यूब का लाभ

व्यावसायिक दृष्टिकोण से, YouTube मार्केटिंग ने नई तकनीकें पेश की हैं जिनका कई व्यवसाय अभी तक उपयोग नहीं कर रहे हैं। निम्नलिखित YouTube मार्गदर्शिका आपको YouTube पर मार्केटिंग के इन अवसरों के बारे में बताएगी --

- विपणन के लिए आप YouTube का उपयोग विभिन्न तरीकों से कर सकते हैं इसका आकलन करें।
- अपने दर्शकों को सूचित और शिक्षित करने के लिए YouTube का उपयोग करना।
- वीडियो सामग्री विचारों पर शोध करना
- रूपांतरण का समर्थन करने के लिए YouTube का उपयोग करना।
- अपने वीडियो को बढ़ावा देने के लिए YouTube समुदाय का लाभ उठाना।
- अपने यूट्यूब चैनल की ब्रांडिंग करना।
- अपनी पहुंच और दृश्यता बढ़ाना।

ध्यान देने योग्य महत्वपूर्ण बिंदु

YouTube रॉक-स्टार बनने के लिए आप निम्नलिखित बिंदुओं पर अपना ध्यान केंद्रित रख सकते हैं:

- आपको अपरंपरागत वीडियो बनाकर उपभोक्ताओं की जिज्ञासा को पकड़ना होगा संतुष्ट।
- आपको यह सुनिश्चित करना होगा कि आपका वीडियो खोजने योग्य है।
- पहले से ही चयनित दर्शकों को शामिल करने के लिए YouTube मशहूर हस्तियों के साथ हाथ मिलाने पर विचार करें।
- हमेशा सुनिश्चित करें कि वीडियो आपकी वेबसाइट से लिंक हो और इसमें कॉल-टू भी शामिल हो कार्य।

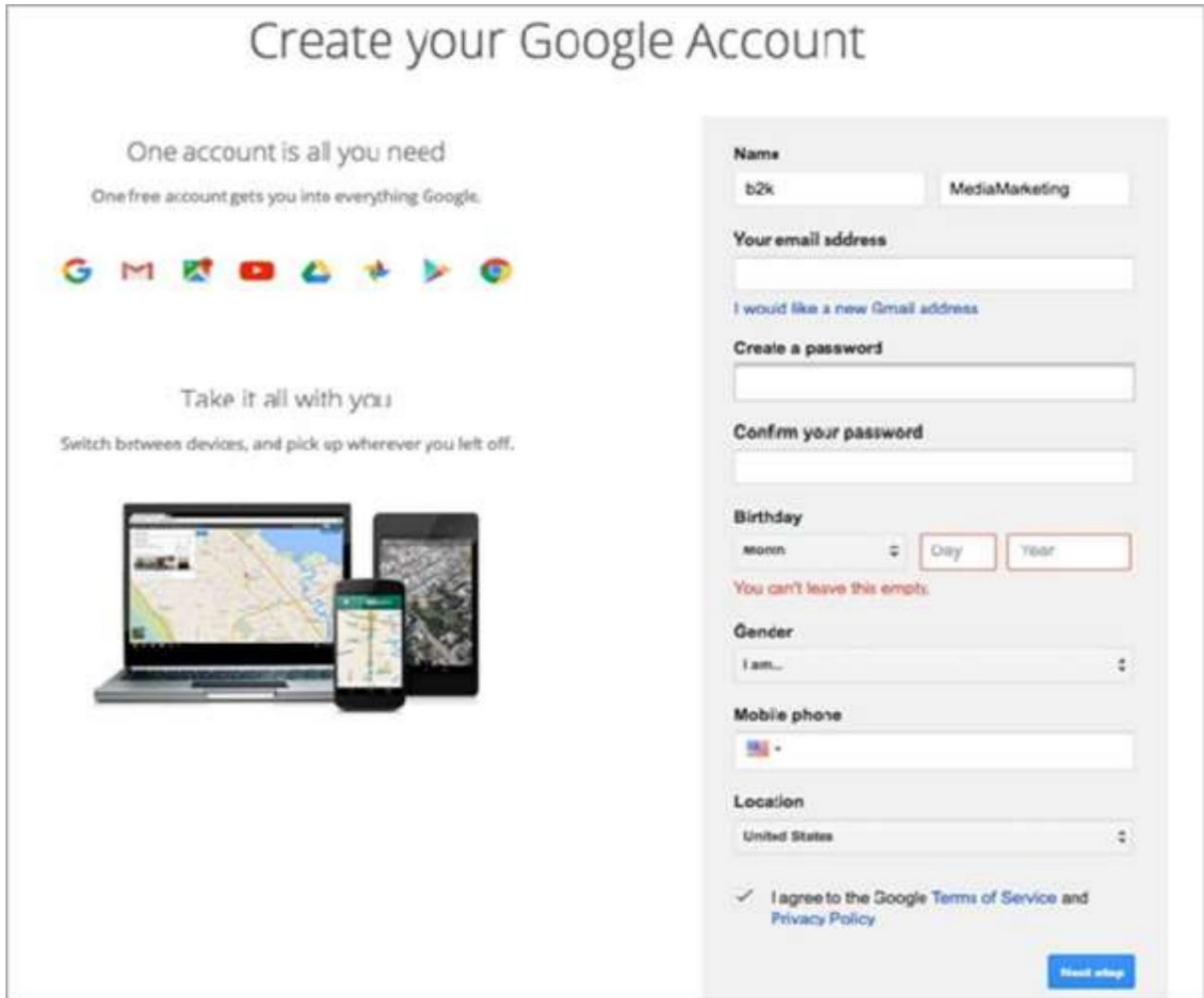
अंत में, YouTube चैनल पर नियमित पोस्टिंग के अनुरूप होना सुनिश्चित करें।

2. यूट्यूब - एक खाता बनाना

यूट्यूब मार्केटिंग

YouTube खाता बनाना मुफ्त, त्वरित और दर्द रहित है। YouTube खाता बनाने के लिए, बस कुछ बुनियादी जानकारी सबमिट करें और एक उपयोगकर्ता नाम और पासवर्ड बनाएं। आपको अपना सड़क का पता या फ़ोन नंबर जोड़ने की आवश्यकता नहीं है, और आपको क्रेडिट कार्ड की भी आवश्यकता नहीं होगी।

निम्नलिखित चित्र दिखाता है कि यदि आपके पास Google खाता नहीं है तो कैसे बनाएं।



यदि आपके पास पहले से ही एक Google खाता है, तो उस साइन इन जानकारी के साथ एक डिफ़ॉल्ट खाता पहले से ही बनाया गया है। यदि आपके पास Google खाता नहीं है, तो आप YouTube बना सकते हैं नीचे दिए गए चरणों का पालन करके खाता बनाएं।

- [YouTube.com](https://www.youtube.com) पर जाएं और साइन अप लिंक पर क्लिक करें। साइन अप लिंक पृष्ठ के शीर्ष दाईं ओर है। यह लिंक आपको अपना YouTube खाता बनाएं पृष्ठ पर ले जाता है
- अपना ई-मेल पता और पासवर्ड दर्ज करें। आपको एक मान्य ईमेल पता दर्ज करना होगा दर्ज किया जा।
- पासवर्ड और उपयोगकर्ता नाम फ़ील्ड दोबारा टाइप करें।

- स्थान ड्रॉप-डाउन सूची में, उस देश का चयन करें जहां आप रहते हैं, फिर अपना डाक कोड दर्ज करें। यह केवल संयुक्त राज्य अमेरिका, यूनाइटेड किंगडम और कनाडा के नागरिकों के लिए आवश्यक है।
- अपना लिंग चुनने और अपनी जन्मतिथि दर्ज करने के लिए क्लिक करें। 13 वर्ष से कम उम्र के किसी भी व्यक्ति को YouTube द्वारा खाता बनाने की अनुमति नहीं दी जाएगी।
- रंगीन बॉक्स से अक्षर (अक्षर और संख्याएं) वर्ड वेरिफिकेशन फ़ील्ड में टाइप करें। यदि आप पात्रों को नहीं पढ़ सकते हैं, तो एक अलग छवि और रंग योजना देखने के लिए बॉक्स के बगल में नई छवि लिंक पर क्लिक करें।
- अगले बॉक्स को चेक या अनचेक करें। (यदि दूसरों के पास मेरा ईमेल पता है तो उन्हें YouTube पर मेरा चैनल ढूंढने दें) इससे आपको इस पर कुछ नियंत्रण मिलता है कि आपके वीडियो कौन देखता है।
- सभी कानूनी बातें पढ़ने के बाद उपयोग की शर्तें, गोपनीयता नीति बॉक्स को जांचें।
- मेरा खाता बनाएं बटन पर क्लिक करें। यदि आप किसी भी फ़ील्ड को खाली छोड़ देते हैं या यदि आप पहले से लिया गया उपयोगकर्ता नाम चुनते हैं, तो YouTube उन फ़ील्ड की पहचान करने वाले लाल चेतावनी नोटों के साथ पृष्ठ को ताज़ा करता है जिन्हें आपके पंजीकरण करने से पहले सही करने की आवश्यकता होती है।

सारी जानकारी भरने के बाद आपको एक जीमेल अकाउंट मिलता है जिसके जरिए आप यूट्यूब तक भी पहुंच पाएंगे।

क्या आप YouTube पर एक वफादार दर्शक वर्ग बढ़ाने और उसे बनाए रखने के लिए तैयार हैं? एक रचनात्मक नींव और मजबूत, व्यावहारिक विचारों के साथ शुरुआत करें।

यह तय करते समय कि YouTube पर कौन सी सामग्री सबसे अच्छा काम करेगी, निर्माण प्रक्रिया शुरू होने से पहले खुद से पूछने के लिए यह विचारों या प्रश्नों की एक बड़ी सूची है।

- Shareable - क्या दर्शक आपके वीडियो साझा करेंगे?
- संवादी - क्या दर्शकों से सीधे बात करने का कोई तत्व है?
- इंटरैक्टिव - क्या दर्शक सामग्री के साथ इंटरैक्ट कर सकते हैं?
- Consistent - क्या प्रत्येक एपिसोड में सुसंगत तत्व हैं?
- Targeted - क्या कोई विशिष्ट दर्शक वर्ग है जिसे आपके वीडियो लक्षित कर रहे हैं?
- Searchable - क्या दर्शक आपके वीडियो को खोज के माध्यम से खोज पाएंगे?
- Accessible - क्या कोई नया दर्शक हर एपिसोड की सराहना कर सकता है?
- सस्टेनेबल - यदि आपके दर्शक इसे पसंद करते हैं, तो क्या आप इसे और अधिक बना सकते हैं?
- सहयोगात्मक - क्या आपके एपिसोड में मेहमानों के लिए जगह है?
- प्रेरित - क्या आपके वीडियो सच्चे जुनून की जगह से आ रहे हैं?

यदि आपका कंटेंट आइडिया परीक्षण में पास हो जाता है, तो अब यह तय करने का समय है कि आप वीडियो कैप्चर करने के लिए किस उपकरण का उपयोग करेंगे। विकल्पों में आपका मोबाइल फोन, एक वेबकैम, एक हैंडहेल्ड कैमकोर्डर, या सॉफ्टवेयर जो आपके कंप्यूटर पर गतिविधि को कैप्चर करता है, सब कुछ शामिल है।

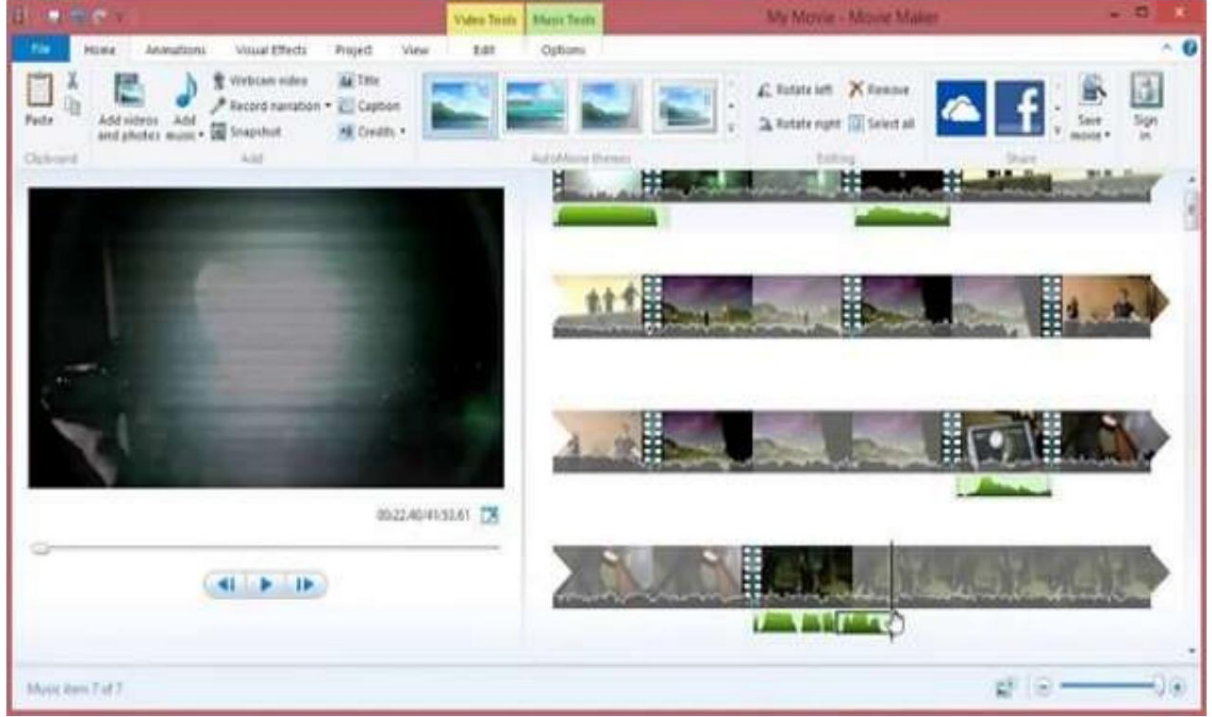


आपको एक स्क्रिप्ट भी चाहिए होगी। भले ही आप कैमरे के सामने बहुत सहज हों, यह वीडियो के प्रवाह को चालू रखने में मदद करेगा और यह सुनिश्चित करेगा कि आप बातचीत के किसी भी महत्वपूर्ण बिंदु को न चूकें।

अब आपके फुटेज को रिकॉर्ड करने का समय आ गया है। एक बार जब आप अपने वीडियो के लिए एक विचार तय कर लें, तो जो भी कार्य आपको सेट अप और तैयार करने हों, उन्हें पूरा करें, फिर वीडियो रिकॉर्ड करें। कब्ज़ा करना

एकाधिक टेक और जितना आप सोचते हैं उससे अधिक फुटेज। अच्छी रोशनी में फिल्म बनाना सुनिश्चित करें और ज़ोर से और स्पष्ट रूप से बोलें।

निम्नलिखित स्क्रीनशॉट मूवी मेकर टूल का इंटरफ़ेस दिखाता है।

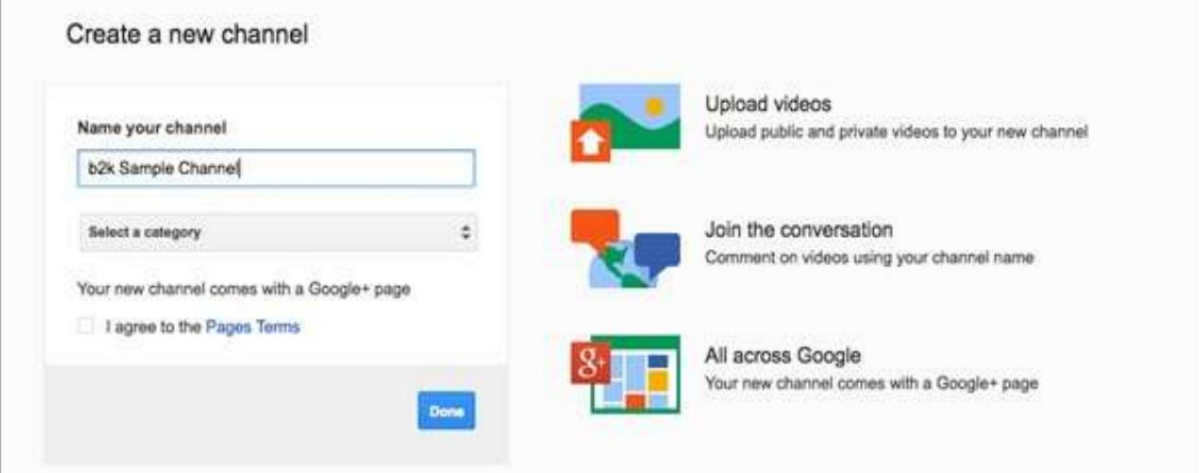


एक बार कैप्चर करने के बाद, आपको वीडियो फ़ाइल को संपादन उद्देश्यों के लिए या तो सीधे YouTube पर या अपने कंप्यूटर पर स्थानांतरित करना होगा ताकि आप अपनी पसंद के संपादन सॉफ़्टवेयर का उपयोग कर सकें। वहां से, आपके पास अपने वीडियो के दृश्यों को बढ़ाने, संगीत जोड़ने, कट और क्लिप करने और अंत में YouTube पर प्रकाशित करने और प्रचार करने के लिए असीमित संख्या में टूल होंगे!

4. यूट्यूब – एक चैनल बनाना

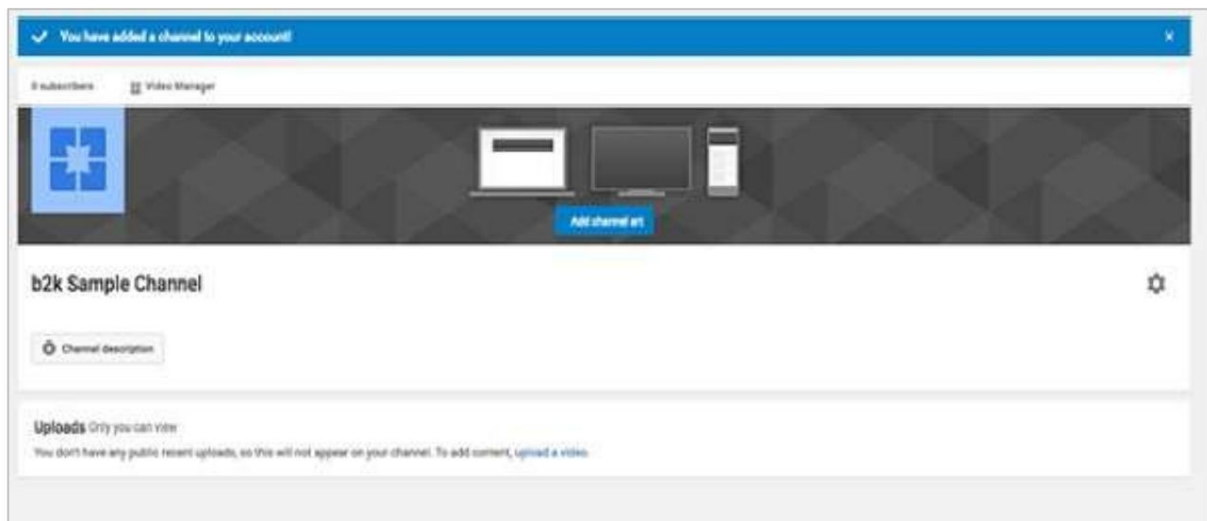
यूट्यूब मार्केटिंग

अपना YouTube चैनल बनाने में पहला कदम एक चैनल का नाम चुनना है। यह नाम आपके चैनल के साथ हमेशा के लिए रह सकता है, इसलिए सुनिश्चित करें कि यह आपकी ब्रांडिंग के साथ मेल खाता हो। क्या यह आपके चैनल की अवधारणा को स्पष्ट रूप से संप्रेषित करता है? क्या यह आपके सोशल मीडिया चैनलों के अन्य नामों से संबंधित है?



The screenshot shows the 'Create a new channel' form on YouTube. On the left, there is a text input field for 'Name your channel' containing 'b2k Sample Channel', a dropdown menu for 'Select a category', and a checkbox for 'I agree to the Pages Terms'. A 'Done' button is at the bottom right. On the right, there are three feature highlights: 'Upload videos' (with an upload icon), 'Join the conversation' (with a speech bubble icon), and 'All across Google' (with a Google logo icon).

शुरू करने के लिए, YouTube पर जाएं और अपने Google खाते से साइन इन करें, सेटिंग्स में जाएं (ऊपर दाईं ओर मेनू में पाया जाने वाला व्हील आइकन), और आपको उन चरणों से गुजारा जाएगा जो आपको अपना नाम बनाने या नाम बदलने का विकल्प देते हैं। चैनल और अपना चैनल आईडी देखें। एक बार जब आप यह महत्वपूर्ण पहला कदम उठा लेंगे तो आप अपलोड करने के लिए तैयार हैं!!



कुछ खाता सेटिंग्स हैं जिन्हें आप सीधे अपडेट करना चाह सकते हैं, जैसे अपने सोशल मीडिया खातों को कनेक्ट करना, अपने वीडियो के लिए गोपनीयता स्तर सेट करना और यह तय करना कि आप सूचनाएं कैसे प्राप्त करना चाहते हैं। साथ ही, कस्टम थंबनेल जैसी सुविधाओं को सक्षम करने के लिए, आप सत्यापित करना चाहेंगे Google के साथ आपका चैनल.

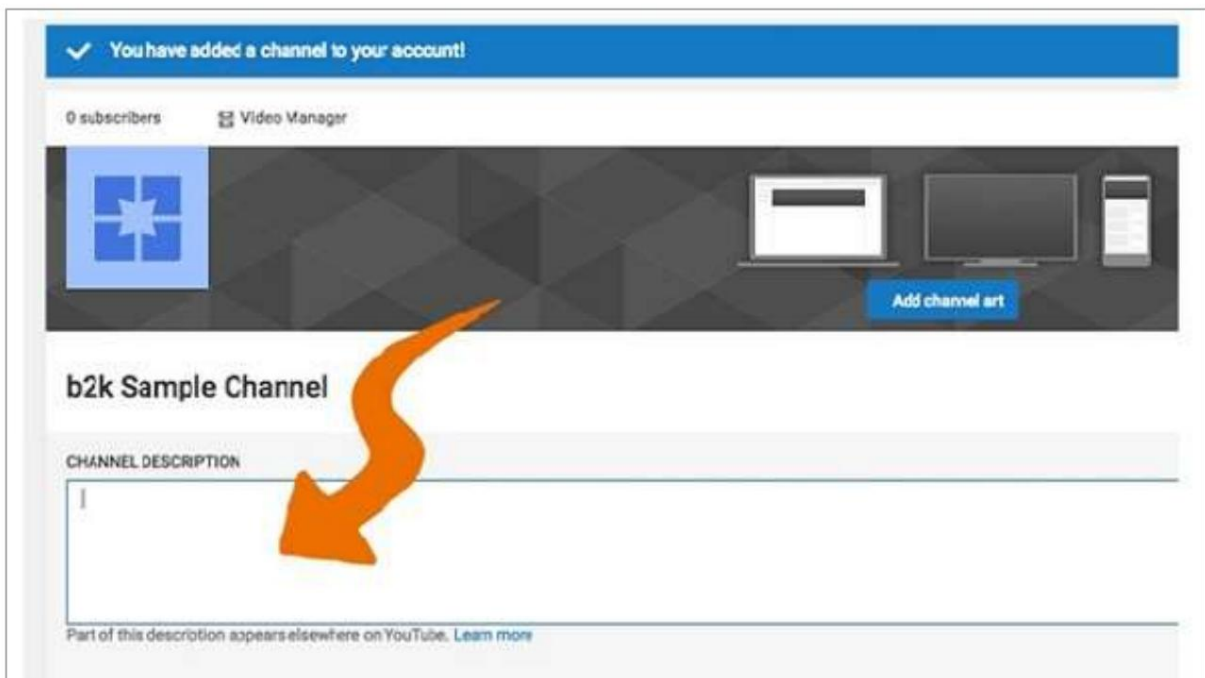
5. यूट्यूब - चैनल विवरण बॉक्स

यूट्यूब मार्केटिंग

YouTube विवरण बॉक्स आपकी वीडियो मार्केटिंग टीम में सबसे कम महत्व वाला खिलाड़ी हो सकता है। कई ब्रांड, ब्लॉगर्स, बिजनेस चैनल और अन्य कम-औपचारिक रूप से निर्मित चैनल अनावश्यक या ऊर्जा के लायक नहीं होने के कारण विवरण बॉक्स को छोड़ देंगे... बहुत गलत!

सच तो यह है कि विवरण बॉक्स आपकी यूट्यूब मार्केटिंग रणनीति में एक महत्वपूर्ण खिलाड़ी है क्योंकि इसकी सामग्री (आपके शीर्षक, टैग और कैप्शन के साथ) यूट्यूब को यह निर्धारित करने में मदद करती है कि आपके वीडियो खोज पर या संबंधित वीडियो के रूप में रैंक करते हैं या नहीं।

विवरण बॉक्स निम्नलिखित स्क्रीनशॉट में दिखाया गया है।



आपके चैनल का विवरण उपरोक्त टैब पर दिखाया गया है और दर्शकों को एक संक्षिप्त अवलोकन देता है कि वे आपके चैनल से क्या उम्मीद कर सकते हैं। यह तब भी दिखाई देता है जब उपयोगकर्ता किसी दृश्य पृष्ठ पर आपके चैनल आइकन पर माउस ले जाते हैं। आप अधिकतम एक हजार अक्षर शामिल कर सकते हैं और लिंक भी जोड़ सकते हैं।

अपलोड पृष्ठ पर, आपके पास किसी नए वीडियो में विवरण बॉक्स जोड़ने का पहला अवसर होगा। आप इसे बाद में कभी भी जोड़ सकते हैं लेकिन आदर्श रूप से, आपका विवरण वीडियो के सार्वजनिक होने से पहले लिखा जाना चाहिए।

पहली 5 पंक्तियों दो कारणों से आवश्यक हैं। वे हैं --

- खोज में और सोशल मीडिया पर पोस्ट करते समय विवरण बॉक्स की पहली दो पंक्तियाँ आपके वीडियो के बगल में प्रदर्शित होती हैं।
- विवरण की पहली 5 पंक्तियाँ आपके वीडियो के नीचे लेकिन ऊपर शामिल हैं "और पढ़ें" टैब।

पहली दो पंक्तियों में हमेशा अपनी वेबसाइट का लिंक शामिल करें। इसके अलावा, विवरण बॉक्स संबंधित सामग्री का एक सूचकांक होना चाहिए, लेकिन हर उस वेब लिंक के लिए डंप नहीं होना चाहिए, जहां आपका कभी कोई संबंध खता रहा हो।

उन सभी 1000 वर्णों का उपयोग करें जिनकी आपको अनुमति है! अपनी पहली 5 पंक्तियों और अपने सोशल मीडिया और संबंधित लिंक के अलावा 100-200 शब्द लिखें। इससे आसानी से आपकी शब्द संख्या 300 तक पहुंच जाएगी और Google को पता चल जाएगा कि आपके पास एक स्वादिष्ट उत्पाद है।

विवरण को खोज के लिए अनुकूलित किया जाना चाहिए, इसलिए अपने मुख्य कीवर्ड को विवरण बॉक्स में 1-2% संतृप्ति पर रखना सुनिश्चित करें। आप विवरण में संबंधित कीवर्ड का भी उपयोग कर सकते हैं
अधिक शर्तों के लिए प्रयास करने और रैंक करने के लिए।

6. यूट्यूब – सेटअप चैनल बैकग्राउंड

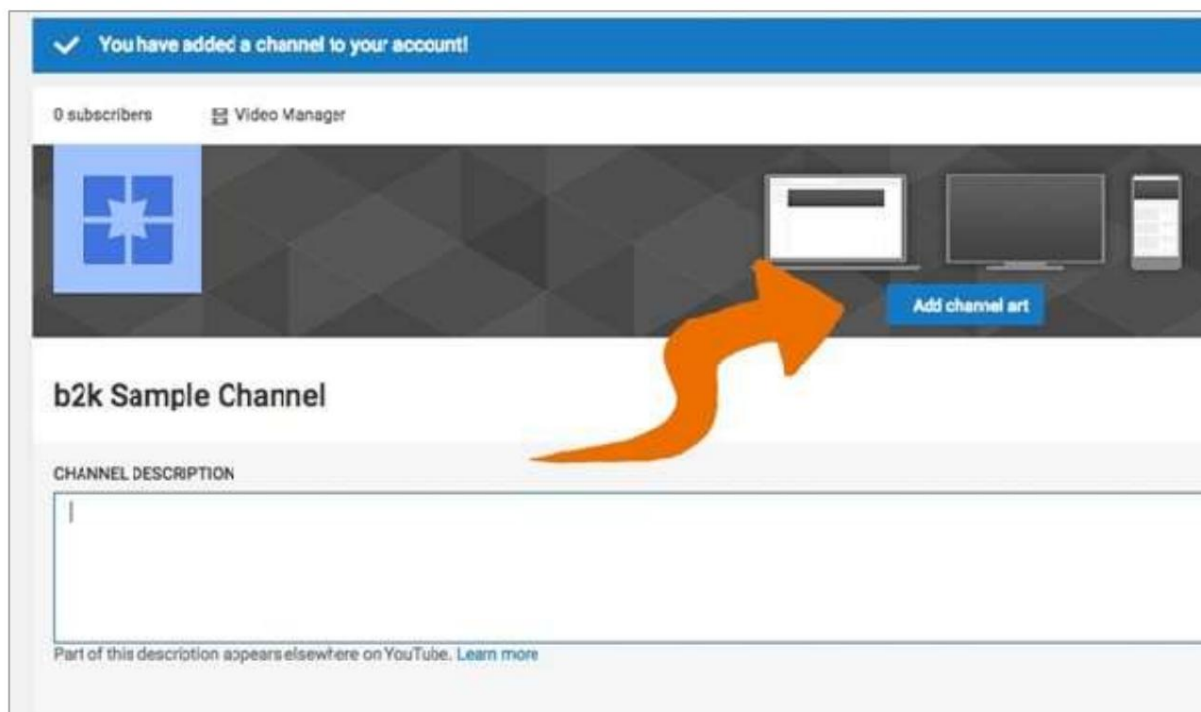
यूट्यूब मार्केटिंग

आप अपनी स्वयं की YouTube प्रोफाइल डिज़ाइन कर सकते हैं और उसे विभिन्न तरीकों से अनुकूलित कर सकते हैं। यदि आप अपना YouTube पेज डिज़ाइन करते हैं, तो यह वास्तव में आपके ब्रांड के व्यक्तित्व को प्रतिबिंबित करेगा। यह एक आसान प्रक्रिया है।

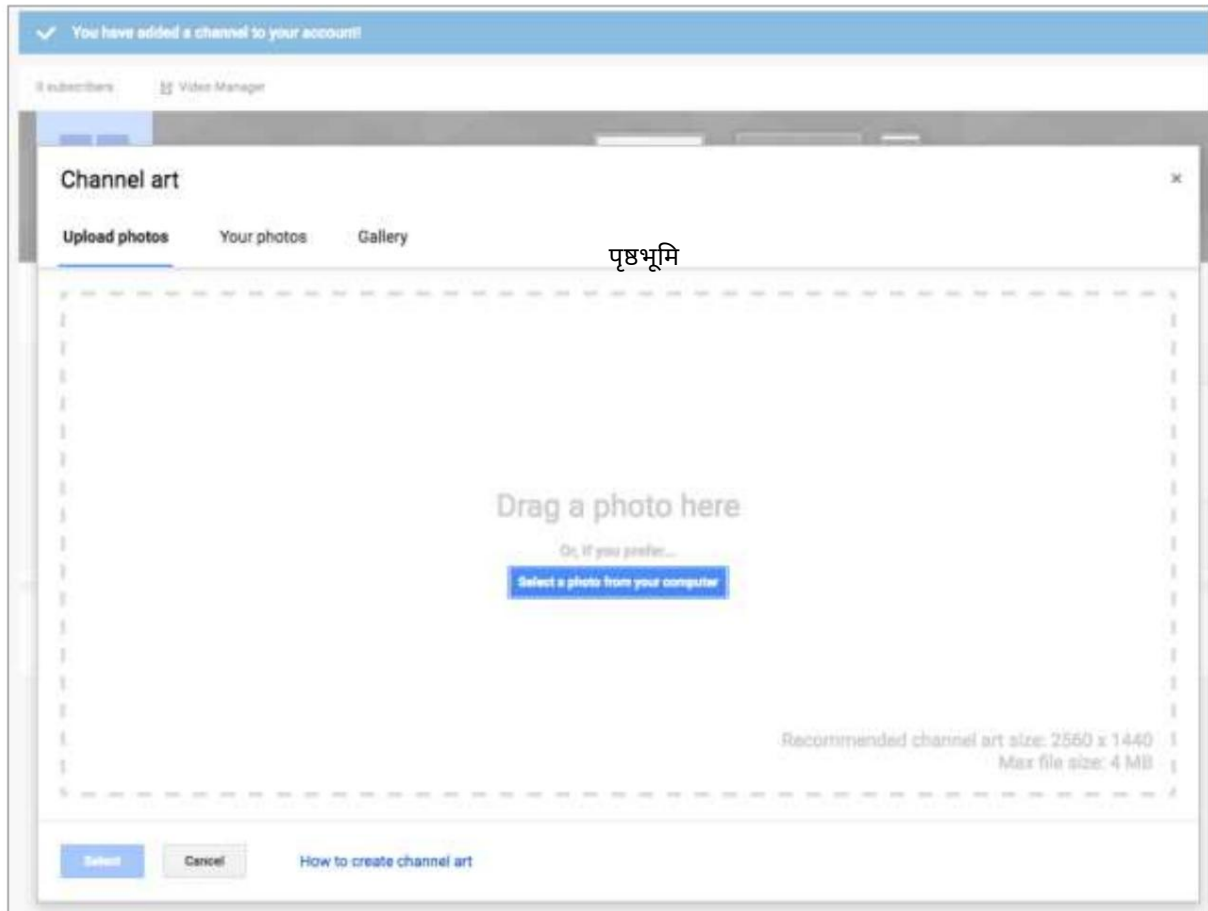
इसे नीचे दिए गए चरणों का पालन करके आसानी से किया जा सकता है:

- चैनल आर्ट जोड़ें पर जाएं .
- स्क्रीन पर आपकी प्रोफाइल तस्वीर और उसके पीछे एक खाली बॉक्स होगा।
- बॉक्स पर एक छोटा बॉक्स होगा जिस पर लिखा होगा "चैनल आर्ट जोड़ें।" इस पर क्लिक करें और एक नया पेज लोड हो जाएगा।

निम्नलिखित स्क्रीनशॉट विडो में "चैनल आर्ट जोड़ें" विकल्प दिखाता है।



एक फोटो चुनें. स्क्रीन के केंद्र में एक नीला बॉक्स है जिस पर लिखा है "अपने कंप्यूटर से एक फोटो चुनें।" बॉक्स का चयन करें और आपके सभी चित्रों के साथ एक विंडोज बॉक्स पॉप अप हो जाएगा।



चित्रों पर स्क्रॉल करें, और एक बार जब आपको वह चित्र मिल जाए जिसे आप अपनी पृष्ठभूमि के रूप में उपयोग करना चाहते हैं, तो उसे सहेजने के लिए उस पर डबल-क्लिक करें। फोटो को पृष्ठभूमि के रूप में सेट करें। स्क्रीन के नीचे नीले "चयन करें" बटन पर क्लिक करें। इससे तस्वीर आपके यूट्यूब चैनल के बैकग्राउंड में सेव हो जाएगी।

अनुशंसित आकार 2560×1440 पिक्सेल है और 4 एमबी से बड़ा नहीं हो सकता।

न्यूनतम चौड़ाई 2048×1152 पिक्सेल है। यह "सुरक्षित क्षेत्र" है, जहां पाठ और लोगो को विभिन्न उपकरणों पर प्रदर्शित होने पर काटे नहीं जाने की गारंटी दी जाती है। अधिकतम चौड़ाई 2560×423 पिक्सेल है। इसका मतलब है कि "सुरक्षित क्षेत्र" हमेशा दिखाई देता है; चैनल कला के प्रत्येक पक्ष के क्षेत्र दर्शक के ब्राउज़र आकार के आधार पर दिखाई देते हैं।

7. यूट्यूब - चैनल ब्रांडिंग

यूट्यूब मार्केटिंग

आपका चैनल एक स्टोरफ्रंट की तरह है. अपनी शैली दिखाने के लिए इसे सही लुक दें और इसे एक प्रोफेशनल की तरह ब्रांड करें।

सामग्री पर ध्यान दें

आपका ब्रांड आपके द्वारा उत्पादित सामग्री के प्रकार के अनुरूप होना चाहिए। आप चाहेंगे कि यह इस बात का सार बताए कि दर्शक अभी और भविष्य में क्या देखने की उम्मीद कर सकते हैं।

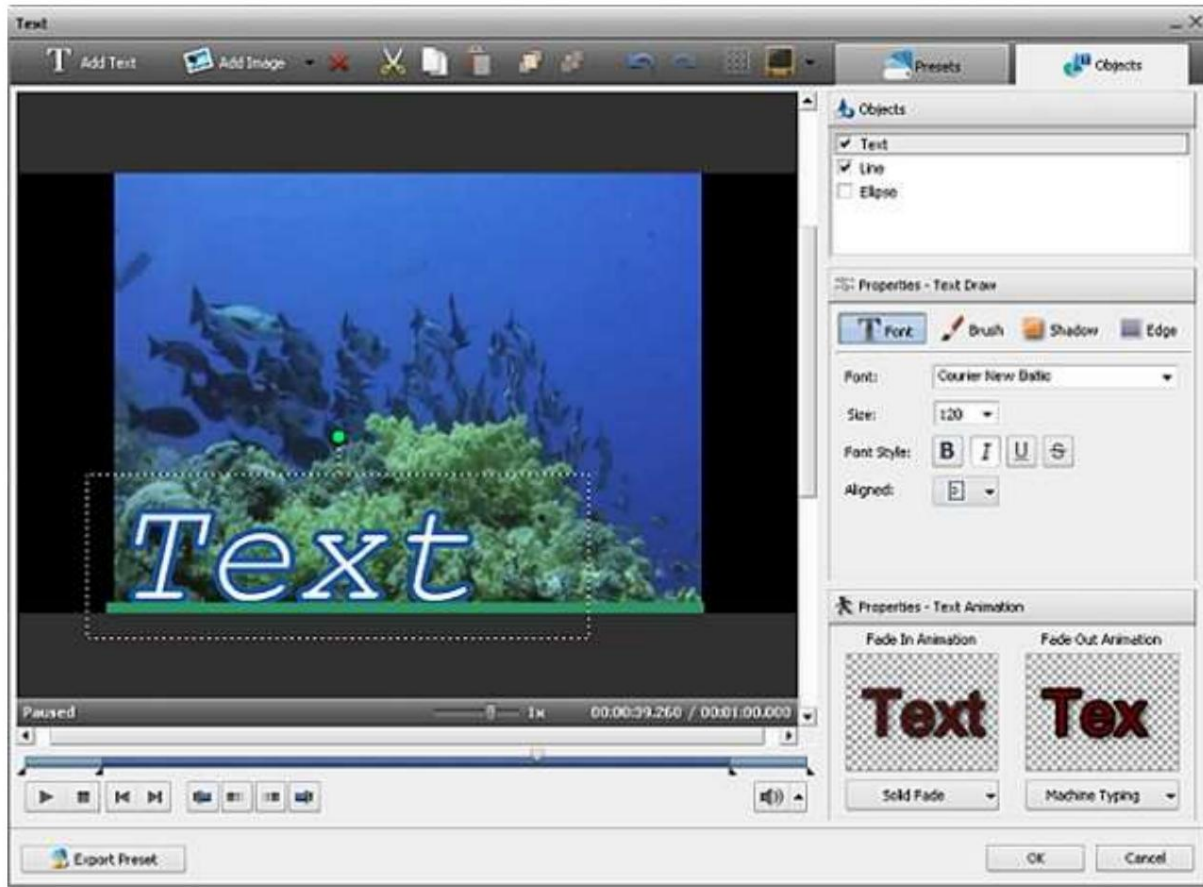
इसे परिचित रखें

ब्रांडिंग को आपके चैनल की शैली को तार्किक और सुसंगत तरीके से प्रस्तुत करना चाहिए। इसे आपके चैनल के मुख्य संदेश को संप्रेषित करना चाहिए ताकि दर्शकों को पता चले कि उन्हें क्या उम्मीद करनी है। इसे सरल रखें। सुनिश्चित करें कि आपके चैनल ट्रेलर सहित आपके सभी वीडियो आपकी ब्रांडिंग के अनुरूप हों।



इसे खोजने योग्य बनाएं

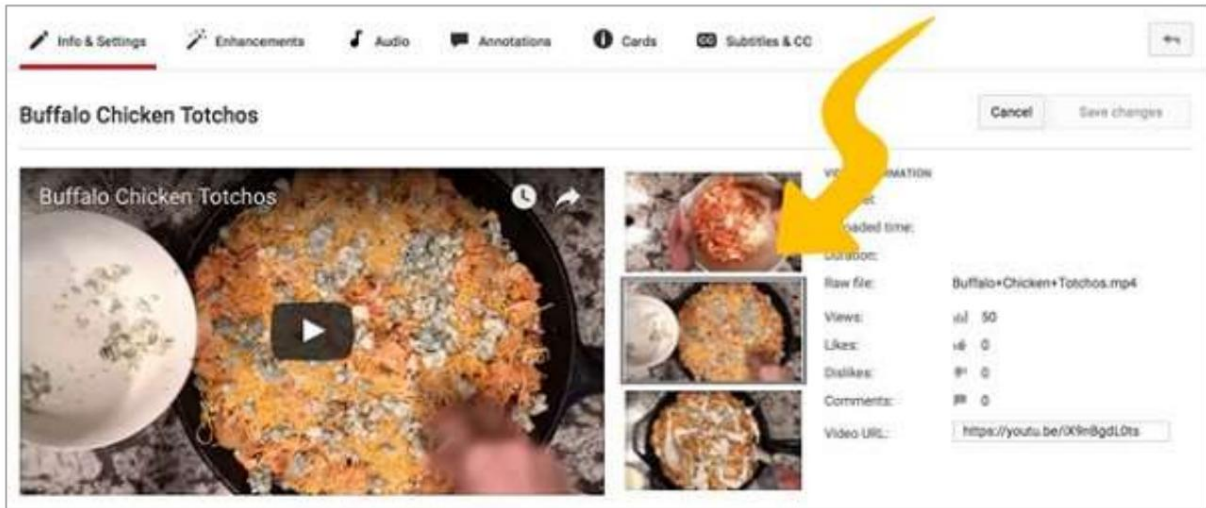
ब्रांडिंग से दर्शकों के लिए आपके वीडियो और चैनल ढूंढना आसान हो जाएगा। लगातार मेटाडेटा (पाठ-आधारित जानकारी जैसे शीर्षक या थीम) का उपयोग करके अपने वीडियो को टैग करें और अपने वीडियो या चैनल को सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर पोस्ट करें। इससे दर्शकों को आपके चैनल को खोजने पर अधिक आसानी से ढूंढने में मदद मिलेगी।



उपरोक्त युक्तियों के अलावा, यह भी महत्वपूर्ण है कि आप पूरे चैनल पर अपने ब्रांड का लोगो और दृश्य पहचान बनाए रखें। तीन ब्रांडिंग युक्तियाँ जो महत्वपूर्ण हैं उनमें शामिल हैं:

- यह सुनिश्चित करना कि प्रत्येक वीडियो पर आपका वॉटरमार्क हो
- सुनिश्चित करें कि आपका YouTube चैनल आइकन उचित रूप से ब्रांडेड है (आपके लोगो के साथ या)।
(सिर पर गोली मारना)
- सुनिश्चित करें कि आपकी ब्रांडिंग YouTube पर चैनल आर्ट में प्रदर्शित हो।

वीडियो थंबनेल लोगों को आपके वीडियो का त्वरित स्नैपशॉट देखने देते हैं। आपका वीडियो अपलोड होने के बाद, आप YouTube द्वारा स्वचालित रूप से जनरेट किए गए डिफॉल्ट तीन विकल्पों में से एक थंबनेल चुनने में सक्षम होंगे। जिसे आप उपयोग करना चाहते हैं उसे चुनने के लिए, बस थंबनेल पर क्लिक करें और परिवर्तन सहेजें पर क्लिक करें।



यहां किसी भी समय थंबनेल बदलने का तरीका बताया गया है:

- अपने चैनल वीडियो मैनेजर पर जाएं।
- उस संबंधित वीडियो के लिए संपादित करें पर क्लिक करें जिसे आप बदलना चाहते हैं।

कस्टम वीडियो थंबनेल

यदि आपका खाता सत्यापित है और अच्छी स्थिति में है, तो आपके पास अपने वीडियो अपलोड के लिए कस्टम थंबनेल अपलोड करने की क्षमता हो सकती है।

कस्टम थंबनेल अपलोड किया जा रहा है

वीडियो अपलोड करते समय कस्टम थंबनेल अपलोड करने के लिए, निम्नलिखित चरणों का पालन करें।

- अपना वीडियो रिकॉर्ड करें या अपलोड करें।
- अपलोड इंटरफ़ेस में वीडियो प्रोसेसिंग चरण के अंत में, आपको एक दिखाई देगा "वीडियो थंबनेल" अनुभाग के अंतर्गत एक कस्टम थंबनेल चुनने का विकल्प।

किसी मौजूदा वीडियो के लिए कस्टम थंबनेल अपलोड करने के लिए :

- अपने चैनल वीडियो मैनेजर पर जाएं।
- एक वीडियो ढूंढें और संपादित करें बटन पर क्लिक करें।
- कस्टम थंबनेल बटन पर क्लिक करें और एक थंबनेल अपलोड करें।
- एक बार थंबनेल अपलोड हो जाने के बाद, "परिवर्तन सहेजें" बटन पर क्लिक करना न भूलें।

आपकी कस्टम थंबनेल छवि यथासंभव बड़ी होनी चाहिए, क्योंकि छवि का उपयोग एम्बेडेड प्लेयर में पूर्वावलोकन छवि के रूप में भी किया जाएगा।

हम आपके कस्टम थंबनेल की अनुशंसा करते हैं:

- इसका रिज़ॉल्यूशन 1280x720 (न्यूनतम चौड़ाई 640 पिक्सेल के साथ) हो।
- .JPG, .GIF, .BMP, या .PNG जैसे छवि प्रारूपों में अपलोड किया जाए।
- 2एमबी सीमा के अंतर्गत रहें।
- 16:9 पक्षानुपात का उपयोग करने का प्रयास करें क्योंकि यह YouTube प्लेयर्स में सबसे अधिक उपयोग किया जाता है पूर्वावलोकन.

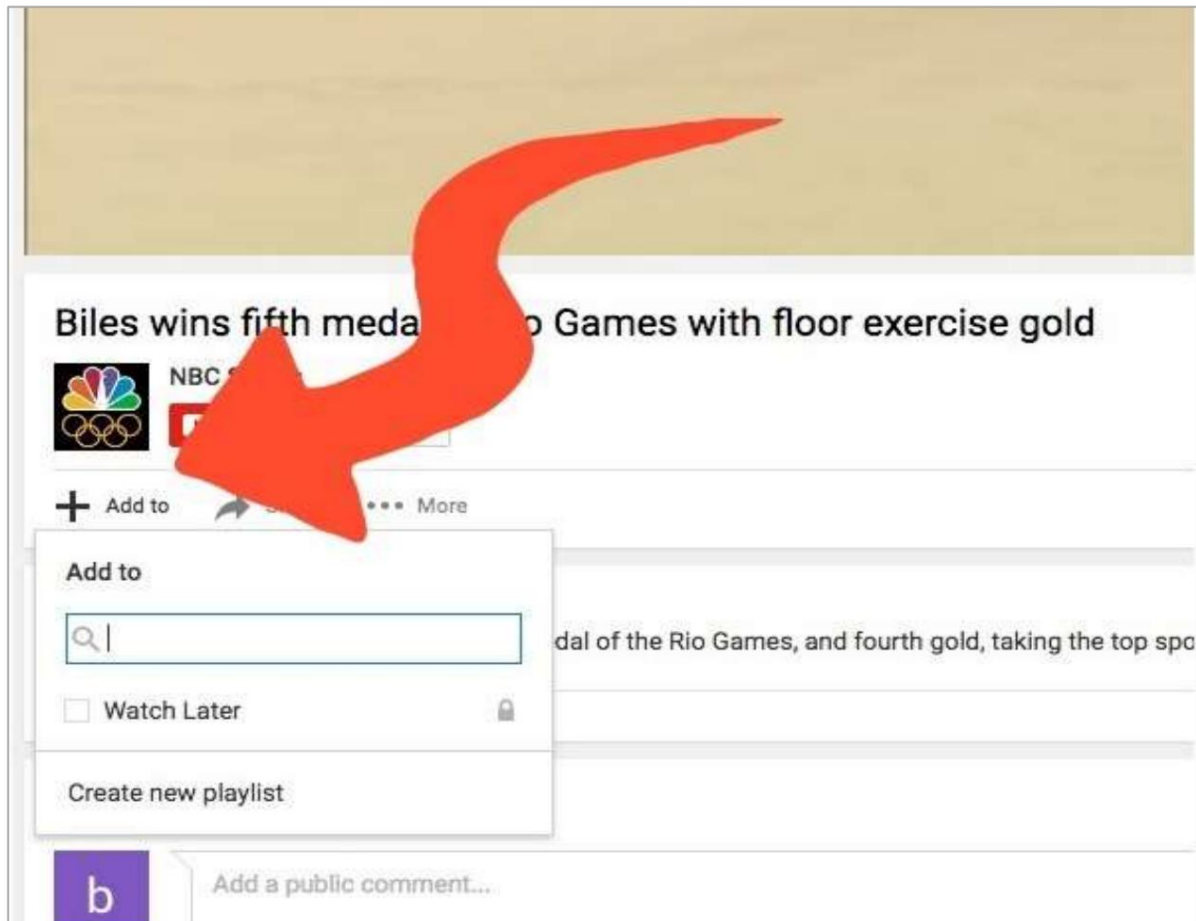
9. यूट्यूब - वीडियो प्लेलिस्ट बनाएं

यूट्यूब मार्केटिंग

कल्पना कीजिए कि आपका चैनल एक ऑनलाइन स्टोर की तरह है, जिसमें सुव्यवस्थित, स्मार्ट तरीके से क्यूरेटेड डिस्प्ले हैं जो आपकी विभिन्न प्रकार की सामग्री प्रदर्शित करते हैं। चाहे आप अलग-अलग थीम पर वीडियो बनाएं या दूसरों से वीडियो क्यूरेट करें, अपने संग्रह को प्लेलिस्ट और अनुभागों के साथ व्यवस्थित रखें ताकि लोग आपके चैनल को और अधिक देख सकें और बता सकें कि उन्हें सदस्यता क्यों लेनी चाहिए।

अपने चैनल पर YouTube से वीडियो एकत्र करने और साझा करने से आपको अपने प्रशंसकों को और भी अधिक मूल्य प्रदान करने में मदद मिल सकती है, और एक ट्रेंडसेटर के रूप में आपकी प्रतिष्ठा स्थापित हो सकती है।

प्लेलिस्ट आपके द्वारा बनाए गए वीडियो की एक क्रमबद्ध सूची है, जो अक्सर एक विशिष्ट विषय के साथ होती है, अर्थात् YouTube फूड चैनल को "ब्रेकफ़ास्ट रेसिपी" या "डिनर रेसिपी" प्लेलिस्ट के अनुसार क्रमबद्ध किया जा सकता है। प्लेलिस्ट के आइटम आपके चैनल या अन्य चैनलों से एकत्र किए गए वीडियो हो सकते हैं।



किसी भी तरह से, प्लेलिस्ट आपको खुद को एक ट्रेंडसेटर के रूप में स्थापित करने में मदद कर सकती है, जिससे आपके प्रशंसकों को उनकी पसंदीदा चीजों से परिचित कराया जा सकता है।

प्लेलिस्ट आपके चैनल के व्यक्तित्व और अंततः आपकी रचनात्मकता को प्रदर्शित कर सकती हैं। बेहतरीन प्लेलिस्ट देखने का समय बढ़ा सकती हैं और एक और संपत्ति बना सकती हैं जो खोज परिणामों और सुझाए गए वीडियो में दिखाई देगी। आप ओलंपिक जैसे किसी बड़े या वर्तमान आयोजन के आसपास एक प्लेलिस्ट भी बना सकते हैं या किसी ऐसे विषय के इर्द-गिर्द "सर्वश्रेष्ठ" को इकट्ठा कर सकते हैं जो इससे मेल खाता हो।

आपके दर्शक. यदि आपके चैनल में एकाधिक होस्ट या व्यक्तित्व हैं, तो आप प्रत्येक होस्ट को अपना स्थान देने के लिए प्लेलिस्ट का भी उपयोग कर सकते हैं।

अपनी प्लेलिस्ट बनाने और/या हटाने का सर्वोत्तम तरीका निर्धारित करने के लिए, यहां जाएं: <https://support.google.com/youtube/answer/57792?rd=1>

फिर, उन निर्देशों का चयन करें जो आपके द्वारा उपयोग किए जा रहे ऑपरेंटिंग सिस्टम से मेल खाते हैं।

10. यूट्यूब-वीडियो शेयरिंग

यूट्यूब मार्केटिंग

YouTube पर वीडियो साझा करने के कई तरीके हैं। जैसा कि यूट्यूब निर्देश देता है, एक वीडियो देखना शुरू करें और वीडियो के नीचे शेयर पर क्लिक करें। विभिन्न साझाकरण विकल्पों के साथ तीन टैब खुलेंगे। आइए इन तीन टैब पर चर्चा करें।

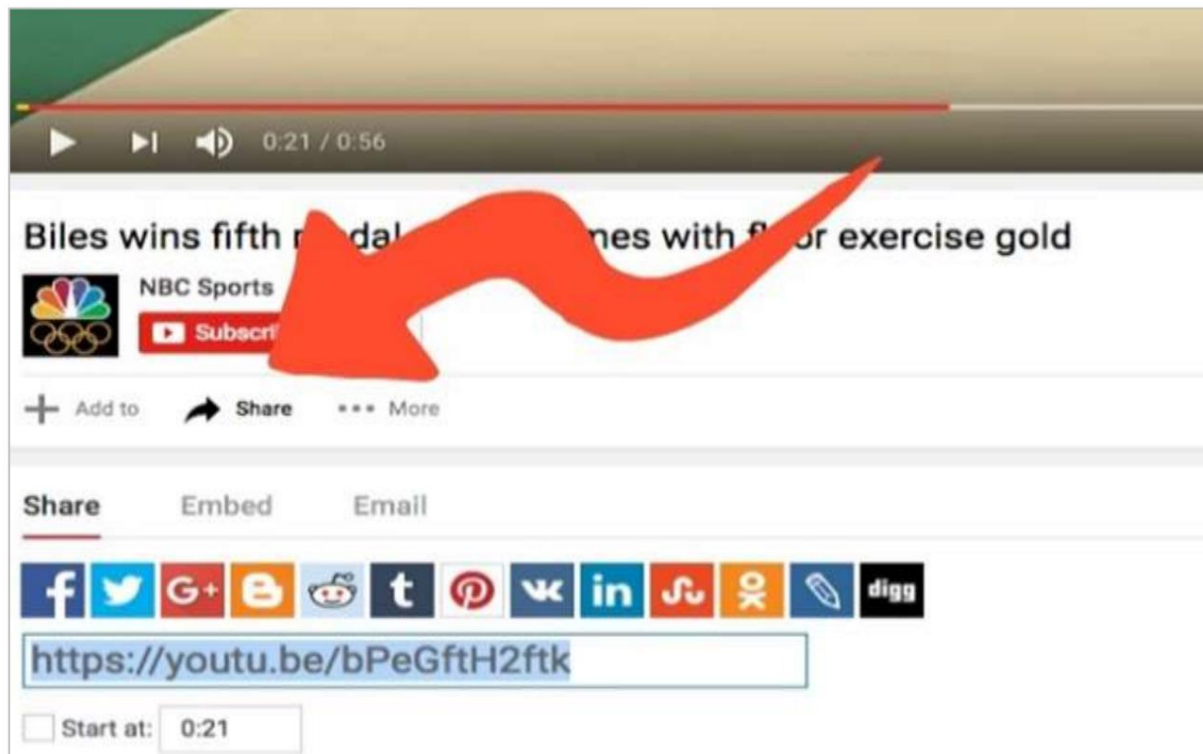
टैब साझा करें

इस टैब में, आपको एक लिंक दिखाई देगा जिसे आप कॉपी करके कहीं और पेस्ट कर सकते हैं, जैसे ईमेल संदेश में।

- प्रारंभ करें: वीडियो के किसी विशिष्ट भाग को लिंक करने के लिए, इस बॉक्स को चेक करें और लिंक को कॉपी करने से पहले प्रारंभ समय दर्ज करें। उदाहरण के लिए, वीडियो को 2 मिनट और 30 सेकंड पर शुरू करने के लिए, बॉक्स को चेक करें और "2:30" दर्ज करें।
- सोशल नेटवर्क: साझा करने के लिए सोशल नेटवर्क आइकन (जैसे फेसबुक, ट्विटर) पर क्लिक करें वहाँ वीडियो।

एम्बेड टैब

यह टैब किसी वेबसाइट पर वीडियो एम्बेड करने के लिए कोड प्रदान करता है।



ईमेल टैब

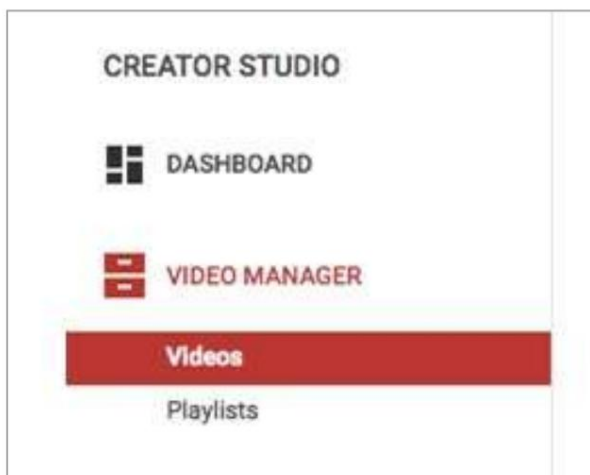
YouTube आपके द्वारा दर्ज किए गए ईमेल पते पर एक ईमेल भेजेगा। यदि प्राप्तकर्ता को वीडियो प्राप्त नहीं होता है, तो उन्हें अपने सोशल नेटवर्क फ़ोल्डर, स्पैम फ़ोल्डर की जांच करने के लिए कहें, या अपनी पता पुस्तिका और फ़िल्टर अपवाद सूची में noreply@youtube.com जोड़ने के लिए कहें।

11. यूट्यूब - एक वीडियो हटाना यूट्यूब मार्केटिंग

ध्यान दें कि यदि आप कोई YouTube वीडियो हटाते हैं, तो कार्रवाई स्थायी होती है और आप कभी भी YouTube के माध्यम से वीडियो को पुनर्स्थापित नहीं कर सकते हैं या किसी भी इंटरैक्शन (पसंद या टिप्पणी) को पुनर्प्राप्त नहीं कर सकते हैं। यह भी ध्यान रखें कि आप केवल वही वीडियो हटा सकते हैं जिन्हें आपने व्यक्तिगत रूप से अपलोड किया है।

अब, जैसा कि हमने आपको पहले ही चेतावनी दी थी, यदि आप अभी भी अपना वीडियो हटाना चाहते हैं, तो इन चरणों का पालन करें।

- किसी YouTube वीडियो को हटाने के लिए, YouTube में साइन इन करें।
- क्रिएटर स्टूडियो से वीडियो मैनेजर पर जाएं।
- जिस वीडियो को आप हटाना चाहते हैं उसके बगल में स्थित बक्सों को चेक करें।
- क्रियाएँ ड्रॉप-डाउन मेनू पर क्लिक करें और हटाएँ चुनें।



ध्यान दें कि ये निर्देश YouTube वेबसाइट के लिए हैं। वर्तमान में YouTube मोबाइल साइट के माध्यम से किसी वीडियो को हटाना संभव नहीं है। आप Android और iOS के माध्यम से भी वीडियो हटा सकते हैं

आवेदन पत्र। हालाँकि दोनों मोबाइल एप्लिकेशन के लिए प्रक्रिया अलग-अलग है।

किसी वीडियो को हटाने के तुरंत बाद, कोई भी YouTube दर्शक इसे नहीं देख पाएगा, हालांकि यह अभी भी थोड़े समय के लिए खोज परिणामों में दिखाई दे सकता है।

यदि आप अपना वीडियो छिपाना चाहते हैं, लेकिन उम्मीद कर रहे हैं कि यह अभी भी YouTube पर मौजूद रहेगा, तो इस विकल्प को चुनें। आपके द्वारा अपलोड किए गए किसी भी YouTube वीडियो के लिए तीन अलग-अलग गोपनीयता सेटिंग्स हैं।

- सार्वजनिक - कोई भी वीडियो देख सकता है और यह किसी भी प्रासंगिक खोज में दिखाई देगा परिणाम।

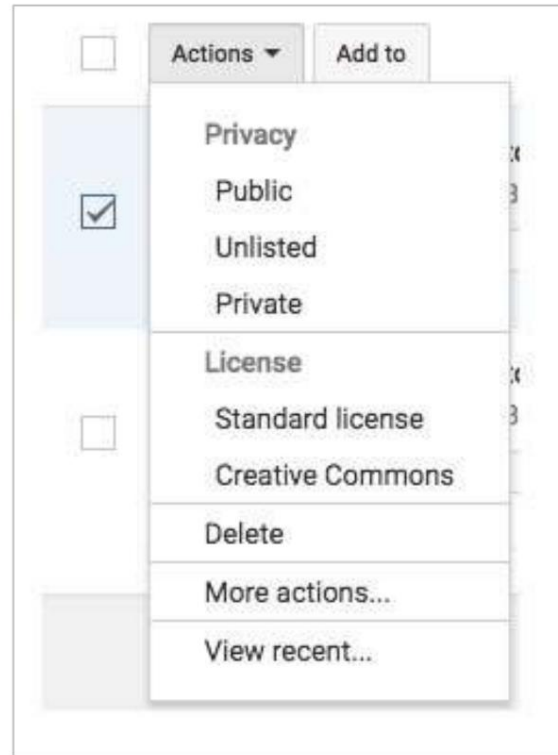
- निजी - केवल वे दर्शक जिन्हें आपने चुना है, वे वीडियो देख सकते हैं, लेकिन वीडियो देखने के लिए उनके पास YouTube खाता होना चाहिए।

- असूचीबद्ध - केवल वे दर्शक ही वीडियो देख सकते हैं जिनके साथ आपने लिंक साझा किया है और वीडियो नहीं दिखाया जाएगा

खोज परिणामों में ऊपर. आप उन दर्शकों के साथ साझा कर सकते हैं जिनके पास YouTube नहीं है खाता

आपके द्वारा पहले ही प्रकाशित किए गए वीडियो की गोपनीयता सेटिंग्स बदलने के लिए, नीचे दिए गए चरणों का पालन करें:

- यूट्यूब में साइन इन करें. क्रिएटर स्टूडियो से वीडियो मैनेजर पर जाएं।
- जिस वीडियो की गोपनीयता आप बदलना चाहते हैं उसके बगल में स्थित बॉक्स को चेक करें।
- अपनी पसंद के आधार पर सार्वजनिक, असूचीबद्ध या निजी का चयन करें।



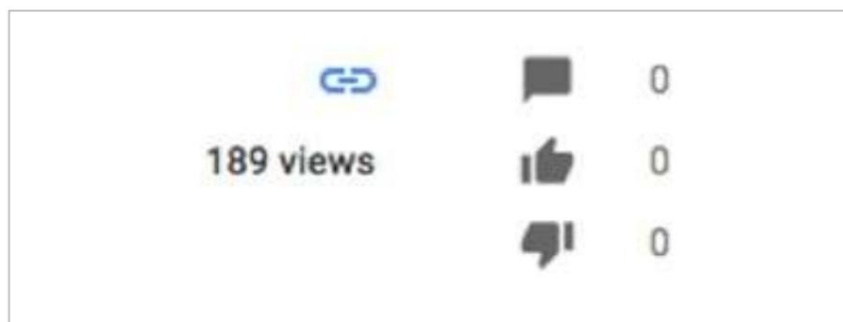
13. यूट्यूब - असूचीबद्ध और निजी वीडियो साझा करना

यूट्यूब मार्केटिंग

असूचीबद्ध वीडियो साझा करना

असूचीबद्ध वीडियो साझा करने के लिए नीचे दिए गए चरणों का पालन करें:

- जिस वीडियो को आप वीडियो मैनेजर में साझा करना चाहते हैं उसके दाईं ओर नीले लिंक आइकन पर क्लिक करें (वीडियो दृश्यों के ठीक ऊपर)।



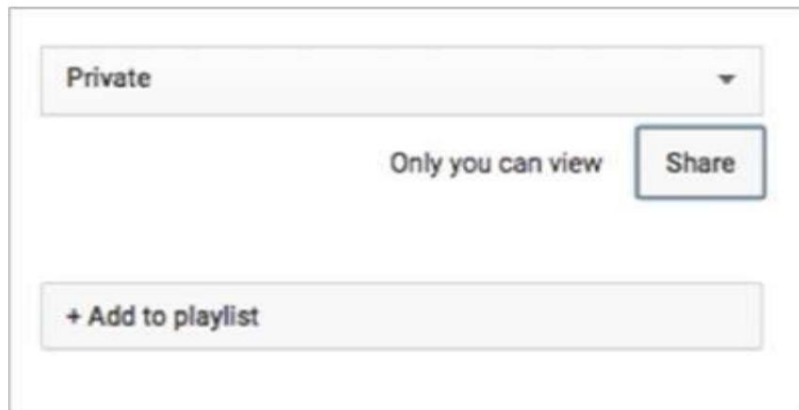
- पृष्ठ के दाईं ओर "वीडियो यूआरएल" के बगल में दिए गए लिंक को कॉपी करें और टेक्स्ट के माध्यम से साझा करें या उन लोगों को ईमेल करें जिन्हें आप अपना वीडियो देखना चाहते हैं।



निजी वीडियो साझा करना

ध्यान दें कि आप एक निजी वीडियो अधिकतम 50 YouTube उपयोगकर्ताओं के साथ साझा कर सकते हैं। यहां बताया गया है कि यह कैसे किया जाता है:

- वीडियो प्रबंधक में, जिस वीडियो को आप साझा करना चाहते हैं उसके दाईं ओर संपादित करें पर क्लिक करें।
- गोपनीयता सेटिंग के अंतर्गत, साझा करें का चयन करें।



- किसी भी YouTube उपयोगकर्ता का ईमेल पता टाइप करें जिसके साथ आप निजी वीडियो साझा करना चाहते हैं। वीडियो देखने के लिए आपके प्राप्तकर्ताओं को अपने YouTube खाते में साइन इन करना होगा।

14. यूट्यूब - वीडियो के लिए व्हाइट हैट एसईओ यूट्यूब मार्केटिंग

यह समझने के लिए कि अपने YouTube वीडियो की रैंकिंग कैसे अनुकूलित करें, आपको सबसे पहले यह समझना होगा कि YouTube वीडियो को कैसे रैंक करता है। आपके वीडियो के सबसे महत्वपूर्ण पहलुओं को YouTube रैंकिंग में मानता है (किसी विशेष क्रम में नहीं): ये हैं:

- शीर्षक
- विवरण में कीवर्ड
- टैग
- दर्शक प्रतिधारण (दर्शक आपका वीडियो कितनी देर तक देखते हैं)
- दृश्य
- ग्राहकों
- पसंद और नापसंद
- टिप्पणियाँ

अपने वीडियो लेने के लिए इन वीडियो विशेषताओं का अधिकतम लाभ उठाने के लिए यहां कुछ रणनीतियां दी गई हैं उच्च पद पर:

शीर्षक

विशिष्ट बनें लेकिन दिलचस्प भी। प्रासंगिक कीवर्ड का उपयोग करें जो YouTube क्रॉलर को प्रासंगिक खोजों के लिए आपके वीडियो की पहचान करने की अनुमति देगा। लेकिन यह भी विचार करें कि आपका शीर्षक कितना दिलचस्प है।

- उदाहरण 1: अपने वीडियो को अलग बनाएं (दिलचस्प, लेकिन कुछ प्रासंगिक कीवर्ड)
- उदाहरण 2: यूट्यूब के लिए एसईओ का उपयोग कैसे करें (प्रासंगिक कीवर्ड, लेकिन बहुत ज्यादा नहीं)।
दिलचस्प)
- उदाहरण 3: यूट्यूब वीडियो को अलग दिखाने के लिए एसईओ का उपयोग कैसे करें (प्रासंगिक कीवर्ड)।
और दिलचस्प)

आप अपने YouTube वीडियो शीर्षक में 100 अक्षरों तक का उपयोग कर सकते हैं, लेकिन खोज परिणामों में केवल 50-60 शब्द ही दिखाई देते हैं। उन पात्रों का बुद्धिमानी से उपयोग करें। साथ ही, यदि आपका शीर्षक अच्छा प्रदर्शन नहीं कर रहा है तो उसे बदलने से न डरें, जो आप किसी भी समय कर सकते हैं!

विवरण में कीवर्ड

विवरण आपके वीडियो पर ध्यान आकर्षित करने का एक और अवसर है, जिसमें अतिरिक्त मुख्य शब्दों पर ध्यान दिया जाता है जो आपके शीर्षक में फिट नहीं होंगे।

विशिष्ट रहो। प्रासंगिक रहो। लेकिन अति न करें। दूसरे शब्दों में, केवल ऐसे कीवर्ड का उपयोग करें जो वास्तव में आपके वीडियो की सामग्री का वर्णन करते हैं। खोज इंजनों के लिए सर्वोत्तम परिणाम प्राप्त करने के लिए Google और YouTube क्रॉलर को लगातार अपडेट किया जाता है।

टैग

विवरण में आपके द्वारा बताए गए कीवर्ड और अन्य (20 तक जो प्रासंगिक हों) का उपयोग करें और YouTube को बताएं कि आपका वीडियो किस बारे में है ताकि वे दर्शकों को आपको ढूंढने में मदद कर सकें।

श्रोता प्रतिधारण

यह बताने का एक शानदार तरीका है कि दर्शक वास्तव में आपका वीडियो कितनी देर तक देखते हैं। एक वीडियो जिसे संपूर्ण रूप से देखा जाता है, वह इस श्रेणी के दूसरे वीडियो पर भारी पड़ेगा, जिसमें दर्शक कुछ सेकंड के बाद रुचि खो देते हैं। दर्शकों को अच्छी तरह से बनाए रखने का सबसे अच्छा तरीका एक शानदार वीडियो बनाना है, सादा और सरल। संक्षिप्त रहें और सुनिश्चित करें कि कोई अंतराल न हो। उचित संपादन आवश्यक है।

दृश्य

जितने अधिक लोग आपका वीडियो देखेंगे, आपका वीडियो YouTube पर उतनी ही ऊंची रैंक करेगा। अधिक व्यूज पाने का सबसे अच्छा तरीका है प्रमोट करना, प्रमोट करना, प्रमोट करना। अपना वीडियो सोशल मीडिया पर साझा करें। आपके द्वारा पोस्ट किए जाने वाले वीडियो के अंत में आगामी वीडियो का प्रचार करें ("अगले सप्ताह एक नए वीडियो की तलाश करें जिससे आपको YouTube सब्सक्राइबर्स तुरंत पता चल जाएंगे!")।

अपने वीडियो को अपने सामाजिक दायरे और विशेष रूप से अपने ग्राहकों की सूची में ईमेल करें। यदि आपके पास कोई ब्लॉग है, तो वीडियो एम्बेड करें। आप YouTube पर अपने वीडियो को प्रमोट करने के लिए विज्ञापन भी चला सकते हैं।

ग्राहकों

YouTube पर आपकी पकड़ जितनी अधिक होगी, आपके वीडियो का महत्व उतना ही अधिक होगा। दूसरे शब्दों में, आपके पास जितने अधिक ग्राहक होंगे, YouTube आपके व्यक्तिगत वीडियो को उतनी ही ऊंची रैंक देगा। सब्सक्राइबर प्राप्त करने के दो सबसे अच्छे तरीके हैं उच्च गुणवत्ता वाले, मनोरंजक वीडियो बनाना और दर्शकों को सब्सक्राइब करने के लिए कहना। आप प्रत्येक वीडियो के अंत में या विवरण में उनसे मौखिक रूप से पूछ सकते हैं। आपके वीडियो पर दर्शकों से सदस्यता लेने के लिए कहने वाला वॉटरमार्क भी एक लोकप्रिय रणनीति है।

पसंद और नापसंद

बातचीत का यह अधिक निष्क्रिय रूप आपकी रैंकिंग में भी कारक होता है। सब्सक्राइबर्स और टिप्पणियों की तरह, बस लोगों को लाइक करने के लिए कहना लाइक बढ़ाने का एक प्रभावी तरीका है।

टिप्पणियाँ

एक बेहतरीन वीडियो बनाने के अलावा टिप्पणियाँ बढ़ाने की दो बुनियादी रणनीतियाँ हैं। लोगों से एक टिप्पणी छोड़ने के लिए कहें, या अधिक विशेष रूप से, अपने वीडियो के अंत में एक प्रश्न पूछें ताकि दर्शकों को आपके प्रश्न का उत्तर देने के लिए एक टिप्पणी छोड़ने के लिए मजबूर किया जा सके।

15. यूट्यूब - एक वीडियो शीर्षक चुनना यूट्यूब मार्केटिंग

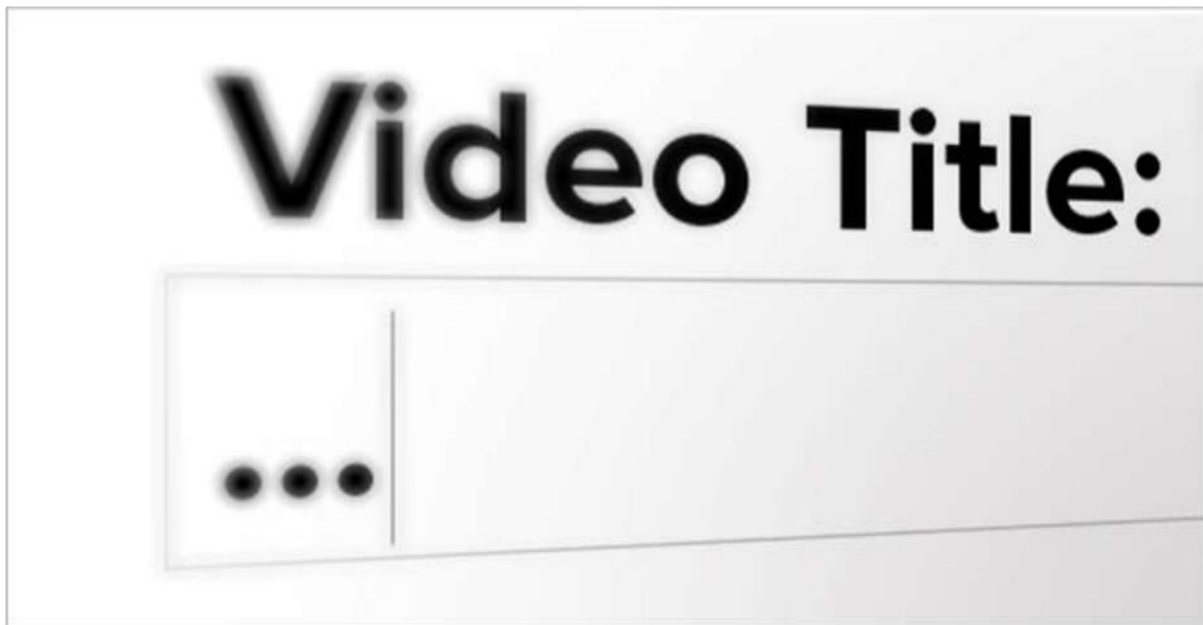
हमने स्मार्ट यूट्यूब शीर्षक का उपयोग करके एसईओ बढ़ाने के कुछ बुनियादी तरीकों को शामिल किया है। इस अध्याय में, हम आपके YouTube वीडियो शीर्षकों को रणनीतिक रूप से अनुकूलित करने के कुछ और तरीकों पर प्रकाश डालेंगे।

अपने कीवर्ड को अपने शीर्षक के सामने रखें.

आइए पहले बताए गए हमारे प्रासंगिक और दिलचस्प शीर्षक को लें - YouTube वीडियो को अलग दिखने के लिए SEO को कैसे अनुकूलित करें - और शुरुआत में मुख्य शब्दों को रखने के लिए इसे समायोजित करें। यह वीडियो के लिए SEO बन जाता है: कैसे अलग दिखें।

कीवर्ड टूल का उपयोग करें

अपने शीर्षक में शामिल करने के लिए कीवर्ड विचार उत्पन्न करने के लिए एक अच्छे कीवर्ड टूल का उपयोग करें। कीवर्ड दर्शकों को उन कीवर्ड के आधार पर आपका वीडियो ढूंढने की अनुमति दें जिन्हें वे YouTube में खोज रहे हैं। इसलिए यह महत्वपूर्ण है कि आप अपने वीडियो को असाइन करते समय यथासंभव अधिक से अधिक प्रासंगिक कीवर्ड का उपयोग करें।



शीर्षक में एक संख्या का उपयोग करने पर विचार करें

यह ऐसी चीज़ है जिस पर आपको वीडियो शूट करने से पहले विचार करना होगा ताकि यह आपकी सामग्री के साथ समझ में आ सके। "वीडियो के लिए एसईओ: अलग दिखने के 5 तरीके" जैसे नंबर वाले शीर्षक आम तौर पर बिना नंबर वाले शीर्षकों की तुलना में उच्च रैंक पर होंगे।

इसके अतिरिक्त, यूट्यूब सुझाव देता है कि आपका शीर्षक तेजी से बिंदु तक पहुंचे, इसमें आपके चैनल/शो का नाम और एपिसोड नंबर शामिल हो और संक्षिप्त हो।

वीडियो कीवर्ड जोड़ें

कीवर्ड का उपयोग शीर्षक, विवरण और टैग में किया जाता है। आपके वीडियो को रैंक करने वाले क्रॉलर वास्तव में आपके वीडियो को देख या सुन नहीं सकते हैं, इसलिए वे यह समझने के लिए शीर्षक, विवरण और टैग में मौजूद कीवर्ड पर निर्भर होते हैं कि हमारा वीडियो किस बारे में है।

- अपने सबसे महत्वपूर्ण कुंजी शब्दों का उपयोग करें (दो या तीन चुनें जो एक साथ अच्छी तरह से काम करते हैं)।
आपका शीर्षक।
- ऐसे कई स्रोत हैं जो छोटे या लंबे विवरण दोनों के लाभों का दावा करते हैं।
लेकिन यह सबसे महत्वपूर्ण है कि आपका विवरण इस बात का संक्षिप्त विवरण दे कि आपका वीडियो किस बारे में है ताकि दर्शक जान सकें कि आपका वीडियो उन्हें वह देता है या नहीं जो वे खोज परिणामों में खोज रहे हैं।
- विवरण की शुरुआत में ही अपने सबसे महत्वपूर्ण कुंजी शब्दों का उपयोग करें, क्योंकि खोज परिणामों में विवरण संक्षिप्त किया जाएगा। आपको निश्चित रूप से विवरण और टैग दोनों में टाइटल में कीवर्ड का पुनः उपयोग करना चाहिए।
- टैग उन कीवर्ड (20 तक) की एक विस्तृत सूची होनी चाहिए जो प्रासंगिक हों
आपकी वीडियो सामग्री।

अनुकूलित वीडियो फ़ाइल नाम

सबसे पहले, YouTube में ऐसा नहीं किया जा सकता। यदि आप अपने वीडियो का फ़ाइल नाम बदलना चाहते हैं, तो आपको इसे YouTube पर अपलोड करने से पहले अपने कंप्यूटर पर बदलना होगा।

दूसरा, आपके वीडियो में कीवर्ड हैं या नहीं, इससे आपके वीडियो की पहुंच पर कोई असर नहीं पड़ता है।

YouTube और Google क्रॉलर को इस बात से कोई फ़र्क नहीं पड़ता कि आपके वीडियो का फ़ाइल नाम क्या है। यह एक मिथक है जो स्पष्ट रूप से तब उत्पन्न हुआ जब YouTube ने अपना एल्गोरिदम बदल दिया और उपयोगकर्ता कीवर्ड का अधिकतम लाभ उठाने के लिए संघर्ष कर रहे थे। Google ने कहा है कि जब क्रॉलर कीवर्ड के लिए स्कैन कर रहे हों तो यह प्रासंगिक नहीं है।

हालाँकि, अपना फ़ाइल नाम बदलने में कोई हानि नहीं है। इससे आपके लिए अपने वीडियो ढूँढना आसान हो सकता है। लेकिन यह उम्मीद न करें कि परिवर्तन से आपको एसईओ लाभ मिलेगा।

एनोटेशन आपको अपने वीडियो पर टेक्स्ट, लिंक और हॉटस्पॉट की परत बनाकर वीडियो अनुभव को बढ़ाने की अनुमति देता है। यह आपके वीडियो में रुचि बढ़ाने, सहभागिता बढ़ाने और जानकारी जोड़ने में मदद करता है।



वीडियो एनोटेशन जोड़ने के लिए, यहां दिए गए चरणों का पालन करें:

- अपने YouTube खाते में साइन इन करें।
- क्रिएटर स्टूडियो में वीडियो मैनेजर पर जाएं ।
- जिस वीडियो पर आप एनोटेशन जोड़ना चाहते हैं, उसके दाईं ओर नीचे तीर पर क्लिक करें संपादित करें बटन. एनोटेशन चुनें .
- दाईं ओर एनोटेशन जोड़ें बटन पर क्लिक करें ।
- जब आप अपना एनोटेशन पूरा कर लें तो परिवर्तन लागू करें पर क्लिक करें ।

17. यूट्यूब - एक वीडियो का प्रचार करना यूट्यूब मार्केटिंग

वीडियो बनाने और उसे आवश्यक बदलावों के साथ संपादित करने के बाद, महत्वपूर्ण हिस्सा वीडियो का प्रचार करना है। हालाँकि ऐसी कई कंपनियाँ हैं जिन्हें आप अपने YouTube वीडियो को बढ़ावा देने के लिए भुगतान कर सकते हैं, ऐसे कई तरीके हैं जिनसे आप बिना किसी लागत के स्वयं-प्रचार कर सकते हैं।

अपने वीडियो को उचित शीर्षक और विवरण दें

यूट्यूब उपयोगकर्ता सर्च बार में कीवर्ड टाइप करके वीडियो ढूँढते हैं। आपके द्वारा बनाए और अपलोड किए गए वीडियो को सैकड़ों या हजारों YouTube उपयोगकर्ता ढूँढ सकते हैं। लेकिन अगर आप शीर्षक और विवरण में यह ठीक से नहीं बताएंगे कि आपका वीडियो किस बारे में है तो वे आपका वीडियो कभी नहीं ढूँढ पाएंगे।

अपने वीडियो को अपने सामाजिक दायरे में साझा करें

स्व-प्रचार की शुरुआत आपके अपने सोशल नेटवर्क से होती है, इसलिए मित्रों और परिवार तक पहुंचने से न डरें और उन्हें अपना वीडियो देखने के लिए कहें, साथ ही उच्च रैंकिंग पाने के लिए वीडियो को लाइक और कमेंट करें और अधिक प्रदर्शित होने की संभावना रखें। खोज परिणामों में।



दर्शकों द्वारा बातचीत को प्रोत्साहित करें

यह बहुत सरल लगता है, लेकिन केवल दर्शकों से एक प्रश्न पूछने या उन्हें आपके वीडियो पर लाइक या टिप्पणी करने के लिए कहने से अक्सर अधिक सहभागिता होगी। अधिक लोगों को अपना YouTube वीडियो ढूँढने और देखने के लिए सहभागिता महत्वपूर्ण है।

सभी सोशल मीडिया कोणों पर काम करें

यहां पहला कदम कई सोशल मीडिया आउटलेट्स (फेसबुक, पिनटरेस्ट, इंस्टाग्राम, ट्विटर इत्यादि) पर उपस्थिति है। फिर आप अपने YouTube चैनल या वीडियो सहित अपने सोशल मीडिया खातों को क्रॉस-प्रमोट कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, ट्विटर पर अपने वीडियो को लिंक करके, आप अपने ट्विटर फॉलोअर्स के लिए यूट्यूब वीडियो की एक पूरी नई दुनिया खोल सकते हैं।

अपने वीडियो को अपनी वेबसाइट और/या ब्लॉग में एम्बेड करें

यह आपके सोशल मीडिया एंगल पर काम करने के समान है। यदि आपके पास पहले से ही एक दर्शक वर्ग है इंटरनेट, अपने वीडियो उन दर्शकों के साथ साझा करें।

अपने न्यूज़लेटर में अपना वीडियो ईमेल करें

यदि आप पहले से ऐसा नहीं कर रहे हैं, तो ऑप्ट-इन ईमेल का उपयोग करना महत्वपूर्ण है, ताकि ग्राहक आसानी से सदस्यता समाप्त कर सकें।

YouTube फैन फाइंडर के साथ नए दर्शक खोजें

इस मुफ्त टूल पर आगे चर्चा की गई है।

किसी अन्य चैनल के साथ सहयोग करें और/या क्रॉस प्रमोशन करें

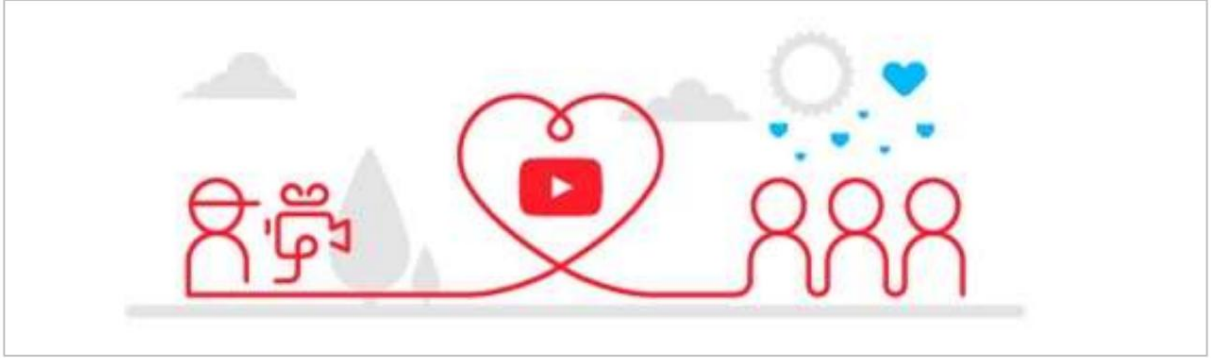
किसी अन्य YouTube वीडियो निर्माता के साथ पारस्परिक रूप से लाभप्रद संबंध बनाने से आप दोनों को एक-दूसरे के दर्शकों तक पहुंच प्राप्त करने की अनुमति मिलती है। बदले में, इसका मतलब है कि आप उनके प्रशंसकों को अपने वीडियो के दर्शक बनने के लिए आकर्षित करने में सक्षम हो सकते हैं।

Google के माध्यम से वीडियो के लिए AdWords का उपयोग करें

आप इस विज्ञापन शब्द विवरण और ट्यूटोरियल में इसके बारे में अधिक जान सकते हैं, लेकिन अंततः, जब कोई Google खोज इंजन का उपयोग करके आपके वीडियो पर लागू होने वाले कीवर्ड खोजता है तो AdWords आपके वीडियो को दिखाने के लिए भुगतान करने का एक तरीका है।

यूट्यूब के अनुसार, यूट्यूब फैन फाइंडर आपके चैनल को बिना किसी कीमत पर ढूँढता है और नए प्रशंसकों से जोड़ता है।

आप अपने चैनल को बढ़ावा देने के लिए एक छोटा चैनल विज्ञापन बनाते हैं जो आपके अपने YouTube वीडियो के क्लिप से भरा होता है। फिर आप इस चैनल विज्ञापन को फैन फाइंडर कार्यक्रम में सबमिट करें। यदि स्वीकार किया जाता है, तो आपका चैनल विज्ञापन विभिन्न YouTube वीडियो पर दिखाया जाएगा।



यह अन्य वीडियो की शुरुआत में एक विज्ञापन के रूप में काम करता है जिसे YouTube आपके इच्छित दर्शकों के लिए प्रासंगिक मानता है। दर्शक पहले पांच सेकंड के बाद इसे छोड़ सकते हैं या देखना जारी रख सकते हैं। दूसरे शब्दों में, आपके पास अपने संभावित नए YouTube दर्शक और/या ग्राहक का ध्यान आकर्षित करने के लिए पाँच सेकंड हैं।

इस कार्यक्रम का अधिकतम लाभ उठाने के लिए निम्नलिखित चरणों का पालन करें।

- अपना वीडियो छोटा रखें (30-60 सेकंड)
- अपने वीडियो को रोचक बनाएं
- एक बेहतरीन कॉल टू एक्शन शामिल करें
- अपने चैनल का नाम शामिल करें ताकि आपको ढूँढना आसान हो
- यह देखने के लिए अपने पांच विज्ञापनों पर नज़र रखें कि कौन सा सबसे अच्छा प्रदर्शन कर रहा है और जो मिलता है उसका उपयोग करें सर्वोत्तम परिणाम.
- सुनिश्चित करें कि आपका फैन फाइंडर वीडियो कार्यक्रम के लिए स्वीकृत होने की संभावनाओं को अनुकूलित करने के लिए सभी दिशानिर्देशों का पालन करता है।

एक बार जब आप अपने वीडियो का प्रचार करना शुरू करते हैं, तो आपको मूल्यांकन और टिप्पणियाँ दोनों मिलती हैं। जैसे एक मूल्यांकन आपको खुश कर देगा, एक टिप्पणी आपकी मुस्कुराहट छीन सकती है। लेकिन सोशल मीडिया पर ट्रोलिंग काफी आम है और इसलिए, उन टिप्पणियों को सकारात्मक रूप से लेने की कोशिश करें और धीरे से प्रतिक्रिया दें।

अपने दर्शकों के साथ बातचीत करने के लिए अपने वीडियो पर टिप्पणियों को प्रबंधित करना महत्वपूर्ण है। दर्शकों के पास अपनी अंतर्दृष्टि हो सकती है जो आपके वीडियो में मूल्य जोड़ती है। उनके पास विचार करने के लिए प्रश्न या अलग-अलग दृष्टिकोण हो सकते हैं। अपनी टिप्पणियों को प्रबंधित करने से जानकारी की एक-तरफा सड़क के बजाय एक संवाद बनता है।

आइए कुछ ऐसे तरीकों पर चर्चा करें जिनसे आप अपने वीडियो पर टिप्पणियों को प्रबंधित कर सकते हैं।

टिप्पणियों का उत्तर दें

किसी टिप्पणी का उत्तर देने के लिए बस उत्तर पर क्लिक करें।



टिप्पणियों की प्राथमिकता बदलें

आप नवीनतम टिप्पणियों को पृष्ठ के शीर्ष पर (सीधे वीडियो के नीचे) या शीर्ष टिप्पणियों को पहले दिखाने की अनुमति देना चुन सकते हैं। शीर्ष टिप्पणियाँ वीडियो निर्माता की हैं और जिन्हें अन्य दर्शकों द्वारा वोट दिया गया है।

टिप्पणियाँ हटाएँ, रिपोर्ट करें या छिपाएँ

किसी टिप्पणी को प्रबंधित करने के लिए, टिप्पणी के ऊपरी दाएं कोने में तीर पर क्लिक करें और या तो टिप्पणी हटाएं, स्पैम या दुरुपयोग की रिपोर्ट करें, या चैनल से छिपाएं। चैनल से छिपाने का विकल्प YouTube उपयोगकर्ता को आपके चैनल पर किसी भी वीडियो पर टिप्पणी पोस्ट करने से रोक देगा। यह स्थायी नहीं है और यदि आप ऐसा करना चाहें तो आप भविष्य में इसे उलट सकते हैं।

चर्चा बंद करें

कुछ स्थितियों में, आप अपने चैनल पर टिप्पणियाँ बंद करना चुन सकते हैं। यह करने के लिए:

- अपने YouTube खाते में साइन इन करें।
- ऊपरी बाएँ कोने में मेरा चैनल चुनें।
- अपने चैनल बैनर के नीचे सेटिंग्स पर क्लिक करें।
- सभी टिप्पणियों को रोकने के लिए चर्चा दिखाएँ टैब को बंद करें या आप बदल भी सकते हैं टिप्पणियाँ ताकि स्वीकृत होने तक उन्हें प्रदर्शित न किया जाए।

20. यूट्यूब - नकारात्मक टिप्पणियाँ प्रबंधित करें

यूट्यूब मार्केटिंग

किसी न किसी बिंदु पर, सभी लोकप्रिय YouTube चैनलों को नकारात्मक टिप्पणी का सामना करना पड़ता है। इससे निपटने के तीन तरीके हैं:

- टिप्पणियाँ हटाएँ, रिपोर्ट करें या छिपाएँ (कृपया ऊपर विवरण देखें)
- टिप्पणी पर ध्यान न दें
- उत्तर दें

सर्वोत्तम प्रथाएँ आम तौर पर चरम स्थितियों (जैसे धमकियाँ या व्यक्तिगत जानकारी प्रकट करना) को छोड़कर, अन्य रणनीतियों के बजाय उत्तर देने को प्राथमिकता देती हैं। किसी नकारात्मक टिप्पणी का उत्तर देने के लिए यहां कुछ सर्वोत्तम अभ्यास दिए गए हैं।

प्रतिक्रिया देने के लिए समय निकालें

आपकी प्रारंभिक प्रतिक्रिया हो सकती है "क्या झटका है! क्या बकवास है!"

तुम्हारी हिम्मत कैसे हुई यह कहने की?" लेकिन वह रचनात्मक नहीं है।

निर्माण के लिए कुछ समय लें

एक सुविचारित उत्तर जो आपके और टिप्पणीकार दोनों के लिए सम्मान के साथ संप्रेषित होता है।

उन्हें संदेह का लाभ दें

सोशल मीडिया चैनलों पर टिप्पणियाँ बिना किसी संदर्भ, बिना किसी चेहरे के संकेत और बिना किसी लहजे के आती हैं। यह मत समझिए कि उनकी टिप्पणी का आशय नकारात्मक था। उन्हें शायद पता ही नहीं होगा कि उनकी टिप्पणी क्या है

आपके लिए "नकारात्मक" माना जाता है।

बहस मत करो

आम तौर पर यह आपके सर्वोत्तम हित में है, यहां तक कि तर्कशील लोगों के साथ व्यवहार करते समय भी, बहस में शामिल होना। आपका उत्तर उन सभी लोगों को दिखाई देता है जो आपके वीडियो पर टिप्पणियों को देखते हैं। उस प्रतिष्ठा के बारे में सोचें जिसे आप बनाने का प्रयास कर रहे हैं और आपका उत्तर अन्य लोगों को कैसा लगेगा जो आपके वीडियो पर टिप्पणी करना चाहते हैं।

रचनात्मक आलोचना को नकारात्मकता से अलग करें

कुछ YouTube उपयोगकर्ता ऐसे हैं जो नकारात्मकता पर पलते हैं और कुछ ऐसे भी हैं जो वास्तव में बातचीत में योगदान देना चाहते हैं, भले ही वे आपसे आमने-सामने न मिलें। सुनिश्चित करें कि आप इन दो प्रकार के लोगों को एक साथ नहीं ला रहे हैं। रचनात्मक आलोचना की पेशकश करने वाले दर्शकों को शालीनता और प्रशंसा के साथ जवाब दें जो वे चर्चा में जोड़ रहे हैं। जब अलग-अलग दृष्टिकोण सम्मानपूर्वक लिखे जाएं तो उनका स्वागत करें।



ट्रोल्स को मत खिलाओ

इंटरनेट पर ऐसे लोग हैं जो तर्क-वितर्क करने में आनंद चाहते हैं। उनके साथ जुड़ना थका देने वाला हो सकता है और कभी भी उत्पादक नहीं होता। यदि आपको लगता है कि आप किसी इंटरनेट ट्रोल् से निपट रहे हैं, तो सावधानी से चलें और उससे अलग होने से न डरें (यानी उन्हें अनदेखा करें)।

जब आपके YouTube वीडियो बड़ी संख्या में दर्शकों को आकर्षित करने लगते हैं, तो आप अपने खाते पर मुद्राकरण सक्षम करके उन क्लिप को राजस्व के एक अतिरिक्त स्रोत में बदल सकते हैं।

मुद्राकरण एक सरल प्रक्रिया है जो विज्ञापन के लिए YouTube के नियमों और शर्तों से सहमत होने के बाद शुरू होती है। इसके बाद, आप अपने वीडियो के साथ विज्ञापन चलाने की अनुमति दे सकते हैं, और YouTube विज्ञापन राजस्व का एक हिस्सा आपके साथ साझा करेगा।



यहां वे चरण दिए गए हैं जिनका पालन करके आप अपने YouTube खाते से कमाई कर सकते हैं:

- अपने YouTube खाते में साइन इन करें, और फिर खोलने के लिए साइडबार में अपना नाम क्लिक करें आपका YouTube प्रोफाइल पृष्ठ.
- "वीडियो मैनेजर" लिंक पर क्लिक करें, "चैनल सेटिंग्स" पर क्लिक करें और फिर मुद्राकरण पृष्ठ खोलने के लिए "मुद्राकरण" पर क्लिक करें। इस पृष्ठ में उन वीडियो के प्रकारों की जानकारी है जो विज्ञापनों के लिए योग्य हैं। आम तौर पर, आप केवल स्वयं द्वारा बनाए गए वीडियो पर विज्ञापनों की अनुमति दे सकते हैं, और वीडियो में किसी भी कॉपीराइट सामग्री का उपयोग करने के लिए आपके पास लिखित अनुमति होनी चाहिए।
- पृष्ठ के शीर्ष पर "मेरा खाता सक्षम करें" बटन पर क्लिक करें, और फिर जांचें YouTube के नियमों और शर्तों से सहमति दर्शाने वाले बॉक्स।
- अपने खाते के लिए मुद्राकरण सक्षम करने के लिए "मुझे स्वीकार है" पर क्लिक करें। भले ही अब आपके खाते के लिए मुद्राकरण सक्षम है, जब तक आप व्यक्तिगत वीडियो के लिए विज्ञापन सक्षम नहीं करते तब तक आप कोई आय नहीं अर्जित करेंगे।

- साइडबार में "चैनल सेटिंग्स" पर क्लिक करें और फिर "सत्यापित करें" पर क्लिक करें। अपना फ़ोन नंबर दर्ज करें, "वॉयस कॉल" या "एसएमएस" चुनें और फिर "सबमिट करें" पर क्लिक करें। Google आपको छह अंकों वाले सत्यापन कोड के साथ कॉल या टेक्स्ट संदेश भेजता है जिसे आपको अगली स्क्रीन पर दर्ज करना होगा। एक बार जब आप कोड सबमिट कर देते हैं, तो आपका खाता सत्यापित हो जाता है और आप अपने वीडियो से कमाई कर सकते हैं।
- अपलोड पेज पर लौटने के लिए साइडबार में "वीडियो मैनेजर" पर क्लिक करें। अपने एक या अधिक वीडियो के बगल में स्थित बॉक्स को चेक करें, और फिर सूची के शीर्ष पर "क्रियाएँ" मेनू से "मुद्रीकृत करें" चुनें।
- उन प्रकार के विज्ञापनों का चयन करें जिन्हें आप अपने वीडियो के साथ अनुमति देना चाहते हैं। YouTube हमेशा आपके वीडियो के ऊपर या किनारे पर बैनर विज्ञापन प्रदर्शित करेगा, लेकिन आप इसकी अनुमति भी दे सकते हैं
पूर्वावलोकन विज्ञापनों को वीडियो से पहले प्रदर्शित करें, या ओवरले विज्ञापनों को आपके वीडियो के निचले हिस्से में पारदर्शिता के रूप में प्रदर्शित होने दें।
- अपना चयन करने के बाद "मुद्रीकृत करें" पर क्लिक करें। YouTube यह सुनिश्चित करने के लिए आपके विज्ञापनों का पूर्वावलोकन करेगा कि वे मुद्रीकरण की आवश्यकताओं को पूरा करते हैं, और फिर स्वीकृत या उन्हें लगभग 48 घंटों में अस्वीकार करें।
- कुछ मामलों में YouTube आपसे लिखित दस्तावेज़ मांग सकता है कि आप वीडियो की सामग्री के कॉपीराइट धारक हैं। आपके वीडियो स्वीकार हो जाने पर आपके अपलोड पृष्ठ पर "मुद्रीकृत" लेबल कर दिया जाएगा।

YouTube वीडियो का प्रचार करते समय, आप अपने वीडियो की दृश्यता बढ़ाने के लिए कुछ बुनियादी बातों को ध्यान में रख सकते हैं।

आकर्षक वीडियो थंबनेल का उपयोग करें

विश्वास करें या न करें, मैं अभी भी कई लोगों को YouTube पर वीडियो बनाते समय इसका उपयोग नहीं करते देखता हूँ। सच तो यह है कि आपको खोज परिणामों से दर्शकों का ध्यान खींचने का एक तरीका चाहिए ताकि वे आपका वीडियो भी देख सकें।

आपके लिंक में (<http://>) अवश्य होना चाहिए

यह सरल लगता है लेकिन बहुत से लोग इसमें असफल हो जाते हैं। यदि आप चाहते हैं कि लोग आपकी वेबसाइट पर क्लिक करें, तो आपको यह सुनिश्चित करना होगा कि आपके द्वारा प्रदान किया गया लिंक क्लिक करने योग्य है। यदि आप ऐसा नहीं करते हैं, तो आप अपनी साइट पर बहुत सारा ट्रैफिक खो देंगे।

उदाहरण के लिए, जब आप अपने वीडियो के विवरण में "www.yourwebsite.com" जैसे लिंक डालते हैं, तो यह क्लिक करने योग्य नहीं होगा।

इसके बजाय, आपका लिंक "<http://yourwebsite.com>" होना चाहिए। यह एक वास्तविक क्लिक करने योग्य लिंक बन जाएगा जहां लोग आपकी साइट पर जा सकते हैं।



आपके द्वारा अपलोड किए गए प्रत्येक वीडियो को कीवर्ड आधारित प्लेलिस्ट में जोड़ें

यह एक महत्वपूर्ण बात है जिसे बहुत से लोग नहीं जानते हैं। बस इतना ध्यान रखें कि सबकुछ आपको अपने वीडियो पर ट्रैफिक और व्यूज़ बढ़ाने का विचार रखना चाहिए।

ऐसा करने का सबसे अच्छा तरीका प्रासंगिक कीवर्ड के आधार पर अत्यधिक केंद्रित वीडियो बनाना है। लेकिन कीवर्ड केंद्रित वीडियो को कीवर्ड केंद्रित "प्लेलिस्ट" में जोड़ने की आवश्यकता है। क्यों? क्योंकि प्लेलिस्ट सर्च इंजन में रैंक कर सकती हैं।

अपने वीडियो में हमेशा 'कॉल टू एक्शन' शामिल करें

आपके द्वारा बनाए गए प्रत्येक वीडियो में किसी न किसी प्रकार की कार्रवाई का आह्वान होना चाहिए। वीडियो के अंत में अपने दर्शकों को बताएं कि आप उनसे क्या करवाना चाहते हैं। (यूट्यूब वीडियो कॉल बटन पर अनुभाग देखें)

अपनी ऑडियो गुणवत्ता जांचें

यह महत्वपूर्ण है कि आप अपने वीडियो की ऑडियो गुणवत्ता की जांच करें। हमेशा ध्यान रखें कि जहां वीडियो स्वयं महत्वपूर्ण है, वहीं ऑडियो भी महत्वपूर्ण है। अच्छे वीडियो बनाते समय अपने ऑडियो को ध्यान में रखने से दर्शकों का समग्र अनुभव बेहतर होता है। आजकल उच्च गुणवत्ता वाला माइक प्राप्त करना कठिन नहीं है और यह काफी सस्ता भी है।

प्रतिबंधित मोड

जब YouTube पर वीडियो देखने की बात आती है, तो खाता स्वामी कुछ प्रकार के वीडियो को अक्षम या सक्षम कर सकता है। सुरक्षा सेटिंग आमतौर पर उन वीडियो पर लागू होती है जिन्हें छोटे बच्चों और किशोरों को नहीं देखना चाहिए। इस सेटिंग को ऑन करने पर इसे रेस्ट्रिक्टेड मोड कहा जाता है। संभावित रूप से अनुपयुक्त सामग्री को पहचानने और फ़िल्टर करने के लिए YouTube समुदाय फ़्लैगिंग, आयु-प्रतिबंध और अन्य संकेतों का उपयोग करता है।

YouTube के अनुसार, "प्रतिबंधित मोड ब्राउज़र या डिवाइस स्तर पर काम करता है, इसलिए आपको इसे आपके द्वारा उपयोग किए जाने वाले प्रत्येक ब्राउज़र के लिए चालू करना होगा। यदि आपका ब्राउज़र एकाधिक प्रोफ़ाइल का समर्थन करता है, तो आपको इसे प्रत्येक प्रोफ़ाइल के लिए सक्षम करना होगा। यदि आप चाहते हैं कि प्रतिबंधित मोड सक्षम रहे इस ब्राउज़र का उपयोग करने वाले किसी भी व्यक्ति के लिए, आप प्रतिबंधित मोड को लॉक कर सकते हैं।"

प्रतिबंधित मोड को लॉक या अनलॉक करने की प्रक्रिया इस प्रकार है:

Lock Restricted Mode

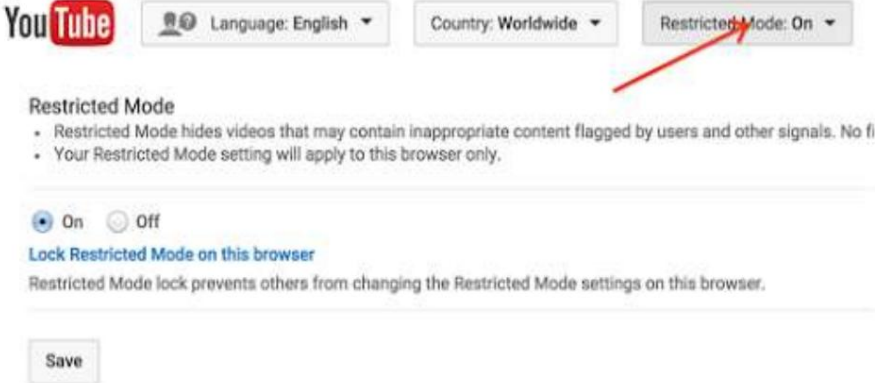
1. Sign in to your YouTube account.
2. Scroll to the bottom of any YouTube page and click the **Restricted Mode** drop-down menu.
3. Select **Lock Restricted Mode on this browser**.
4. When prompted, enter your account password.

Unlock Restricted Mode

1. Sign in to your YouTube account.
2. Scroll to the bottom of any YouTube page and click **Unlock Restricted Mode on this browser**.
3. When prompted, enter your username and password.
4. Scroll to the bottom of the page and select **Off**.
5. Click **Save**.

निम्नलिखित स्क्रीनशॉट दिखाता है कि आप प्रतिबंधित मोड को कैसे चालू या बंद कर सकते हैं।

1. Sign in to your YouTube account.
2. Scroll to the bottom of any YouTube page and click the **Restricted Mode** drop-down menu.
3. Select **On** or **Off**.
4. Click **Save**.



Restricted Mode

- Restricted Mode hides videos that may contain inappropriate content flagged by users and other signals. No fi
- Your Restricted Mode setting will apply to this browser only.

On Off

[Lock Restricted Mode on this browser](#)

Restricted Mode lock prevents others from changing the Restricted Mode settings on this browser.

Save

एक बार सक्षम होने पर, प्रतिबंधित मोड चालू रहता है, भले ही आप लॉग इन हों या नहीं (और यदि कोई अन्य व्यक्ति किसी भिन्न YouTube खाते में लॉग इन करता है)। उस खाते से साइन आउट करना सुनिश्चित करें जिसने प्रतिबंधित मोड चालू कर दिया है ताकि कंप्यूटर के अन्य उपयोगकर्ता सेटिंग नहीं बदल सकें।

Google अब आपको अपने Google+ पृष्ठों को आपके YouTube खातों और चैनलों से लिंक करने में सक्षम बनाता है। इसका मतलब है कि एक व्यक्ति अधिकतम 50 YouTube खाते प्रबंधित कर सकता है। दूसरी ओर, इसका मतलब है कि सहयोगी YouTube चैनलों में 50 एडमिन तक हो सकते हैं, अब आपको अपनी पूरी टीम के साथ एक भी पासवर्ड साझा करने की आवश्यकता नहीं होगी।

नई सुविधाओं और व्यवस्थापक नियंत्रणों का लाभ उठाने के लिए, आपको अपनी YouTube खाता सेटिंग पर जाना होगा और "Google+ पृष्ठ से कनेक्ट करें" का चयन करना होगा। वहां से, आप एक नया Google+ पेज, एक मौजूदा Google+ पेज जो पहले से ही YouTube खाते के स्वामित्व में है या प्रबंधित है, या एक Google+ प्रोफ़ाइल को लिंक करना चुन सकते हैं।



अतिरिक्त व्यवस्थापक जोड़ना एक बहुत ही सरल प्रक्रिया है। एक बार आपके खाते लिंक हो जाएं, तो चैनल की खाता सेटिंग पर जाएं, प्रबंधकों को जोड़ें या हटाएं पर क्लिक करें और उस व्यक्ति का ईमेल पता दर्ज करें जिसे आप जोड़ना चाहते हैं। याद रखें, केवल Google+ पृष्ठ का स्वामी ही प्रबंधकों को जोड़ या हटा सकता है।

यदि आप एक से अधिक चैनल प्रबंधित कर रहे हैं, तो आप एक समय में केवल एक का ही उपयोग कर सकते हैं। इसका मतलब यह है कि आपको YouTube के ऊपरी दाएं कोने में अपने नाम या आइकन पर क्लिक करके और "खाता स्विच करें" पर क्लिक करके उस चैनल पर स्विच करना होगा जिसे आप प्रबंधित करना चाहते हैं। वहां आपको अपनी व्यक्तिगत Google पहचान के साथ-साथ आपके द्वारा प्रबंधित Google+ पेज से जुड़े किसी भी चैनल सहित एक सूची मिलेगी।

एक सामग्री निर्माता के रूप में, आप अपने वर्तमान और संभावित दर्शकों में से प्रत्येक व्यक्ति की जरूरतों को पूरा करना पसंद करते हैं। ऐसा करने का एक तरीका वीडियो ट्रांसक्रिप्ट है। प्रतिलेख बिल्कुल कैप्शन की तरह होते हैं। उनमें टेक्स्ट के रूप में केवल वही शामिल है जो वीडियो में कहा गया है।

उपशीर्षक और बंद कैप्शन जोड़ने के लिए नीचे दिए गए चरणों का पालन करें:

- ऊपर दाईं ओर अपने खाते पर क्लिक करके अपने वीडियो मैनेजर पर जाएं -> स्टूडियो बनाएं -> वीडियो मैनेजर -> वीडियो।
- जिस वीडियो में आप कैप्शन या उपशीर्षक जोड़ना चाहते हैं उसके आगे ड्रॉप-डाउन पर क्लिक करें संपादन बटन के बगल में मेनू।
- उपशीर्षक और सीसी चुनें।
- नए उपशीर्षक या सीसी जोड़ें बटन पर क्लिक करें।
- चुनें कि आप अपने वीडियो में संपादित उपशीर्षक या बंद कैप्शन कैसे जोड़ना चाहते हैं।

स्वचालित कैप्शनिंग का उपयोग करें

YouTube आपके वीडियो के लिए स्वचालित रूप से कैप्शन बनाने के लिए वाक् पहचान तकनीक का उपयोग कर सकता है। यदि स्वचालित कैप्शन उपलब्ध हैं, तो वे स्वचालित रूप से वीडियो पर प्रकाशित हो जाएंगे।

स्वचालित कैप्शन अंग्रेजी, फ्रेंच, जर्मन, इतालवी, डच, स्पेनिश, जापानी, कोरियाई, पुर्तगाली और रूसी में उपलब्ध हैं।

अपनी प्रतिलेख फ़ाइल को प्रारूपित करें

आपके वीडियो में जो कहा गया था उसका पाठ टाइप करें और इसे एक सादे पाठ फ़ाइल (.txt) के रूप में सहेजें। आप अन्य प्रारूपों (जैसे माइक्रोसॉफ्ट वर्ड, एचटीएमएल, पीडीएफ) को एक सादे टेक्स्ट फ़ाइल में परिवर्तित कर सकते हैं या आप अपने कंप्यूटर पर टेक्स्टएडिट या नोटपैड जैसे मूल प्रोग्राम का उपयोग कर सकते हैं।

सर्वोत्तम परिणाम प्राप्त करने के लिए, इन फ़ॉर्मेटिंग युक्तियों का उपयोग करें:

- किसी नए कैप्शन की शुरुआत को बाध्य करने के लिए एक रिक्त पंक्ति का उपयोग करें।
- पृष्ठभूमि ध्वनि को निर्दिष्ट करने के लिए वर्गाकार कोष्ठकों का उपयोग करें। उदाहरण के लिए, [संगीत] या [हंसी]।
- स्पीकर की पहचान करने या स्पीकर बदलने के लिए >> जोड़ें।

आपकी ट्रांसक्रिप्ट फ़ाइल कैसे दिख सकती है इसका एक उदाहरण यहां दिया गया है:

```
>> ALICE: Hi, my name is Alice Miller and this is John Brown
```

```
>> JOHN: and we're the owners of Miller Bakery.
```

```
>> ALICE: Today we'll be teaching you how to make  
our famous chocolate chip cookies!
```

```
[intro music]
```

```
Okay, so we have all the ingredients laid out here
```

जब आप एक वीडियो बनाते हैं, तो आपके पास दो प्रमुख परिणाम होते हैं जिन्हें आप तलाश रहे होते हैं। पहला यह है कि लोग उस वीडियो को देखें, और उसे देखने से जुड़ी सभी चीजें करें (सगाई के लिए टिप्पणी करना, दृश्यता के लिए साझा करना, आदि)। दूसरा यह है कि वे आपके द्वारा डाले गए अन्य वीडियो, या आपके द्वारा उस और अन्य वेबसाइटों पर उत्पादित अन्य सामग्री को देखते हैं। ऐसा करने के लिए, आपको कॉल-टू-एक्शन बटन की आवश्यकता है।

जब आप इसे अपने वीडियो पर लागू करते हैं, तो इसे कॉल टू एक्शन ओवरले के रूप में जाना जाता है। ये छोटे विज्ञापन हैं जो आपके क्लिप के दौरान वीडियो प्लेयर के नीचे आते हैं।

आपके YouTube वीडियो के लिए ओवरले बनाना बहुत सरल है।

- अपने खाते में साइन इन करें जहां वीडियो अपलोड किया गया है, या जहां आप वीडियो अपलोड करना चाहते हैं।
- एक बार जब कोई वीडियो सफलतापूर्वक अपलोड हो जाए, तो अपने डैशबोर्ड के शीर्ष पर स्थित खाते पर जाएं।
- मेरे वीडियो शीर्षक से एक अनुभाग होना चाहिए और उसके अंतर्गत अपलोड किए गए वीडियो होना चाहिए। इस लिंक पर क्लिक करें और यह आपको आपके खाते पर अपलोड की गई प्रत्येक क्लिप का थंबनेल संस्करण देगा। प्रत्येक थंबनेल पर एक संपादन बटन होगा।
- वीडियो को संपादित करने से आपको टेक्स्ट बॉक्स की एक श्रृंखला के साथ कॉल टू एक्शन ओवरले अनुभाग मिलेगा। इन्हें आवश्यक जानकारी भरें, फिर परिवर्तन सहेजें पर क्लिक करें।



27. यूट्यूब - यूट्यूब पार्टनर प्रोग्राम

यूट्यूब पार्टनर प्रोग्राम क्रिएटर्स को विज्ञापन, सशुल्क सब्सक्रिप्शन और मर्चेन्डाइज सहित कई तरीकों से यूट्यूब पर सामग्री से कमाई करने की सुविधा देता है।

YouTube पार्टनर बनने में कोई शुल्क नहीं लगता और यह पूरी तरह से वैकल्पिक है। YouTube भागीदार बनने का सबसे बड़ा लाभ यह है कि Google सभी विज्ञापन प्लेसमेंट, राजस्व संग्रह और आपके भुगतान को संभालता है।

एक बार जब आप कार्यक्रम का हिस्सा बन जाते हैं:

- Google आपके वीडियो का विज्ञापनदाताओं से मिलान करता है, यह तय करता है कि कौन से विज्ञापन प्रदर्शित होंगे, और सभी ट्रैफिक (दृश्यों) के साथ-साथ विज्ञापन प्रतिक्रियाओं पर भी नज़र रखता है।
- फिर YouTube आपको भागीदार कार्यक्रम में आपकी भागीदारी के अनुसार भुगतान करता है। आपको विज्ञापनदाताओं को ढूँढने, आग्रह करने या प्रबंधित करने की कोई आवश्यकता नहीं है। यह एक स्वचालित प्रक्रिया बन जाती है।



यूट्यूब पार्टनर प्रोग्राम के लाभ

YouTube पार्टनर प्रोग्राम आपकी सहायता करेगा:

- अपनी कमाई की क्षमता का विस्तार करें - YouTube दुनिया का सबसे बड़ा ऑनलाइन वीडियो समुदाय है, जो आपको अपनी मुद्रित सामग्री के साथ वैश्विक दर्शकों तक पहुंचने में सक्षम बनाता है।
- एक गैर-अनन्य समझौते के माध्यम से लचीलापन प्राप्त करें - YouTube यह प्रतिबंधित नहीं करता है कि भागीदार कहां सामग्री अपलोड और वितरित कर सकते हैं, इसलिए आप YouTube और अन्य प्लेटफॉर्मों पर अपनी सामग्री से कमाई कर सकते हैं।
- अपने प्रदर्शन को ट्रैक और प्रबंधित करें - अपने YouTube प्रदर्शन और कमाई को ट्रैक करने और अंतर्दृष्टि प्राप्त करने में सहायता के लिए रिपोर्ट प्राप्त करने के लिए YouTube Analytics का उपयोग करें जो आपको बेहतर बनाने में मदद कर सकता है।

पात्रता मानदंड और साइन अप करें

यह देखने के लिए जांचें कि क्या आपका YouTube चैनल YouTube पार्टनर प्रोग्राम मानदंडों को पूरा करता है, और फिर भागीदार बनने के लिए चरणों का पालन करें:

- कार्यक्रम आपके देश में उपलब्ध है। _____
- आप मूल, गुणवत्तापूर्ण सामग्री अपलोड करते हैं जो विज्ञापनदाता के अनुकूल हो।
- आपकी वीडियो सामग्री YouTube सेवा की शर्तों का अनुपालन करती है और समुदाय [दिशानिर्देश](#)। _____
- आपने YouTube कॉपीराइट शिक्षा सामग्री की समीक्षा की है। _____

आप अपने समर्पित यूट्यूब एनालिटिक्स पेज पर नवीनतम मेट्रिक्स और रिपोर्ट के साथ अपने चैनल और वीडियो के प्रदर्शन की निगरानी कर सकते हैं। आपके पास विभिन्न रिपोर्ट प्रकारों में से चुनने का विकल्प है, जैसे देखने का समय, ट्रैफिक स्रोत और जनसांख्यिकी रिपोर्ट।

आप सीधे youtube.com/analytics पर जा सकते हैं या नीचे दिए गए चरणों का पालन कर सकते हैं:

- अपने YouTube खाते में साइन इन करें और अपने खाता आइकन > क्रिएटर स्टूडियो पर क्लिक करें।
- बाई ओर, एनालिटिक्स चुनें।
- वह रिपोर्ट चुनें जिसे आप देखना चाहते हैं।



एनालिटिक्स डिफ़ॉल्ट सेटिंग्स कैसे सेटअप करें

ये सेटिंग्स उपयोगकर्ता स्तर पर लागू की जाती हैं और व्यक्तिगत रिपोर्ट देखते समय इन्हें ओवरराइट किया जा सकता है। मुद्रा, समय अवधि, सामग्री और देखने के समय की इकाइयों जैसी श्रेणियों से प्राप्त करें।

आप सीधे youtube.com/analytics पर जा सकते हैं या अपनी सेटिंग चुनने के लिए नीचे दिए गए चरणों का पालन कर सकते हैं:

- अपने YouTube खाते में साइन इन करें और अपने खाता आइकन > क्रिएटर स्टूडियो पर क्लिक करें।
- बाई ओर, एनालिटिक्स चुनें।
- ऊपर दाई ओर, सेटिंग आइकन पर क्लिक करें।
- निम्नलिखित फ़िल्ड के लिए अपनी डिफ़ॉल्ट सेटिंग चुनें: मुद्रा, समय अवधि, डिफ़ॉल्ट सामग्री और देखने के समय की इकाई।

आइए अब उन विभिन्न रिपोर्टों को समझने का प्रयास करें जिन्हें आप अपने वीडियो और चैनलों की लोकप्रियता का विश्लेषण करने के लिए YouTube Analytics से एक्सेस कर सकते हैं।

अवलोकन रिपोर्ट

YouTube के अनुसार, अवलोकन रिपोर्ट एक उच्च-स्तरीय सारांश है कि आपकी सामग्री YouTube पर कैसा प्रदर्शन कर रही है। अपनी YouTube सामग्री के लिए कुछ बुनियादी प्रदर्शन मीट्रिक तुरंत देखने के लिए इसका उपयोग करें।

आप अवलोकन रिपोर्ट में निम्नलिखित अनुभाग देखेंगे. कार्ड पर क्लिक करने से आपको उस अनुभाग की अधिक विस्तृत रिपोर्ट मिल जाएगी।

- प्रदर्शन मेट्रिक्स: चयनित सामग्री के लिए देखने का समय, दृश्य और कमाई (यदि लागू हो) का सारांश देता है।
- सगाई मेट्रिक्स: विभिन्न जुड़ाव मानदंडों, जैसे पसंद, नापसंद, टिप्पणियां, शेयर और पसंदीदा के लिए सबसे प्रासंगिक डेटा प्रदर्शित करता है।
- शीर्ष 10 सामग्री: आपके चैनल के लिए सामग्री के शीर्ष 10 टुकड़े दिखाता है, जैसे देखने के समय के अनुसार चैनल, प्लेलिस्ट और संपत्ति।
- जनसांख्यिकी: दर्शकों के लिंग और स्थान के बारे में जानकारी एकत्र करता है।
- डिस्कवरी: देखने के समय के आधार पर शीर्ष प्लेबैक स्थानों और शीर्ष ट्रैफ़िक स्रोतों के लिए मैट्रिक्स का सारांश प्रस्तुत करता है।

राजस्व रिपोर्ट

राजस्व रिपोर्ट केवल उन YouTube पार्टनर्स के लिए उपलब्ध हैं जिनके पास संबद्ध AdSense खाता है। आप नीचे दिए गए चरणों का पालन करके अपनी राजस्व रिपोर्ट देख सकते हैं:

- अपने YouTube खाते में लॉग इन करें।
- ऊपर दाईं ओर, अपना खाता > क्रिएटर स्टूडियो चुनें।
- बाएं मेनू में, एनालिटिक्स > राजस्व रिपोर्ट पर क्लिक करें।

आप यह देखने के लिए राजस्व रिपोर्ट का उपयोग कर सकते हैं:

- चार भागीदार सामग्री प्रकारों के लिए राजस्व-संबंधित विवरण - सभी दावा की गई सामग्री, दावा किया गया भागीदार और प्रीमियम उपयोगकर्ता द्वारा अपलोड की गई सामग्री, दावा किया गया मानक उपयोगकर्ता द्वारा अपलोड की गई सामग्री, और सभी भागीदार द्वारा अपलोड की गई सामग्री (आप उपलब्ध मेट्रिक्स के आगे "साझेदार" शब्द देखेंगे)
- चैनल और वीडियो स्तर पर राजस्व संबंधी विवरण (मेट्रिक्स उपलब्ध हैं "आपका" राजस्व के रूप में दिखाया गया है)
- अनुमानित राजस्व - Google द्वारा बेचे गए सभी विज्ञापन स्रोतों से शुद्ध राजस्व चयनित दिनांक सीमा और क्षेत्र.

- अनुमानित विज्ञापन राजस्व - चयनित तिथि और क्षेत्र के लिए ऐडसेंस के माध्यम से नीलामी-बेचे गए विज्ञापन और डबलक्लिक के माध्यम से आरक्षित-बेचे गए विज्ञापन से अनुमानित राजस्व।
- लेनदेन से प्राप्त राजस्व, जैसे भुगतान की गई सामग्री और फैन फंडिंग (यदि लागू)
- यूट्यूब रेड से प्राप्त राजस्व (यदि लागू हो)

विज्ञापन दरें/रिपोर्ट

विज्ञापन दरें रिपोर्ट केवल YouTube पार्टनर्स के लिए उपलब्ध है जिनके पास अपने खाते में राजस्व डेटा तक पहुंच है। यह YouTube विज्ञापन राजस्व, अनुमानित मुद्रिकृत प्लेबैक, प्रति मील लागत (सीपीएम), और आपकी सामग्री पर चलने वाले विज्ञापनों के लिए विज्ञापन इंप्रेसन पर डेटा प्रदान करता है। रिपोर्ट का उपयोग यह आकलन करने के लिए करें कि समय के साथ विभिन्न विज्ञापन प्रकार एक-दूसरे के सापेक्ष कैसा प्रदर्शन कर रहे हैं।

अपनी विज्ञापन दरें रिपोर्ट देखने के लिए, आप सीधे विज्ञापन दरें रिपोर्ट पर जा सकते हैं या नीचे दिए गए चरणों का पालन कर सकते हैं:

- अपने YouTube खाते में लॉग इन करें।
- ऊपर दाईं ओर, अपना खाता > क्रिएटर स्टूडियो चुनें।
- बाएं मेनू में, एनालिटिक्स > विज्ञापन दरें पर क्लिक करें।

ध्यान दें: विज्ञापन दरों की रिपोर्ट के मान राजस्व रिपोर्ट की संख्याओं से मेल नहीं खाएंगे। विज्ञापन दरों की रिपोर्ट सकल आंकड़े (विज्ञापनदाताओं द्वारा विज्ञापन चलाने के लिए भुगतान की गई राशि) दिखाती है। राजस्व रिपोर्ट शुद्ध राजस्व (वह राशि जो आपको भुगतान की जाएगी) दिखाती है, जो

राजस्व बंटवारे और आंशिक स्वामित्व में कारक।

समय रिपोर्ट देखें

देखने का समय वीडियो निर्माताओं को उनके वीडियो की गुणवत्ता और विभिन्न वीडियो दर्शकों को कितनी अच्छी तरह आकर्षित करते हैं, यह समझने में मदद करता है। मेट्रिक्स में न केवल देखने का समय बल्कि औसत दृश्य अवधि, देखे गए औसत प्रतिशत और दर्शकों के प्रतिधारण जैसे संबंधित मेट्रिक्स भी शामिल हैं।

यह जानने के लिए इन मेट्रिक्स का उपयोग करें कि आपके दर्शक कितने व्यस्त हैं और उन्हें और अधिक देखने में रुचि कैसे जगाएं, इसकी जानकारी प्राप्त करें।

देखने के समय और दृश्यों के बारे में डेटा देखने के लिए वॉच टाइम रिपोर्ट का उपयोग करें। रिपोर्ट YouTube.com, एम्बेडेड प्लेयर और मोबाइल YouTube ऐप्स से एकत्र किए गए निम्नलिखित डेटा को दिखाती है।

अपनी वॉच टाइम रिपोर्ट देखने के लिए, आप नीचे दिए गए चरणों का पालन कर सकते हैं:

- अपने YouTube खाते में लॉग इन करें।
- ऊपर दाईं ओर, अपना खाता > क्रिएटर स्टूडियो चुनें।
- बाएं मेनू में, एनालिटिक्स > विज्ञापन दरें पर क्लिक करें।

रिपोर्ट डाउनलोड करने के लिए, ऊपर दाईं ओर रिपोर्ट निर्यात करें पर क्लिक करें।

वॉच टाइम रिपोर्ट का उपयोग कैसे करें

रिपोर्ट के शीर्ष पर, आप देखे जाने का समय और देखे जाने की संख्या देखेंगे। आप सामग्री प्रकार, भूगोल, दिनांक, सदस्यता स्थिति, YouTube उत्पाद और उपशीर्षक या बंद कैप्शन जैसे आयामों के आधार पर डेटा देखने के लिए ग्राफ़ के नीचे टैब का उपयोग कर सकते हैं।

आप कई अन्य वॉच टाइम रिपोर्ट में से चुन सकते हैं जैसे:

- श्रोता प्रतिधारण - आपका वीडियो कितनी अच्छी तरह से रहता है इसका एक समग्र माप प्राप्त करें श्रोता।
- प्लेबैक स्थान - उन पृष्ठों या साइटों को दिखाता है जिन पर आपके वीडियो हैं पर देखा गया।
- ट्रैफ़िक स्रोत - उन साइटों और YouTube सुविधाओं को दिखाता है जिनका उपयोग दर्शक खोजने के लिए करते हैं आपकी सामग्री।
- डिवाइस - आपको विभिन्न डिवाइस और ऑपरेटिंग सिस्टम के बारे में जानकारी देता है जिनका उपयोग दर्शक आपके वीडियो देखने के लिए करते हैं।
- जनसांख्यिकी - आपको अपने दर्शकों की आयु सीमा और लिंग वितरण को समझने में मदद करता है। यह डेटा सभी डिवाइस से लॉग-इन किए गए दर्शकों पर आधारित है।

सगाई रिपोर्ट

सहभागिता रिपोर्ट यह दिखाने का एक शानदार तरीका है कि कोई उपयोगकर्ता आपके वीडियो के साथ कैसे इंटरैक्ट करता है। इसके अनुसार क्रमबद्ध करें:

- सब्सक्राइबर की जानकारी
- पसंद और नापसंद
- पसंदीदा
- वीडियो प्लेलिस्ट है
- टिप्पणियाँ
- साझा करना
- टिप्पणियाँ
- कार्ड

वास्तविक समय रिपोर्ट

पिछले पांच प्रकाशित वीडियो के अनुमानित दृश्य डेटा को देखने के लिए वास्तविक समय रिपोर्ट का उपयोग किया जाता है।

आप इस डेटा को अलग-अलग वीडियो की रिपोर्ट में भी देख सकते हैं। सामग्री निर्माता सबसे हाल ही में प्रकाशित वीडियो के प्रदर्शन की शुरुआती अंतर्दृष्टि पर नज़र डाल सकते हैं और बेहतरी के लिए उनकी प्रचार रणनीति को बदलने में आपकी मदद कर सकते हैं।

अपनी वास्तविक समय रिपोर्ट देखने के लिए, नीचे दिए गए चरणों का पालन करें:

- अपने YouTube खाते में लॉग इन करें।
- ऊपर दाईं ओर, अपना खाता > क्रिएटर स्टूडियो चुनें।
- बाएं मेनू में, एनालिटिक्स > रीयलटाइम पर क्लिक करें।

वास्तविक समय रिपोर्ट में, आप दो ग्राफ़ देख सकते हैं:

- घंटे-दर-घंटे डेटा: 2 दिनों की स्लाइडिंग विंडो के लिए उपलब्ध। यह पिछले 48 घंटों की दृश्य संख्या दिखाता है, उस समयावधि में दर्शकों की संख्या के साथ आने वाली चोटियों और घाटियों को दर्शाता है।
- मिनट-दर-मिनट डेटा: 1 घंटे की स्लाइडिंग विंडो के लिए उपलब्ध। यह ग्राफ़ है जो संभवतः आपको वापस लाएगा, क्योंकि यह पिछले 60 मिनट की गतिविधि दिखाता है।

YouTube रचनाकारों को ये आँकड़े अविश्वसनीय रूप से उपयोगी लगेंगे क्योंकि रिपोर्ट किसी वीडियो के प्रदर्शन पर प्रारंभिक जानकारी देती है और इसका उपयोग यह समायोजित करने के लिए किया जा सकता है कि वीडियो को कैसे प्रचारित किया जा रहा है।