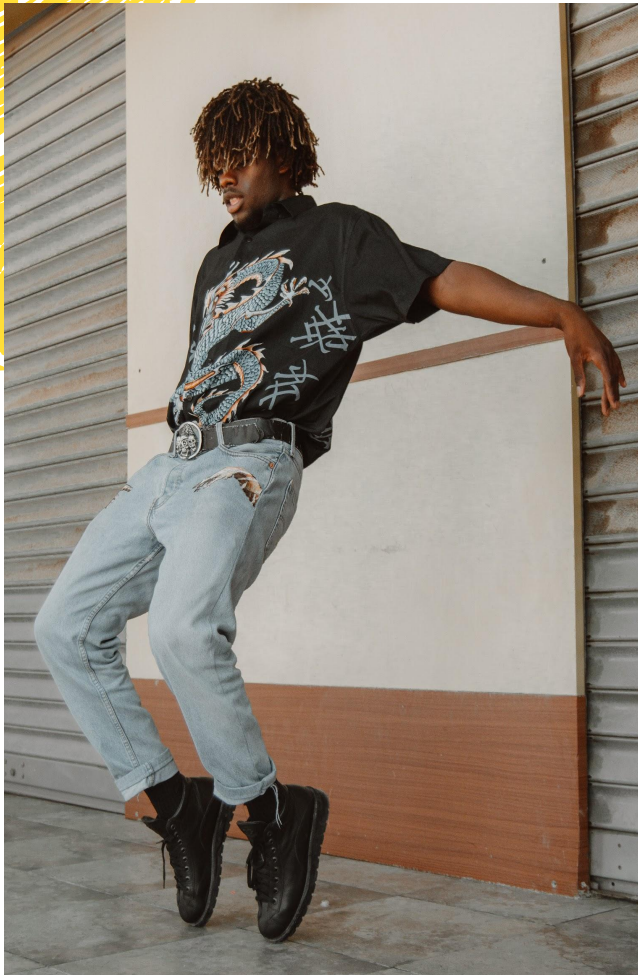
La versione di YouTube per video brevi

YouTube Shorts



Indice

1. Vision e funzionalità
2. Best practice
3. Ispirazione
4. Domande e risposte

Vision

Dare a tutti la possibilità di far sentire la propria voce e **aiutare i creator ad ampliare il proprio pubblico con i video brevi**.

Come?

Possibilità di creare da dispositivi mobili

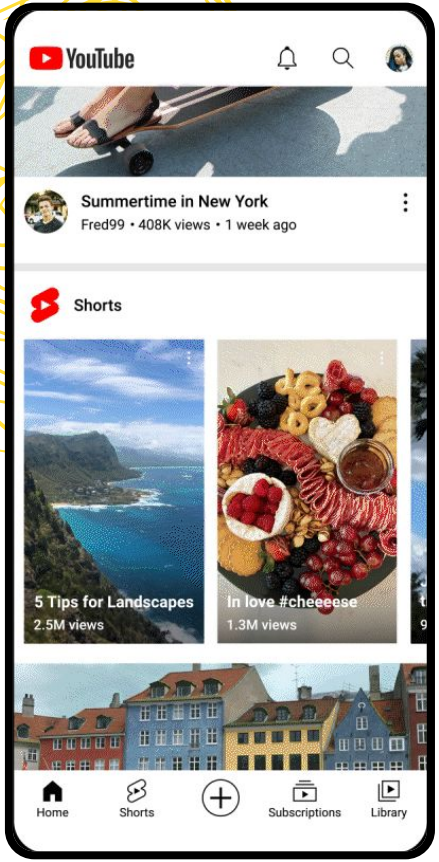
Shorts è un nuovo modo di guardare e creare contenuti di intrattenimento di breve durata e facilmente accessibili, che combinano la copertura di YouTube con la semplicità e i vantaggi dei video brevi. Rendendo possibile la creazione dai dispositivi mobili, spianiamo la strada a chiunque voglia diventare un creator su YouTube.

Potenziamento della scoperta

Punti a lanciare una nuova tendenza, a diventare una star nella sezione dei commenti o vuoi semplicemente guardare dei contenuti? Qualunque sia il tuo obiettivo, Shorts è il posto giusto per te. Considerando che a luglio 2021 le visualizzazioni giornaliere del player di Shorts hanno superato la soglia dei 15 miliardi, la community di Shorts sta crescendo insieme a te.

FUNZIONALITÀ

Parliamo di creazione



CREAZIONE DA DISPOSITIVI MOBILI

Gira il tuo video

Inizia

Per iniziare, tocca l'icona Crea (+) in basso al centro della home page nell'app YouTube per dispositivi mobili. Seleziona quindi il titolo "Crea uno Short" nel sottomenu Crea.

Crea

E qui inizia il divertimento! Con la videocamera Shorts, puoi riprendere contenuti della durata massima di 60 secondi e usufruire di strumenti interessanti. Per fare in modo che il video sia idoneo per il Fondo di Shorts, non caricare video con filigrane o loghi di altre piattaforme.

CREAZIONE DA DISPOSITIVI MOBILI

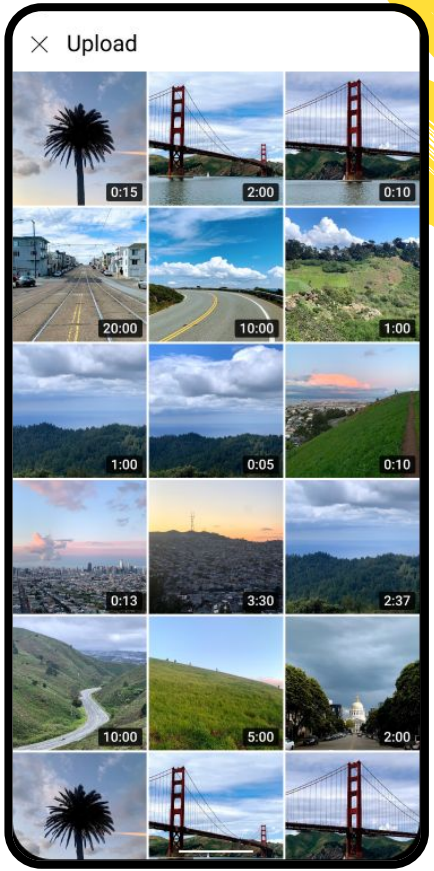
Recupera contenuti già creati

Importa segmenti e registrazioni

Disponi di video che non hai registrato con la videocamera Shorts? Puoi caricarli e modificarli nell'app YouTube per creare uno Short. Nella videocamera Shorts, tocca l'angolo in basso a sinistra per accedere alla tua raccolta video, scegli un clip e taglialo se necessario. Tornerai automaticamente alla videocamera e potrai registrare o aggiungere un altro video dal tuo rullino. Quando avrai terminato il filmato, potrai aggiungere gli ultimi ritocchi, come audio o testo, e condividerlo con il mondo intero.

Salva le bozze

Sei in un momento creativo, ma vuoi pubblicare il tuo video in un secondo momento? Devi solo selezionare la "X" in alto a sinistra nella videocamera Shorts e salvare i tuoi progressi toccando "Salva ed esci". Se dopo aver registrato o aggiunto segmenti hai apportato ulteriori modifiche, ad esempio aggiungendo testo o audio, puoi selezionare il pulsante freccia indietro in alto a sinistra e toccare "Salva ed esci".



CREAZIONE DA DISPOSITIVI MOBILI

Scegli l'audio

Aggiungi una traccia audio

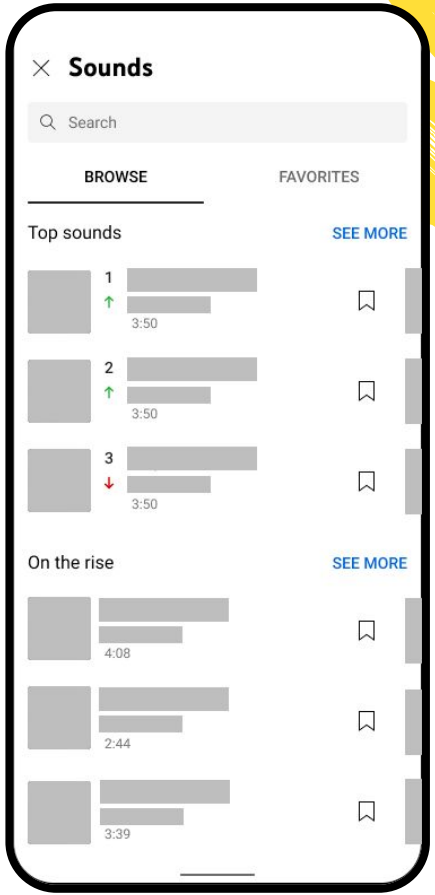
Per aggiungere audio al tuo Short, tocca "Aggiungi audio" in alto al centro della videocamera Shorts. Da qui, puoi scegliere una traccia audio e decidere in quale sezione del video includerla. Per regolare il volume, tocca "Volume" mentre ti trovi nell'editor di Shorts, quindi trascina opportunamente la leva.

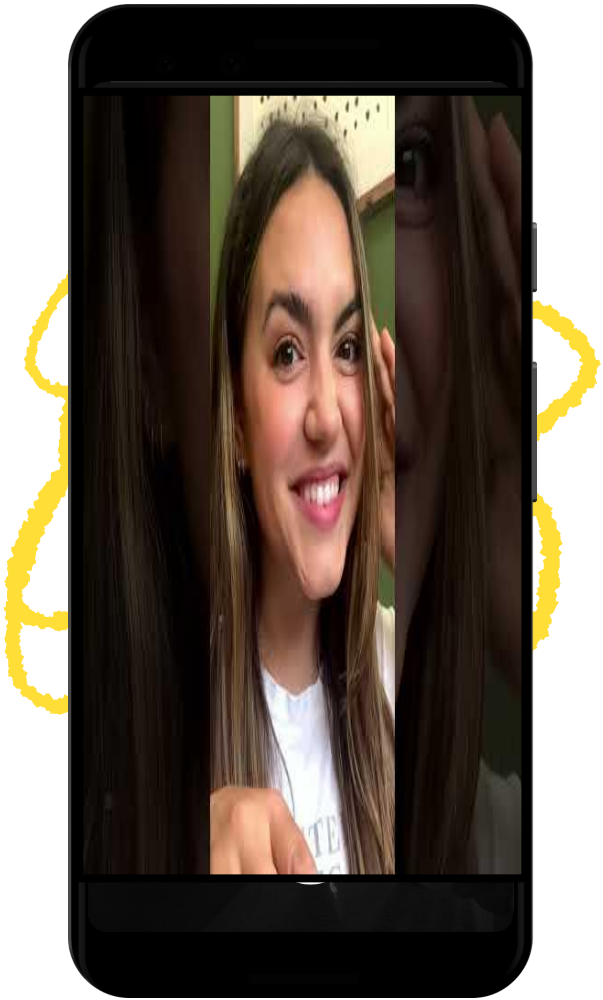
Cerca quello che vuoi nel feed

Hai sentito qualcosa che ti piace tra i contenuti nel tuo feed di Shorts? Se hai l'ispirazione giusta, puoi farne uso all'istante per cogliere al volo una tendenza. In alternativa, puoi toccare l'audio utilizzato nel video e salvarlo tra i tuoi preferiti, così potrai ritrovarlo al momento opportuno nella scheda Preferiti.

Clip di 15 secondi

Attualmente, la raccolta audio di Shorts limita la durata dell'audio a 15 secondi. Non dimenticarlo quando scegli e posizioni una traccia!





CREAZIONE DA DISPOSITIVI MOBILI

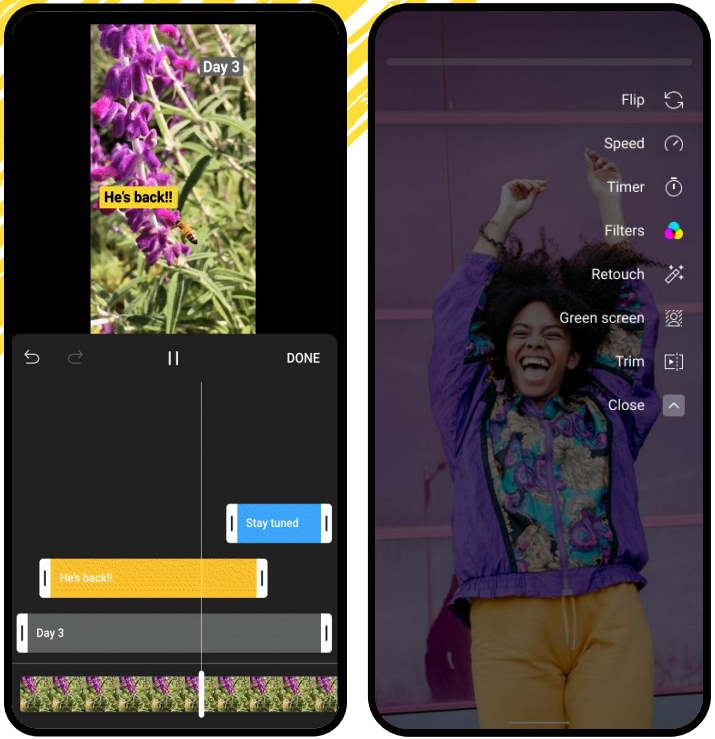
Reinventa l'audio

Reinventa

Mentre guardi un video di lunga durata senti una traccia audio che ti ispira? Ora hai la possibilità di campionare l'audio dei tuoi video di YouTube preferiti per aggiungerlo allo Short che stai realizzando. Basta toccare il pulsante "Crea" con l'icona Shorts sopra la descrizione per accedere direttamente alla videocamera Shorts con l'audio in questione.

Ricrea

Mentre scorri tra gli Short trovi un audio che ti fa impazzire? Se tocchi la traccia in basso a destra nel player, si aprirà la raccolta audio, dove potrai scoprire gli altri Short che ne fanno uso per fare incetta di altre idee. Quando vuoi cominciare, tocca "Usa questa traccia audio" per accedere alla videocamera Shorts.



CREAZIONE DA DISPOSITIVI MOBILI

Dai spazio alla tua creatività con funzionalità interessanti

Modifica la velocità

Vuoi accelerare o rallentare il ritmo delle riprese? Tocca l'icona Velocità, seleziona la velocità che preferisci e inizia a registrare.

Imposta un timer

Non hai un cameraman? Nessun problema. Ora puoi effettuare le riprese a mani libere toccando il pulsante Timer e selezionando la durata del conto alla rovescia.

Aggiungi testo

Puoi utilizzare l'editor di testo per aggiungere sottotitoli, commenti o didascalie divertenti.

Allinea i fotogrammi

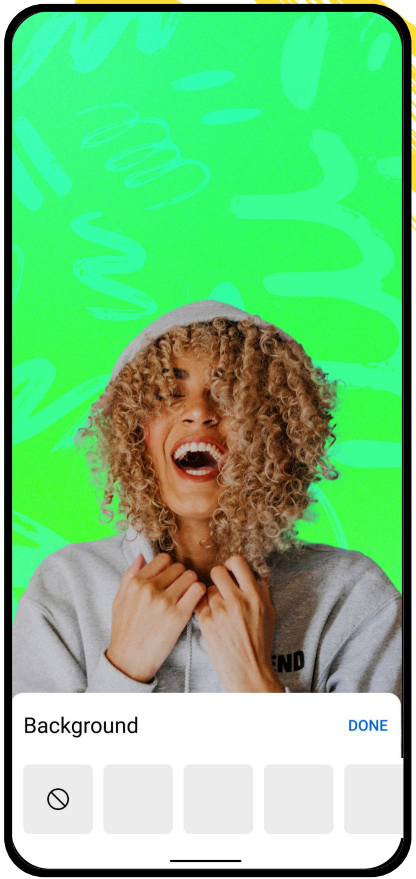
Vuoi creare la transizione perfetta? Lo strumento Allinea ti permette di allineare l'oggetto dell'ultimo fotogramma con quello successivo.

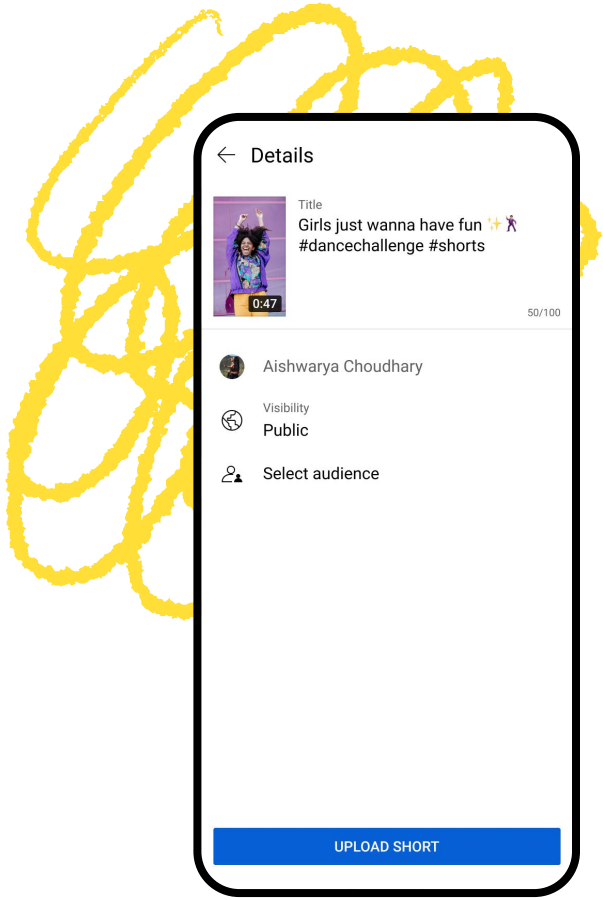
CREAZIONE DA DISPOSITIVI MOBILI

Una marcia in più alla tua storia con lo Schermo verde

A volte la tua storia ha bisogno di una marcia in più: se stai cercando di immergerti in un contesto divertente o se vuoi mostrare le prove mentre racconti un pettegolezzo, lo strumento Schermo verde è qui per te.

Per utilizzare lo strumento, apri la videocamera Shorts e tocca l'icona Schermo verde sulla destra. Quindi, scegli una foto o un video dal tuo rullino da utilizzare come sfondo di uno Short. Devi solo registrare e il gioco è fatto!





CREAZIONE DA DISPOSITIVI MOBILI

Metti a punto gli ultimi ritocchi

Titoli e hashtag

Prima di pubblicare il tuo video, pensa a un titolo #relatable che sia comunicativo, fornisca importanti informazioni di contesto, si rivolga agli spettatori o aggiunga un tocco di umorismo ai tuoi contenuti. Alla fine del titolo puoi anche aggiungere, facoltativamente, degli hashtag correlati. Noi consigliamo di aggiungere #Shorts per aiutare il sistema a consigliare i tuoi Short su YouTube.

Nota per i tag e le descrizioni

I tag dei video (non gli hashtag) NON sono un fattore importante per i sistemi di ricerca e scoperta, bensì uno strumento utile se il nome del tuo canale o dei tuoi contenuti viene digitato spesso in maniera errata. Le descrizioni ti consentono di fornire informazioni più dettagliate su determinati contenuti, ma è molto meno probabile che possano essere fruibili da uno spettatore di Shorts rispetto al titolo del video e ai suoi primi secondi: è qui che vanno concentrati gli sforzi.

CREAZIONE DA DISPOSITIVI MOBILI

Il Fondo di Shorts

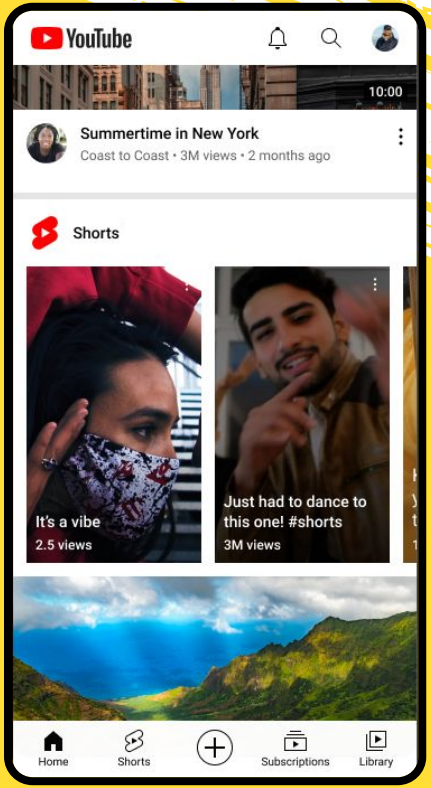
Ogni mese contatteremo migliaia di creator, autori di Short che hanno ottenuto un alto livello di coinvolgimento, per assegnare loro un premio mensile che può raggiungere un importo di 10.000 $.

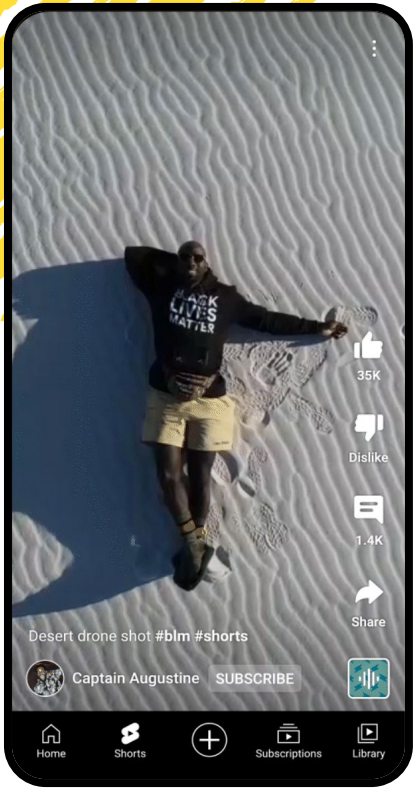
Per essere idonei per il Fondo di Shorts, i tuoi Short:

1. Devono essere conformi alle Norme della community
2. Devono essere stati caricati negli ultimi 180 giorni
3. Devono essere privi di filigrane o loghi di altre piattaforme
4. Non possono essere ricaricamenti dal canale di un altro creator

FUNZIONALITÀ

E la scoperta?





SCOPERTA

Dove si trovano gli Short?

Scheda Shorts

Una volta aperta l'app per dispositivi mobili, puoi trovare gli Short toccando la scheda Shorts nella barra di navigazione, in basso a sinistra.

Accederai così al player di Shorts, dove possono essere visualizzati solo i video verticali della durata massima di 60 secondi. Gli Short vengono visualizzati in loop in questo feed e gli spettatori possono scorrere verso l'alto o verso il basso per trovare ulteriori contenuti.

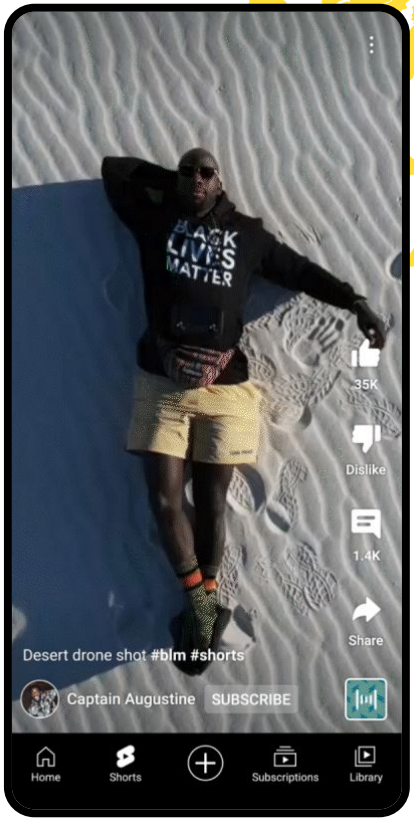
SCOPERTA

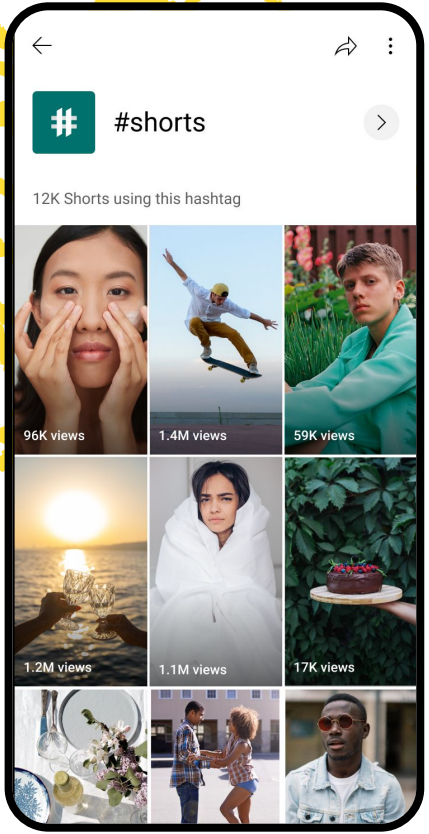
Dove si trovano gli Short?

Iscritti, Ricerca e Home page

Oltre che nell'apposita scheda, gli Short possono apparire anche nella Home page, nel feed degli iscritti e nella Ricerca.

In queste piattaforme, i contenuti vengono mostrati sia come Short singolo (con un badge univoco) sia all'interno di un insieme di riquadri nella sezione Shorts.





SCOPERTA

Dove si trovano gli Short?

Puoi trovare gli Short organizzati per audio, canale e hashtag, così hai un altro modo per scoprirli.

Audio

Senti una traccia audio che ti piace? Se tocchi l'icona Audio potrai accedere alla raccolta audio, in cui vengono messi in evidenza altri Short che usano il brano in questione.

Canale

Hai trovato un altro creator che ti fa impazzire? Scopri gli altri contenuti che ha creato toccando l'icona del suo canale nell'angolo in basso a sinistra.

Hashtag

Vedi un hashtag di tuo interesse? Esplora contenuti simili toccando l'hashtag nel titolo o nella descrizione.

FORMAZIONE

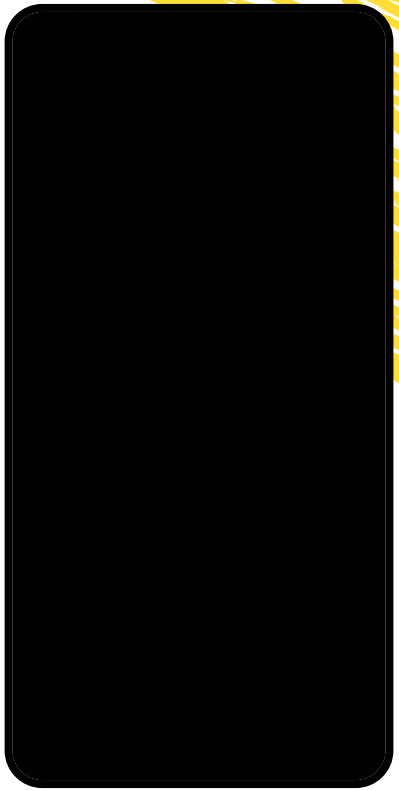
Best practice

BEST PRACTICE

Fa' che sia amore a prima vista

Cerca di attirare l'attenzione degli spettatori che stanno scorrendo gli Short nei primi secondi del tuo video. Non ci sono miniature nel feed di Shorts, pertanto i primi istanti del video sono cruciali per catturare il tuo pubblico ideale. Prova ad esempio con immagini accattivanti, un montaggio particolare o tracce audio conosciute.

Puoi fare un salto di qualità apportando miglioramenti creativi ai contenuti, ad esempio dal punto di vista della location, dell'illuminazione o dell'abbigliamento. Non ti costerà molto: ti basterà indossare un colore sgargiante nel video mentre balli o stare in piedi di fronte a una finestra nella tua storia, per citare alcuni semplici esempi creativi.



BEST PRACTICE

Punta sull'effetto loop

Non dà soddisfazione quando tutto torna e si chiude un cerchio? Quando il video inizia e finisce con la stessa scena e un audio complementare, gli utenti sono spinti a riguardarlo più volte di fila, aumentando il tuo tempo di visualizzazione. Per utilizzare questo suggerimento, assicurati di girare innanzitutto la fine e fai in modo che la durata del video sia breve, affinché gli utenti vedano l'intera storia.

BEST PRACTICE

Sfrutta i meme

YouTube ospita un flusso inarrestabile di meme. Seguire le tendenze non è solo un modo per divertirsi sulla piattaforma, ma accresce anche le probabilità di essere scoperti. Nella Raccolta audio, le tracce vengono visualizzate in ordine di popolarità, perciò dai spesso un'occhiata per scoprire le tracce del momento e riproporle con il tuo personalissimo stile.

Il modo migliore per far brillare la tua creatività? Restare fedele a ciò che ti fa divertire davvero! Su Shorts, a farla da padrone sono i video casuali, veri e senza filtri. Se non sai bene come iniziare, pensa ai contenuti che ti piace guardare e a come potresti realizzarli in prima persona.

BEST PRACTICE

Chi c'è là fuori?

Prima di cimentarti nella creazione di Short, tieni bene a mente l'ingrediente chiave: il pubblico. Quando inizi a delineare la strategia per uno Short, chiediti **per chi intendi realizzare i contenuti in questione**.

Uno degli aspetti che più contribuisce al fascino degli Short è la loro facile fruibilità, unita alla capacità di attirare un pubblico trasversale. Ma questo non significa che i tuoi Short non possano essere dedicati principalmente ai tuoi fan più fedeli.

Deciderlo fin da subito ti sarà di grande aiuto per realizzare incipit accattivanti nonché per stabilire quali storie raccontare e quali argomenti affrontare, il tutto monitorando attentamente il rendimento in base alle metriche più importanti per i tuoi obiettivi.

BEST PRACTICE

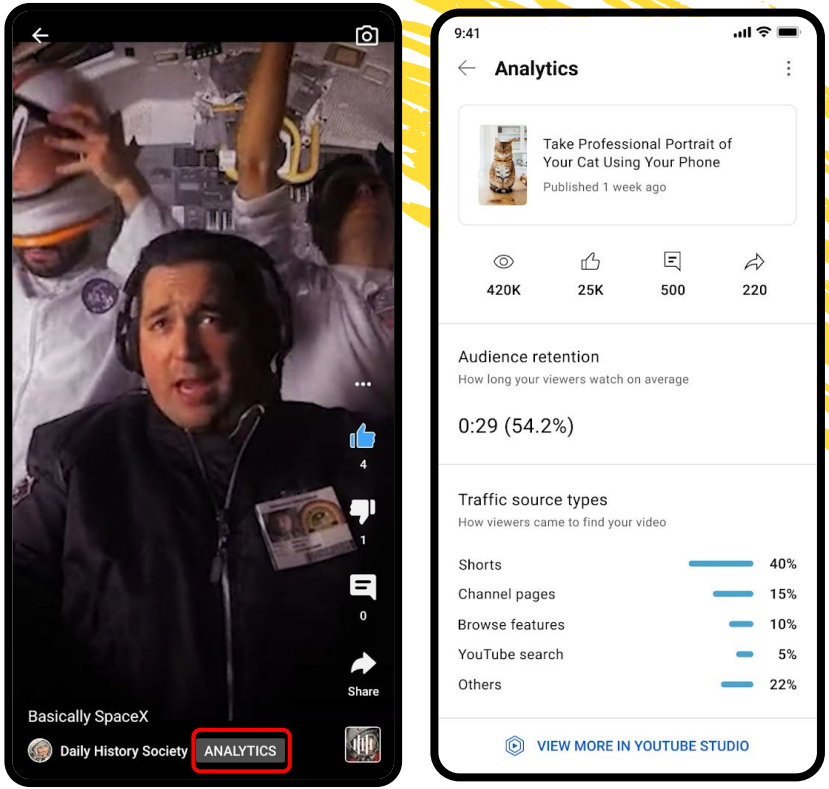
Esamina i dati

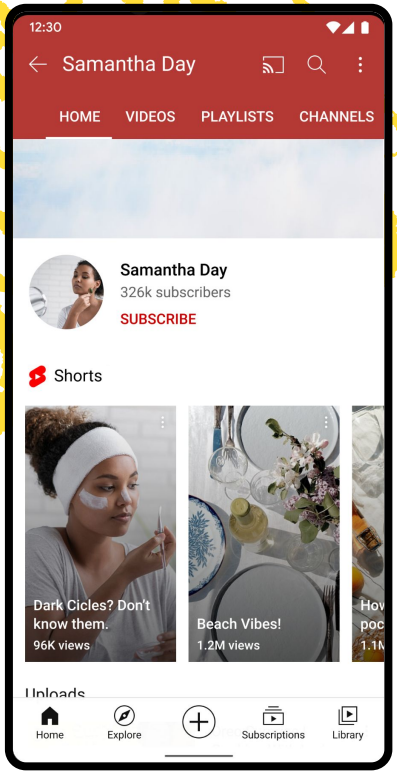
Quando guardi uno dei tuoi Short, puoi toccare il pulsante Analytics per visualizzare un'analisi dettagliata delle principali metriche che influiscono sul rendimento:

Visualizzazioni, Mi piace, commenti e condivisioni rappresentano un ottimo punto di partenza per le tue analisi. Metti a confronto queste statistiche per un piccolo gruppo di Short e prendi nota dei video che hanno registrato un alto volume di commenti o Mi piace: si tratta, infatti, di un valido indicatore della presenza di qualcosa di unico nei contenuti, che vale la pena di approfondire.

Fidelizzazione del pubblico fornisce informazioni sulla durata di visualizzazione media degli spettatori e sulla relativa percentuale rispetto alla durata complessiva. Hai uno Short riproducibile in loop? Potresti osservare una fidelizzazione superiore al 100% dovuta agli spettatori che guardano più di una volta lo Short.

Sorgenti di traffico mostra le piattaforme utilizzate dagli spettatori per trovare i tuoi Short. Anche se è probabile che la principale sorgente di traffico sia il feed di Shorts, prendi nota delle altre sorgenti e delle loro possibili implicazioni.





BEST PRACTICE

Un canale principale o due canali?

Disporre di un secondo canale per Shorts o utilizzarne uno unico dipende dalla visione creativa, non dal rischio in fatto di rendimento. Ti consigliamo di tenere in considerazione quanto segue:

Stile dei contenuti

Se i tuoi Shorts sono in linea con i tuoi contenuti di lunga durata, potrebbe avere senso mantenerli sul tuo canale principale. Tuttavia, se hai intenzione di variare, potrebbe essere meglio creare un nuovo canale per i tuoi Short.

Notifiche del canale

Gli spettatori che hanno attivato la campana non riceveranno notifiche ogni volta che pubblichi uno Short. Per evitare che gli spettatori dei canali che includono sia video di lunga durata che Short ricevano troppi avvisi, verranno inviate notifiche mirate agli utenti che hanno più probabilità di mostrare interesse verso i contenuti di Shorts.

BEST PRACTICE

Frequenza di pubblicazione

Nel definire la frequenza con cui intendi pubblicare contenuti, è importante considerare i seguenti aspetti:

Il tuo livello di interesse

Non c'è alcun obbligo di seguire ogni nuova tendenza né di usare ogni nuova traccia aggiunta nella raccolta audio. Quello che conta davvero è l'autenticità, perciò è meglio realizzare contenuti solo quando qualcosa ti coinvolge personalmente.

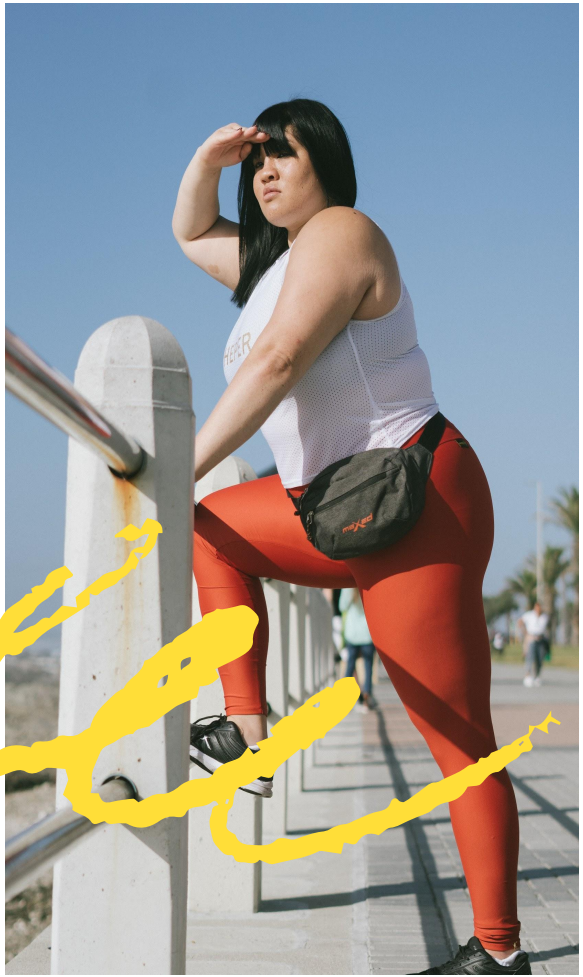
I tuoi impegni

Allo stesso modo, ti conviene prestare attenzione alla tua salute mentale e fisica. È importante che la frequenza con cui ti impegni a pubblicare sia in linea con il tempo e le risorse di cui disponi.

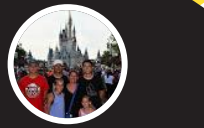
La tua creatività

Per alcuni, fissare una scadenza può rivelarsi un aiuto per osare e correre dei rischi sul piano creativo, mentre per altri avere un programma fisso può tradursi nella pubblicazione di contenuti di minore qualità. Considera entrambi questi scenari e fai la scelta più adatta alla tua situazione.

Caricare regolarmente video di qualità è più importante che caricare grandi quantità di contenuti: il volume di per sé non porta sempre a registrare risultati migliori.



Un case study



Klem Family

2,5 MLN

DI ISCRITTI

INFORMAZIONI PRELIMINARI

La famiglia Klem

Dal momento che doveva trascorrere più tempo insieme del solito durante il periodo del COVID, questa famiglia dell'Indiana di sei persone ha deciso di sfruttare il suo passatempo preferito: i giochi in famiglia! Anche se hanno cominciato a pubblicare i loro primi contenuti su Tik Tok a ottobre del 2020, il successo è arrivato velocemente con i primi video su YouTube e ora sono passati completamente a Shorts.

Pianificazione ed esecuzione

Obiettivo

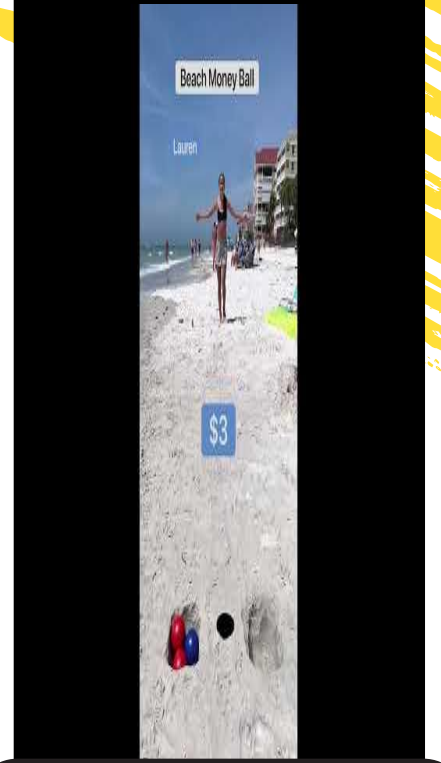
Divertirsi, trascorrere del tempo insieme e mostrare le abilità atletiche della famiglia.

Strategia

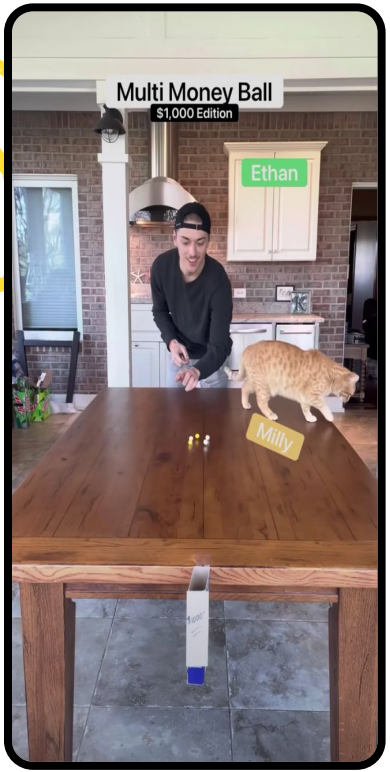
Puntando sui talenti che la contraddistinguono, la famiglia ha incentrato la propria strategia per i contenuti su un formato ripetibile basato sulla competizione e i premi.

Esecuzione

Dopo la prima pubblicazione di ottobre 2020, la famiglia ha cavalcato la risposta del pubblico e la propria creatività per far sì che i contenuti si evolvessero in modo coerente e trovando sempre sfide nuove e divertenti.



Beach Money Ball:
170 milioni di visualizzazioni



Risultati

3,2 miliardi
di visualizzazioni degli Short

25 milioni
di ore di tempo di visualizzazione

2,5 milioni
di iscritti acquisiti

DATI DI SETTEMBRE 2021

Perché ha funzionato

Gamification e scommesse

Concentrando i contenuti su sfide con premi in denaro,
i video della famiglia Klem utilizzano una strategia di gamification
e scommesse che attirano l'attenzione dello spettatore
e alimentano una reale suspense fino alla fine del video.

Formato coerente

Attenendosi a un formato competitivo coerente, i Klem consentono
agli spettatori di stabilire una connessione con i concorrenti,
offrono un motivo per tornare a guardarli, per legarsi al membro
preferito della famiglia o seguire chi vince da tempo.

Attrazione universale

Puntando su prove fisiche e seguendo regole semplici da capire,
i contenuti della famiglia intrattengono a prescindere dalla lingua
parlata e dalla conoscenza dei contenuti precedenti.

Cut The Flour Challenge:
32 milioni di visualizzazioni

Domande?