

Présentation de la version courte de YouTube





Sommaire

1. Vision et fonctionnalités
2. Bonnes pratiques
3. Sources d'inspiration
4. Questions/Réponses



Vision

Permettre à chacun de s'exprimer, et **aider les créatrices et créateurs à élargir leur audience avec des vidéos courtes**



Comment ?

En facilitant la création sur mobile

Les Shorts offrent une nouvelle manière de regarder et de créer des contenus courts, divertissants et facilement accessibles, qui allient le potentiel de YouTube en matière d'audience à l'aspect ludique des vidéos courtes. Grâce à ce format, tout le monde peut facilement devenir créatrice ou créateur sur YouTube.

En optimisant la visibilité

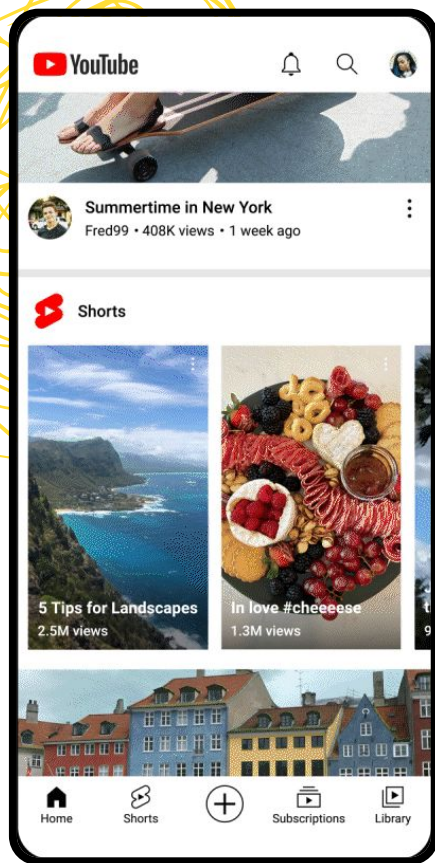
Vous voulez lancer une tendance, devenir la star d'une section de commentaires ou simplement regarder des contenus ? Les Shorts sont faits pour vous. En juillet 2021, le lecteur Shorts enregistrait plus de 15 milliards de vues par jour à travers le monde. La communauté Shorts grandit, rejoignez-la.



FONCTIONNALITÉS

Place à la création





CRÉATION SUR MOBILE

Filmez votre Short

Se lancer

Pour commencer, appuyez sur l'icône de création (+) en bas au centre de la page d'accueil de l'application mobile YouTube. Appuyez sur "Créer un Short" dans le sous-menu qui s'affiche.

Créer

Amusez-vous ! La caméra Shorts vous permet de filmer jusqu'à 60 secondes de contenu et d'accéder à des outils ludiques. Pour vous assurer d'être éligible au fonds Shorts, évitez de mettre en ligne des vidéos avec des filigranes ou des logos d'autres plates-formes.



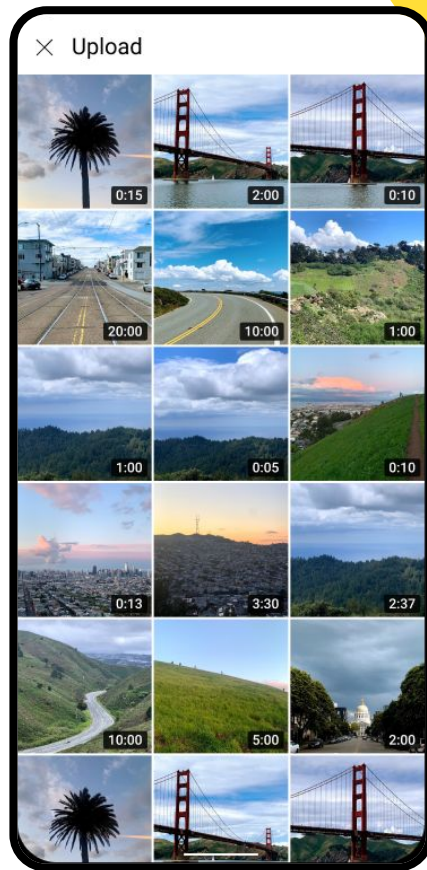
Puisez dans vos souvenirs

Importer des séquences et filmer

Vous avez des vidéos qui n'ont pas été enregistrées avec la caméra Shorts ? Vous pouvez les importer et les modifier dans l'application YouTube pour créer un Short. Dans la caméra Shorts, appuyez sur l'icône en bas à gauche pour accéder à votre bibliothèque de vidéos, puis sélectionnez un extrait et coupez-le si nécessaire. Vous serez ensuite redirigé vers la caméra, depuis laquelle vous pourrez importer une autre vidéo de votre pellicule ou en enregistrer une nouvelle. Une fois satisfait de vos séquences, vous pouvez y apporter des touches finales en ajoutant des sons ou du texte, par exemple. Enfin, partagez votre Short avec le monde entier !

Enregistrer vos brouillons

Vous êtes d'humeur créative, mais vous ne voulez pas publier votre Short tout de suite ? Appuyez sur la croix en haut à gauche de la caméra Shorts, puis sélectionnez "Enregistrer et quitter" pour conserver votre création. Si vous avez modifié votre Short après l'avoir filmé ou assemblé (par exemple, si vous y avez ajouté du texte ou de la musique), appuyez sur la flèche de retour en haut à gauche, puis sélectionnez "Enregistrer et quitter".



Choisissez votre piste audio

Ajouter un son

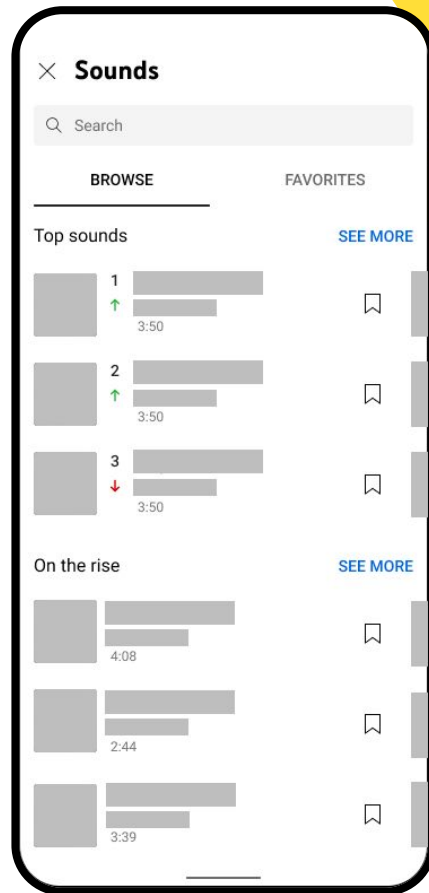
Pour ajouter une piste audio à votre Short, appuyez sur "Ajouter un son" en haut au centre de la caméra Shorts. Vous pouvez alors sélectionner un son et choisir l'extrait à ajouter à votre vidéo. Pour régler le volume, cliquez sur "Volume" dans l'outil d'édition Shorts et faites glisser le levier jusqu'à atteindre le réglage de votre choix.

Utiliser un son trouvé dans le flux

Vous avez entendu un titre qui vous plaît en parcourant le flux "Shorts" ? Si vous êtes d'humeur créative, vous pouvez créer un Short immédiatement à partir de ce titre pour surfer sur la tendance. Sinon, vous pouvez appuyer sur l'audio utilisé et l'enregistrer pour le retrouver plus tard dans l'onglet "Favoris".

Extraits de 15 secondes

Actuellement, la durée des sons disponibles dans la bibliothèque audio Shorts est limitée à 15 secondes. Pensez-y lorsque vous choisissez et insérez un titre.



CRÉATION SUR MOBILE

Réutilisez des sons

Réinventer

Imaginez que vous regardez une vidéo longue et qu'un son vous inspire. Vous pouvez désormais réutiliser les pistes audio de vos vidéos et Shorts préférés sur YouTube dans vos Shorts ! Il vous suffit d'appuyer sur le bouton "Créer" avec l'icône Shorts au-dessus de la description pour utiliser un son directement dans la caméra Shorts.

Recréer

Vous avez entendu une piste audio qui vous plaît en regardant un Short ? Appuyez sur la piste en bas à droite du lecteur pour accéder à la bibliothèque audio. Vous y trouverez d'autres Shorts qui l'utilisent et pourrez vous en inspirer. Lorsque vous serez prêt à filmer, appuyez sur "Utiliser ce son" pour accéder à la caméra Shorts.



CRÉATION SUR MOBILE

Place à la créativité grâce à des fonctionnalités exceptionnelles

Modifier la vitesse

Vous voulez accélérer ou ralentir votre Short ? Appuyez sur l'icône Vitesse, sélectionnez la vitesse de votre choix et lancez l'enregistrement.

Régler un minuteur

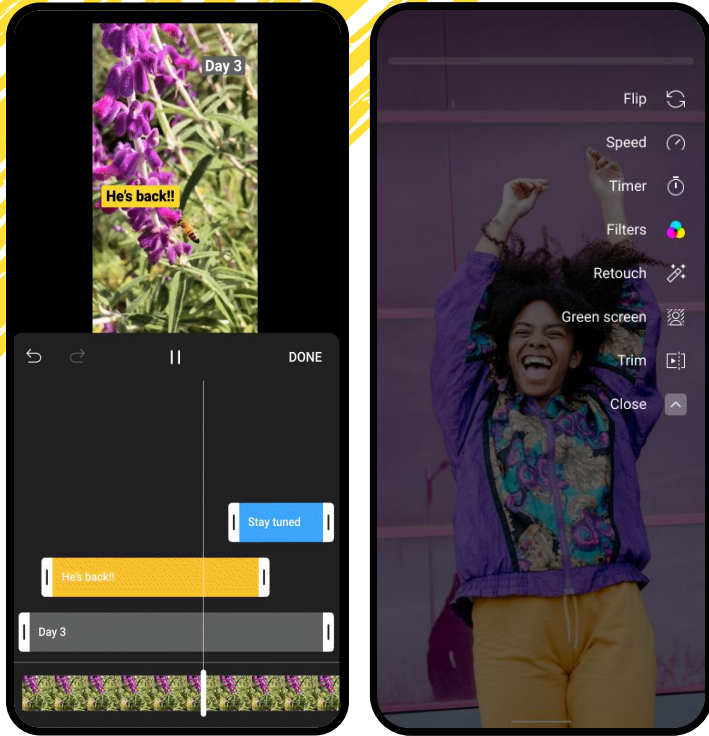
Vous n'avez pas de caméraman ? Aucun problème. Appuyez sur le bouton du minuteur pour enregistrer sans tenir votre appareil et choisir la durée du compte à rebours.

Ajouter du texte

Notre éditeur de texte vous permet d'ajouter des sous-titres, des commentaires ou des légendes amusantes.

Aligner les séquences

Vous cherchez à créer la transition parfaite ? L'outil d'alignement vous permet d'aligner le sujet de la dernière séquence dans la nouvelle !

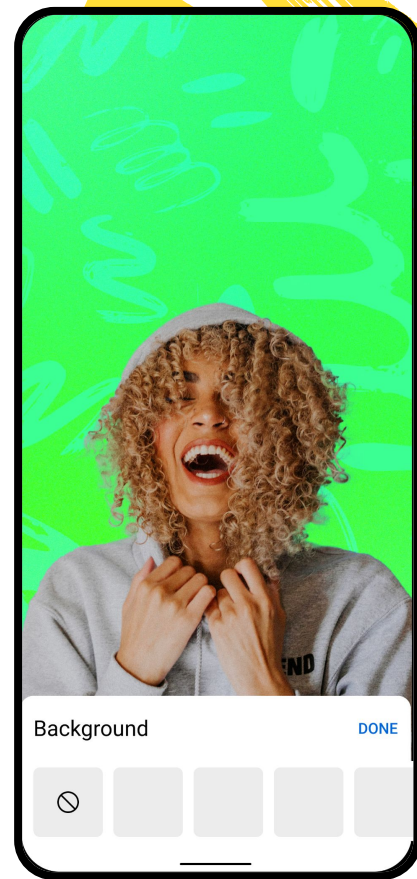


CRÉATION SUR MOBILE

Améliorez vos stories grâce au fond vert

Parfois, vos stories manquent d'un petit quelque chose. Que vous souhaitiez vous insérer dans un décor amusant ou montrer des captures d'écran pour appuyer votre récit, l'outil Fond vert est fait pour vous.

Pour l'utiliser, ouvrez la caméra Shorts et appuyez sur l'icône Fond vert sur la droite de l'écran. Ensuite, sélectionnez une photo ou une vidéo dans votre pellicule afin de l'utiliser comme arrière-plan de votre Short. Appuyez sur le bouton d'enregistrement et lancez-vous !



CRÉATION SUR MOBILE

Finalisez votre Short

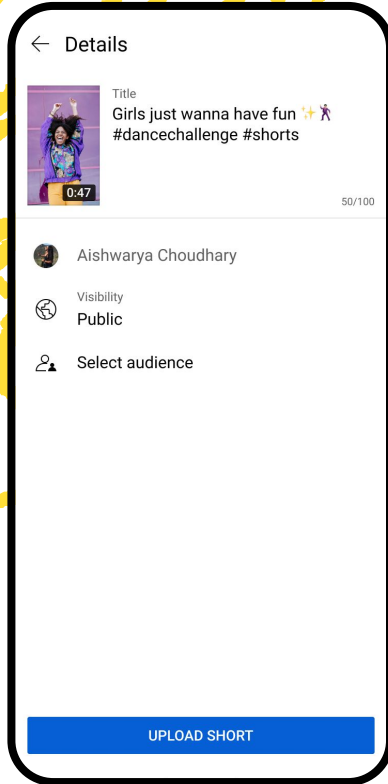
Titres et hashtags

Avant de publier votre Short, réfléchissez à un titre #relatable qui donne des informations importantes sur le contexte, s'adresse aux spectateurs ou apporte une touche d'humour à votre contenu. Vous pouvez aussi ajouter des hashtags en lien avec votre vidéo à la fin de son titre si vous le souhaitez. Nous vous conseillons d'inclure #Shorts afin que notre système puisse la recommander sur YouTube.

Tags et descriptions

Les tags d'une vidéo (à ne pas confondre avec les hashtags) ne sont PAS des facteurs importants pour nos systèmes de recherche et de découverte, mais ils peuvent vous être utiles si vos contenus ou le nom de votre chaîne sont souvent mal orthographiés.

Les descriptions vous permettent de fournir plus d'informations sur un contenu. Toutefois, les utilisateurs qui regardent des Shorts s'attardent souvent plus sur le titre et le début de la vidéo. Vous devez donc concentrer vos efforts sur les premières secondes.



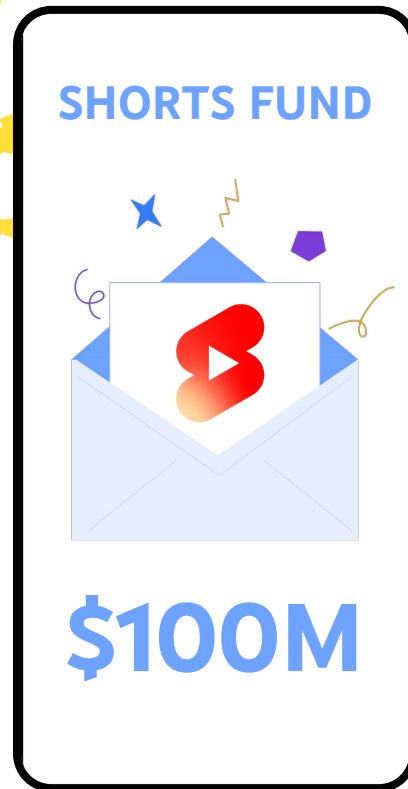
CRÉATION SUR MOBILE

Le fonds Shorts

Chaque mois, nous contacterons des milliers de créatrices et de créateurs à l'origine des Shorts les plus populaires pour les récompenser avec un bonus pouvant atteindre 10 000 \$.

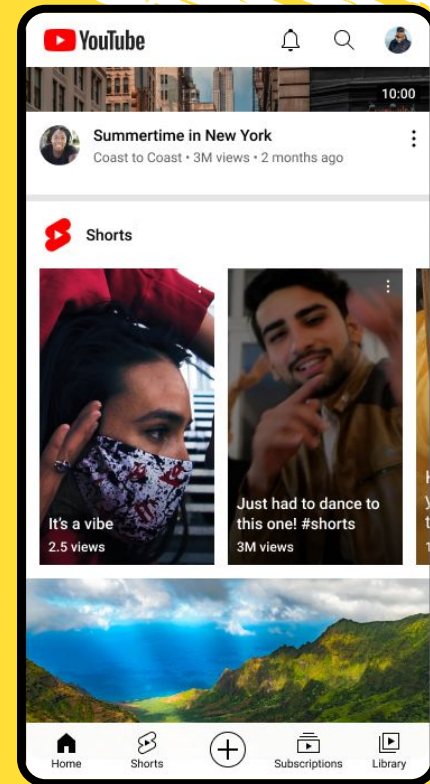
Pour pouvoir bénéficier de cette initiative, vous devez :

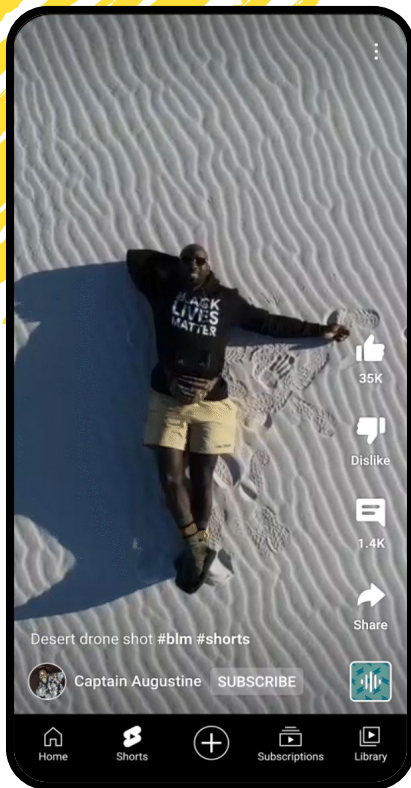
1. respecter le règlement de la communauté ;
2. avoir mis en ligne un Short au cours des 180 derniers jours ;
3. mettre en ligne des Shorts n'incluant aucun filigrane ni logo d'une autre plate-forme ;
4. ne remettre en ligne aucune vidéo de chaînes d'autres créatrices ou créateurs.



FONCTIONNALITÉS

Où les trouver ?





VISIBILITÉ

Où se trouvent les Shorts ?

Onglet "Shorts"

Dans l'application mobile, vous pouvez appuyer sur l'onglet "Shorts" en bas à gauche de la barre de navigation pour trouver des Shorts.

Le lecteur Shorts, dans lequel des vidéos verticales de 60 secondes ou moins peuvent être regardées, s'ouvre alors. Dans ce flux, les Shorts sont lus en boucle et les utilisateurs peuvent balayer l'écran vers le haut ou vers le bas pour changer de contenu.



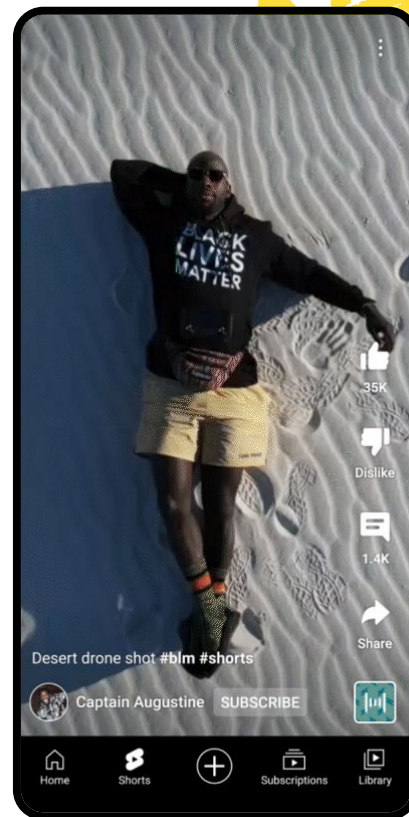
VISIBILITÉ

Où se trouvent les Shorts ?

Flux "Abonnements", résultats de recherche et page d'accueil

En plus de l'onglet qui leur est dédié, les Shorts peuvent apparaître sur la page d'accueil, dans le flux "Abonnements" ainsi que dans les résultats de recherche.

Les Shorts s'y afficheront en tant que vidéo individuelle (avec un badge unique) ou sous forme de mosaïques dans la section "Shorts".



VISIBILITÉ

Où se trouvent les Shorts ?

Voici encore d'autres façons de découvrir des Shorts : vous pouvez les rechercher par piste audio, chaîne et hashtag.

Piste audio

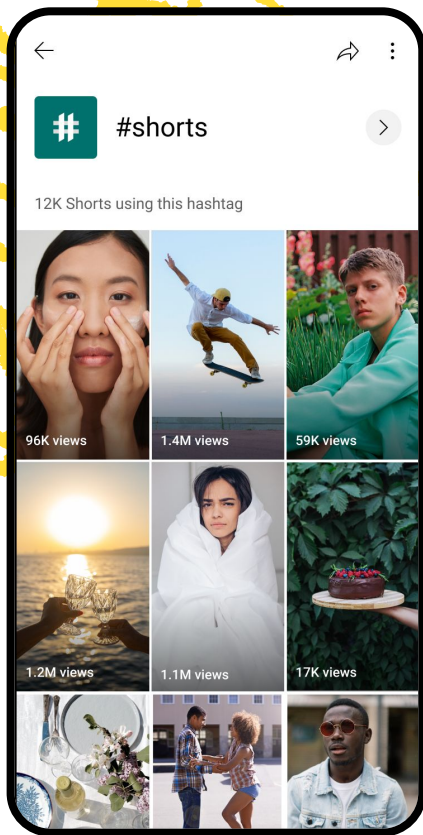
Un son vous plaît ? Appuyez sur l'icône Audio pour accéder à la bibliothèque audio et trouver d'autres Shorts qui utilisent ce titre.

Chaîne

Si vous avez découvert une créatrice ou un créateur que vous appréciez, vous pouvez regarder davantage de ses vidéos en cliquant sur l'icône de sa chaîne en bas à gauche.

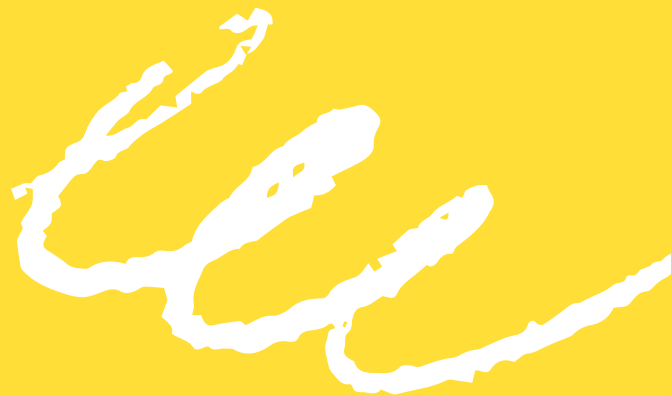
Hashtag

Un hashtag a attiré votre attention ? Découvrez des contenus similaires en appuyant sur le hashtag dans le titre ou la description de la vidéo.



FORMATION

Bonnes pratiques



BONNES PRATIQUES

Captez rapidement l'attention

Pour capter l'attention des spectateurs pendant qu'ils font défiler les Shorts, mettez tout en œuvre pour susciter leur intérêt dès les premières secondes de votre vidéo. Le flux "Shorts" ne comporte pas de miniatures. Vous devez donc miser sur le début de votre Short pour attirer votre audience idéale. N'hésitez pas à utiliser des éléments visuels colorés, des techniques de montage originales et des sons populaires, par exemple.

Optimisez votre éclairage, votre tenue et votre cadre pour améliorer vos contenus. Pour cela, pas besoin de dépenser des fortunes : il vous suffit par exemple de porter une tenue de couleur vive dans une vidéo de danse ou de vous tenir devant une fenêtre lorsque vous parlez.





BONNES PRATIQUES

Pensez à la lecture en boucle

Quoi de plus satisfaisant qu'une vidéo qui se lit en boucle de façon fluide ? Les vidéos qui commencent et finissent par le même plan avec une piste audio adaptée donnent envie aux spectateurs de les regarder plusieurs fois. Elles peuvent donc faire augmenter la durée de visionnage. Pour une boucle réussie, filmez d'abord la fin, et veillez à ce que votre vidéo reste courte pour que les utilisateurs la regardent jusqu'au bout.



BONNES PRATIQUES

Jouez avec les mèmes

Sur YouTube, les mèmes défilent en permanence. Suivre les tendances est un excellent moyen de vous amuser sur la plate-forme tout en améliorant votre visibilité. Dans la bibliothèque audio, les titres sont affichés par ordre de popularité. Pensez donc à la consulter régulièrement pour découvrir les pistes audio les plus utilisées et y apporter votre touche personnelle.

Le meilleur moyen d'exprimer votre créativité est de créer des contenus aussi amusants pour vous que pour votre audience. Les spectateurs de Shorts aiment les contenus authentiques, originaux et sincères. Si vous avez des difficultés à vous lancer, pensez aux contenus que vous aimez regarder et trouvez un moyen de vous les approprier.





BONNES PRATIQUES

Qui sont vos spectateurs ?

Lorsque vous commencez à créer des Shorts, n'oubliez pas le plus important : votre audience. Quand vous élaborez votre stratégie Shorts, **demandez-vous pour qui vous créez ces contenus.**

L'un des avantages des Shorts, c'est qu'ils sont faciles à visionner et attirent un large public. Cependant, vous pouvez toujours créer des Shorts pour vos fans les plus fidèles.

Identifier votre audience cible dès le début vous aidera à créer des introductions accrocheuses, et à savoir quelles histoires raconter et quels sujets traiter. En parallèle, vous pourrez suivre vos performances de façon précise à l'aide des métriques les plus pertinentes pour vos objectifs.



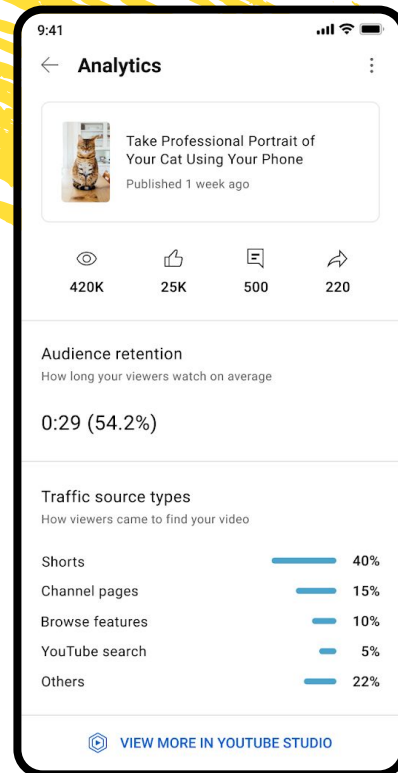
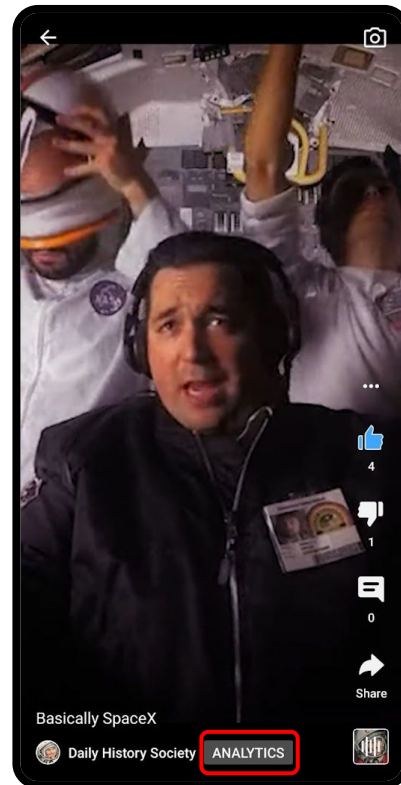
Consultez vos données

Lorsque vous regardez un de vos Shorts, vous pouvez appuyer sur le bouton "Données analytiques" pour accéder au détail des principales métriques de performances :

Les nombres de vues, de "J'aime", de commentaires et de partages sont un très bon point de départ. Comparez ces métriques à celles de quelques autres Shorts, et identifiez ceux qui enregistrent le plus de commentaires et de "J'aime". Vous pourrez ainsi repérer les vidéos qui sortent du lot et vous en inspirer.

La rétention d'audience fournit des informations sur la durée moyenne de visionnage des spectateurs et le pourcentage correspondant de la durée totale de visionnage. Les spectateurs regardent un Short en boucle ? Votre rétention peut dépasser 100 %.

Les sources de trafic affichent les endroits où les spectateurs découvrent vos Shorts. Même si le flux "Shorts" est probablement la principale source de trafic, examinez les autres sources et réfléchissez à ce qu'elles peuvent indiquer.



Chaîne secondaire ou principale ?

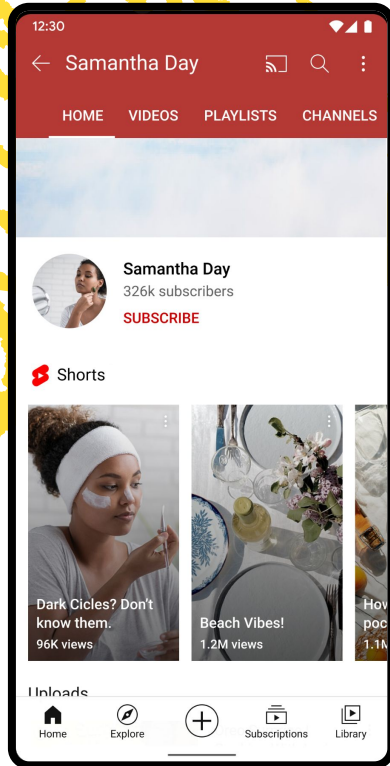
Vous hésitez entre publier vos Shorts sur votre chaîne principale ou sur une chaîne secondaire ? La décision dépend plus de votre vision créative que des risques liés aux performances. Nous vous conseillons donc de prendre en compte les points suivants :

Style des contenus

Si le style de vos Shorts correspond à celui de vos contenus plus longs, il semble logique de les publier sur votre chaîne principale. Cependant, si vous envisagez de changer de style, il peut être judicieux de créer une autre chaîne pour vos Shorts.

Notifications envoyées par la chaîne

Les utilisateurs qui ont activé les notifications n'en reçoivent pas chaque fois que vous publiez un Short. Pour que les chaînes publiant à la fois des vidéos longues et courtes ne submergent pas leurs spectateurs de notifications, nous n'en envoyons qu'à ceux à qui les Shorts pourraient plaire.



À quelle fréquence poster ?

Prenez en compte les éléments suivants pour décider à quelle fréquence publier vos Shorts :

Votre désir de créer

Rien ne vous oblige à suivre toutes les tendances ni à utiliser tous les sons ajoutés à la bibliothèque audio. Faire preuve d'authenticité est primordial, alors créez des contenus qui vous ressemblent réellement.

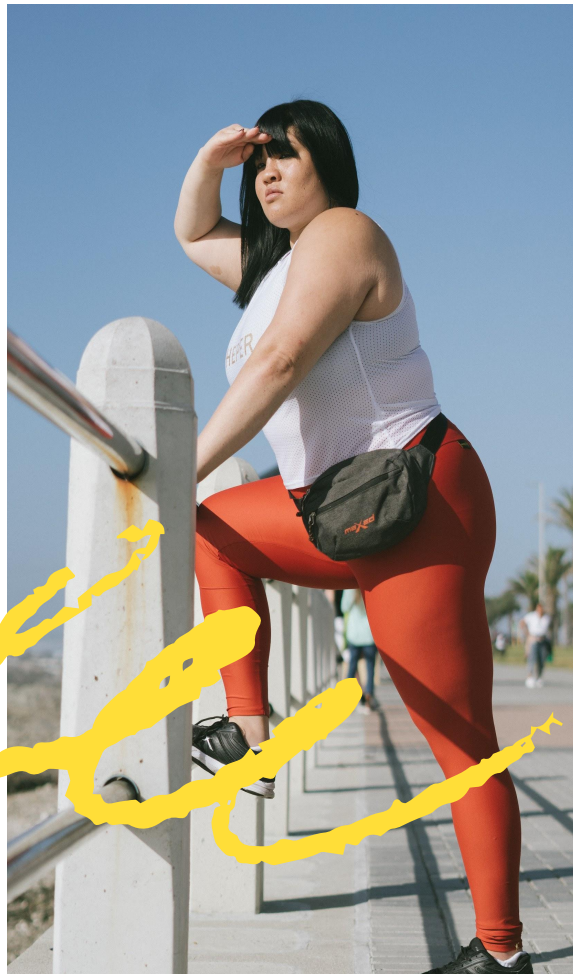
Votre emploi du temps

De même, vous devez faire attention à votre santé mentale et physique, c'est pourquoi il est important de définir une fréquence de mise en ligne en fonction de votre disponibilité et de vos ressources.

Votre créativité

Se fixer une date limite peut stimuler la créativité de certains, tandis qu'un planning fixe peut en amener d'autres à publier des contenus de moins bonne qualité. C'est à vous de choisir ce qui vous convient le mieux.

Lorsque vous postez des vidéos, privilégiez la qualité et la régularité à la quantité. En effet, le volume ne garantit pas toujours le succès.



Étude de cas





Klem Family

2,5 M
D'ABONNÉS



CONTEXTE

La famille Klem

Cette famille de six habite dans l'Indiana, aux États-Unis. Ses membres ont profité du temps supplémentaire passé ensemble pendant la pandémie de COVID-19 pour se filmer en train de s'adonner à leur passe-temps préféré : les jeux de société. Ils ont commencé sur TikTok en octobre 2020, mais c'est sur YouTube qu'ils ont rapidement rencontré le succès grâce à leurs contenus produits spécifiquement pour la plate-forme. Désormais, ils se consacrent pleinement aux Shorts.



Planification et mise en œuvre

Objectif

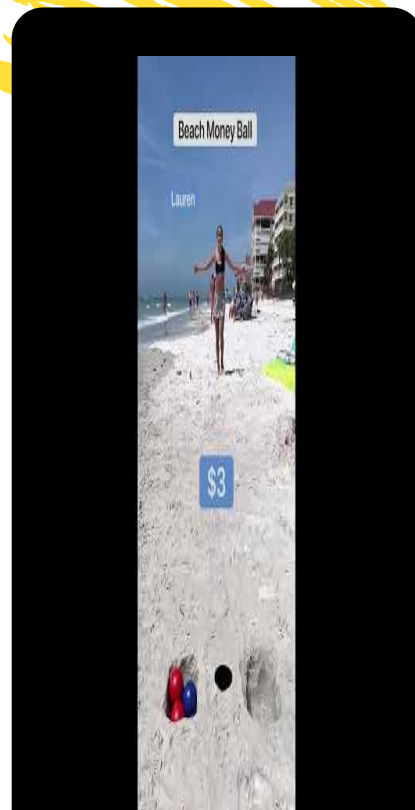
S'amuser, passer du temps ensemble et montrer les compétences sportives de toute la famille.

Stratégie

La famille Klem, qui exploite les talents de chacun de ses membres, a élaboré sa stratégie de contenus autour d'un format renouvelable basé sur la compétition et les récompenses.

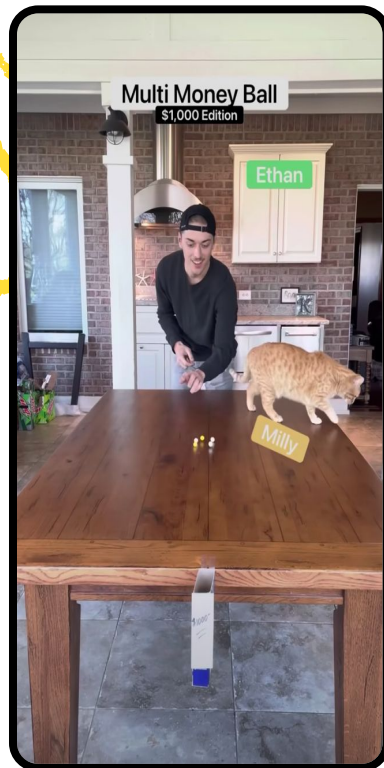
Mise en œuvre

La famille a commencé à publier des vidéos en octobre 2020. Elle s'est ensuite appuyée sur la réaction des spectateurs et sur sa propre créativité pour faire évoluer son format de manière continue et trouver de nouveaux défis amusants à relever.



"Beach Money Ball" : 170 millions de vues





Résultats

3,2 milliards
de vues générées par les Shorts

+ 25 millions
d'heures de visionnage

2,5 millions
de nouveaux abonnés

EN SEPTEMBRE 2021



Pourquoi ça a fonctionné

Ludification et enjeux

En tournant des vidéos de compétition avec des récompenses monétaires à la clé, la famille Klem mise sur un niveau de ludification et d'enjeux qui capte l'attention des spectateurs et crée une vraie tension pendant chaque partie.

Format répétitif

Le format de compétition répétitif de la famille Klem permet aux spectateurs de créer des liens avec chacun de ses membres. Cela suffit pour leur donner envie de revenir sur la chaîne afin de soutenir leur compétiteur préféré ou de suivre la progression d'un vainqueur de longue date.

Attrait universel

Grâce à de l'action physique et à des règles faciles à comprendre, les vidéos de la famille divertissent tout le monde, y compris les spectateurs ne parlant pas anglais ou n'ayant pas vu les anciens contenus.



"Cut The Flour Challenge" :
32 millions de vues



**Vous avez des
questions ?**

