



رفتاری افراد و افزایش یا کاهش علاقه مندی یا تغییر
علائق افراد حساس است.

نحوه افزودن تگ به ویدئو در یوتیوب

اکنون که دلیل اهمیت تگ‌ها را می‌دانید، وقت آن است که نحوه افزودن تگ‌های مناسب به ویدئوهای خود را بیاموزید.

مرحله اول: وارد حساب یوتیوب خود شوید و به کانال خود بروید.

مرحله دوم: در منوی سمت چپ، Content را انتخاب کنید.

مرحله سوم: نشانگر را روی ویدئویی که می‌خواهید ویرایش کنید (آیکون مداد) ببرید و سپس کلیک کنید.

مرحله چهارم: در صفحه جزئیات ویدئو، تا انتهای صفحه حرکت کنید و روی گزینه SHOW MORE کلیک کنید.

مرحله پنجم: در بخش تگ‌ها، تگ‌های خود را تایپ و آنها را با کاما جدا کنید. می‌توانید تا ۵۰۰ کاراکتر تگ اضافه کنید.

مرحله ششم: پس از وارد کردن تگ‌ها، روی گزینه SAVE در سمت راست بالای داشبورد کلیک کنید.



نکاتی در مورد نحوه استفاده از تگ‌ها در یوتیوب

۱- **زیاده‌روی نکنید:** برای این که بهترین نتیجه دلخواه را داشته باشید، فقط از چند تگ استفاده کنید که هم گسترده و هم مختص محتوای شما باشند. سعی نکنید کلمات کلیدی زیادی را در یک تگ دسته‌بندی کنید، چراکه در این صورت وقتی افراد آن را در یوتیوب جست‌وجو می‌کنند، نشان داده نمی‌شود.

۲- **از ترندینگ تگ‌ها استفاده کنید:** نکات مربوط به جست‌وجوی تگ‌ها را دنبال کنید یا از ویژگی پیشنهاد خودکار یوتیوب برای شناسایی تگ‌ها استفاده کنید. برای استفاده از پیشنهاد خودکار، کافی است کلمه کلیدی خود را در نوار جست‌وجوی یوتیوب تایپ کنید، سپس یوتیوب لیستی از جست‌وجوهای مرتبط را برای کمک به شما ارائه خواهد داد.

۳- **خاص باشید:** برخی کلمات کلیدی بیشتر از سایر کلمات در صفحات نتایج رتبه‌بندی می‌شوند، بنابراین مهم است از کلمات کلیدی مناسب هنگام ایجاد تگ‌های خود استفاده کنید.

۴- **کلمات مترادف:** کلمات مترادف را می‌توان به عنوان تگ‌های جایگزین برای برخی از موضوعات استفاده کرد. به کلماتی که احتمالاً مخاطبان هنگام توصیف ویدئوی شما استفاده می‌کنند، فکر کنید و از آن مترادف‌ها برای افزایش دامنه تگ‌های خود استفاده کنید.

۵- **از ابزارهای تگ‌ساز استفاده کنید:** اگر ایده‌ای برای تگ‌ها ندارید، می‌توانید از ابزارهایی که تگ‌ها را به شما پیشنهاد می‌دهند برای یافتن تگ‌های مرتبط و بالقوه استفاده کنید مانند Keyword Tool و Keyword Tool.



اگر ایده‌ای برای تگ‌ها

ندارید، می‌توانید از

ابزارهایی که تگ‌ها

را به شما پیشنهاد

می‌دهند برای یافتن

تگ‌های مرتبط و

بالقوه استفاده کنید

مانند TunePocket و

Keyword Tool



تگ‌ها چگونه در پلتفرم یوتیوب اثرگذار می‌شوند؟

یوتیوبرها بخوانند



سیده زهره حسینی

خبرنگار

یوتیوب، دومین موتور جست‌وجوی بزرگ در جهان است. به همین دلیل بسیاری از افراد به منظور جذب مشتری ویدئوهای خود را در آن بارگذاری می‌کنند، بهینه‌سازی کلمات کلیدی ویدئوهای شما در یوتیوب به اندازه بهینه‌سازی کلمات کلیدی در وب‌سایت شما برای گوگل اهمیت دارد. برای انتخاب درست و به جای کلمات کلیدی در یوتیوب شما نیاز دارید با الگوریتم‌های یوتیوب آشنایی داشته باشید و مطابق این الگوریتم‌ها، کلمات کلیدی خود را بهینه‌سازی کنید. یکی از بهترین راه‌ها برای مدیریت کلمات کلیدی در یوتیوب تگ‌ها هستند. در این گزارش ما به بررسی تگ‌های یوتیوب می‌پردازیم و برخی از بهترین روش‌ها به منظور ایجاد تگ‌های مناسب را آموزش خواهیم داد.

تگ‌ها در یوتیوب چه می‌کنند؟

تگ‌های یوتیوب، کلماتی کلیدی هستند که می‌توانید هنگام بارگذاری ویدئوهای خود در این پلتفرم، به آنها اضافه کنید. تگ‌های یوتیوب به عنوان توصیف‌کننده عمل می‌کنند که به الگوریتم یوتیوب کمک می‌کند محتواها را بهتر دسته‌بندی کند. همچنین مهم‌ترین عملکرد تگ‌ها در این است که به الگوریتم یوتیوب کمک می‌کند تا بفهمد ویدئوی شما در مورد چیست تا بتواند آن را در اختیار دیگر کاربران در نتایج جست‌وجو ارائه کند. عملکرد هشتگ‌های یوتیوب برای کمک به این پلتفرم در درک محتوای ویدئوی شماست. به این ترتیب، یوتیوب می‌تواند موضوع و دسته ویدئوی شما را درک و آن را با محتوای مشابه مرتبط کند که می‌تواند دامنه ویدئوی شما را افزایش دهد. افزایش جست‌وجوی معنایی باعث شده است برچسب‌های این پلتفرم با گذشت زمان از اهمیت کمتری برخوردار شوند.

چرا تگ‌های یوتیوب مهم هستند؟

با این که یوتیوب از عنوان، تصویر کوچک و توضیحات به عنوان مهم‌ترین موارد برای سئوی ویدئو در سیستم عامل خود استفاده می‌کند. اما مطالعات نشان می‌دهد بین برچسب‌های بهینه‌سازی شده برای کلمات کلیدی و رتبه‌بندی رابطه مثبت کمی وجود دارد بی‌توجهی به استفاده از آنها یک شاید مهم نیست، اما بدون شک می‌تواند کمک به افزایش بازدید و جمع‌آوری دنبال‌کننده کند. افزایش جست‌وجوهای معنایی باعث شده تگ‌های یوتیوب در طول زمان اهمیت خود را از دست بدهند.

دست بدهند. اما هنوز هم عنصری استراتژیک هستند که می‌توانید از آنها برای بالا بردن بازدیدهای ویدئوهای خود استفاده کنید.

الگوریتم‌های یوتیوب چگونه کار می‌کنند؟

الگوریتم‌های یوتیوب با در نظر گرفتن دو هدف ویدئوها را برای بینندگان انتخاب می‌کند: هدف اول یافتن ویدئوی مناسب برای بیننده و هدف دوم ترغیب آنها برای تماشا است. اما یوتیوب از کدام سیگنال‌های رتبه‌بندی در جهت تصمیم‌گیری برای انتخاب ویدئوهای پیشنهادی به افراد استفاده می‌کند؟ موارد زیر کمی با یکدیگر متفاوت هستند، اما در نهایت آنچه بر تعداد بازدیدهای شما تأثیر می‌گذارد، ترکیبی از موارد زیر است:

🔍 شخصی‌سازی (سابقه و علایق بیننده)

🔍 عملکرد (موفقیت ویدئو)

🔍 عوامل خارجی (کل مخاطبان یا بازار)

هر بار که شخصی برنامه یوتیوب خود را باز می‌کند یا در یوتیوب عنوانی را جست‌وجو می‌کند، الگوریتم یوتیوب مجموعه‌ای متنوع از ویدئوها را که فکر می‌کند آن شخص ممکن است تماشا کند، ارائه می‌دهد. این انتخاب‌ها اغلب وسیع و متنوع هستند، چراکه یوتیوب هنوز نمی‌داند کاربر دقیقاً چه چیزی را انتظار دارد. ویدئوها براساس دو سیگنال رتبه‌بندی برای صفحه اصلی انتخاب می‌شوند. این موارد عبارتند از:

عملکرد: یوتیوب در انتخاب ویدئوها عواملی مانند نرخ کلیک، متوسط مدت زمان مشاهده ویدئو، میانگین مشاهده، لایک کردن، لایک نکردن و نظرسنجی بینندگان را اندازه‌گیری و سپس براساس نتایج به دست آمده ویدئوهایی را به کاربر پیشنهاد می‌کند. در واقع پس از بارگذاری یک ویدئو، الگوریتم یوتیوب آن به چند کاربر در صفحه اصلی نشان می‌دهد و اگر این ویدئو برای بینندگان جذاب باشد سپس به تعداد بیشتری از بینندگان در صفحات اصلی ارائه خواهد شد.

شخصی‌سازی: شخصی‌سازی در یوتیوب به این معناست که یوتیوب براساس علایق افراد، رفتار گذشته آنها، سابقه تماشاها و ویدئوهایی را به افراد ارائه می‌کند. اگر کاربر به موضوعات خاصی علاقه‌مند باشد یا کانال خاصی را تماشا کند، بیشتر موارد مشابه برای فرد ارائه می‌شود. این عامل همچنین به تغییرات