

SEO op YouTube video's ontrafeld!

September 13, 2011

Deze publicatie gaat over video [seo](#) (VSEO), m.a.w. het met een video zo hoog mogelijk scoren in de organische zoekresultaten van Google. Op relevante trefwoorden, welteverstaan. Ik heb filmmaker Joost Schrickx gevraagd de publicatie te schrijven. Hij heeft namelijk een keer in opdracht van mij een video voor SEOguru gemaakt die ik zo hoog mogelijk wilde laten scoren op het voor mijn onderneming centrale zoekwoord, namelijk "[zoekmachine optimalisatie](#)".

En het werd een succes...



Het eerste jaar was de video regelmatig hoog op de eerste pagina van de universele zoekresultaten te zien. Tot op heden staat de video rotsvast op nr.1 in de video zoekresultaten van Google. Joost heeft nu onderzoek gedaan naar de vraag welke elementen van een video anno 2011 precies wel en niet voor Google zichtbaar zijn, want er is de laatste jaren veel aan mogelijkheden bijgekomen. Hij is daarbij uitgegaan van video's die bij YouTube zijn geplaatst.

Tot slot moet nog genoemd worden dat de realisatie van video's niet alleen interessant is om via de video zélf verkeer naar de website te genereren, maar ook om de gebruikservaring van de site (waar de video is opgenomen) te verbeteren. Precies dat laatste punt is in toenemende mate van belang voor het scoren met de site zelf. Zeker sinds de zogenaamde Google Panda update dit jaar is het van belang de site attractiever te maken. In een mooi artikel op [wordtracker.com](#) wordt in dit verband gemeld: "*Offer users more when they first enter a page. Eg, images, videos, attractive text and pages linking to your best, related editorial content.*"

Hier het relaas van iemand die in hart en nieren filmmaker is, maar SEO binnen zijn vakgebied heeft getrokken. Een VSEOGuru, dus eigenlijk...

Alain Sadon, SEOguru

Resultaten onderzoek YouTube video seo (VSEO)

Door: Joost Schrickx

Inleiding

Als ik als filmmaker een Internetfilm realiseer is het vanzelfsprekend essentieel dat de film inhoudelijk en kwalitatief aan de verwachtingen van de opdrachtgever beantwoordt. Maar daarnaast is het ook belangrijk dat ie veel bekeken wordt. Een goede manier om de kijkdichtheid gunstig te beïnvloeden is ervoor te zorgen dat de film via Google gevonden wordt, op door de opdrachtgever gewenste trefwoorden. Daarmee is “video seo” plotseling onderdeel van mijn vakgebied geworden. Om absoluut zeker te zijn welke elementen van een video nu precies wel en niet door Google worden gezien en dus gebruikt, heb ik een aantal experimenten uitgevoerd. Deze experimenten hebben betrekking op een aantal nog vrij onbekende zaken die we aan onze YouTube-video’s kunnen toevoegen, in het bijzonder *ondertitels* en *aantekeningen*.

Ondertitels (in het Engels: closed captions) en eventueel ook aantekeningen (in het Engels: annotations) kunnen via YouTube worden toegevoegd om ook slechthorenden, anderstaligen en mensen zonder computer-speakertjes van een internetvideo te laten genieten. Ik zal eerst kort uitleggen wat deze en aanverwante termen precies inhouden, want we hebben te maken met een bonte verzameling begrippen.

Ondertitels (closed captions)

Ondertitels (ook onderschriften of bijschriften genoemd) zijn teksten die via YouTube aan de video kunnen worden toegevoegd. Ze worden onderin beeld getoond. Met dit fenomeen zijn we natuurlijk zeer bekend. In het Engels noemen we dit “Closed Captions” (of “closed captions”, te lezen als ‘bijgesloten ondertitels’ of kortweg ‘bijschriften’). Ondertitels die reeds tijdens de montage van de video hard in de video worden gezet, noemen we ook “captions” maar dus geen “closed captions”: closed captions worden pas nadat de video is gerealiseerd *bijgesloten*.



Closed captions kunnen op twee manieren worden bijgevoegd. De eerste verloopt via het uploaden van een bestand (de caption file genaamd) waarin we via tijdcodes aangeven wanneer welke teksten moeten worden getoond. De tweede manier gaat via een zogenaamde “transcript file”. Een transcript file bevat alleen de teksten (zoals die op de video hoorbaar moeten zijn), dus zónder tijdcodes: YouTube plaatst de teksten (m.b.v. een spraakherkenningsprogramma) dan zélf op de juiste plek. Wel zo makkelijk! De eerste manier noem ik in het vervolg “gewone ondertitels” en de tweede “transcript ondertitels”.

In beide gevallen geven we bij het uploaden van het bestand aan in welke taal de ondertitels zijn geschreven, opdat gebruikers van de video de gewenste taal kunnen selecteren. Bij het afspelen van de video kan de taal dan via de rode cc-knop onderin de video worden geselecteerd. We krijgen een menu waarin de gewenste ondertitel-taal (onder “Bijscriptselectie”) kan worden gekozen, zie volgende figuur:



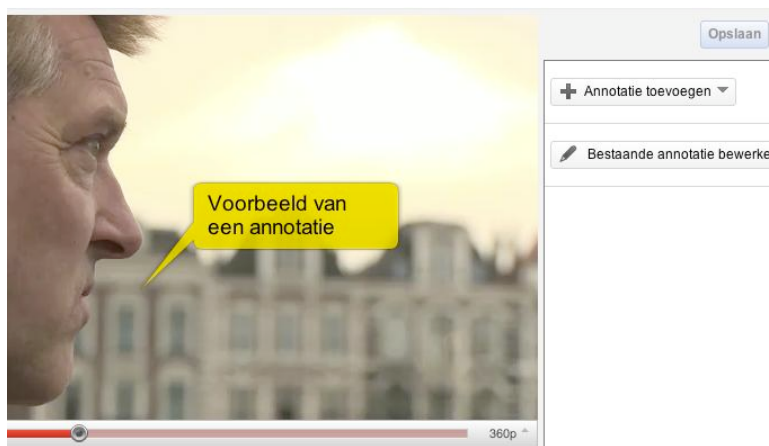
Deze ondertitels hoeven niet perse de in de video uitgesproken teksten te bevatten maar kunnen ook andere teksten bevatten. Zelfs teksten die niets met de video te maken hebben. Op basis van de richtlijnen van Google zal dat laatste echter als spam kunnen worden beschouwd.

Er blijkt ook nog een tweede manier om “transcript ondertitels” te realiseren, namelijk via “Computertranscriptie”. Dan voegen we zelfs helemaal niets meer toe. We dienen bij YouTube nog slechts een verzoek in (via het simpelweg aanklikken van een button) om de

ingesproken tekst automatisch voor ons te vertalen en als ondertitels toe te voegen aan de video. Computertranscriptie is overigens nu nog alleen mogelijk voor Engels en Japans gesproken video's.

Aantekeningen (annotations)

Aantekeningen (die Youtube soms ook 'annotaties' of 'videoaantekeningen' noemt) zijn teksten die in verschillende vorm, als spraakballon, als titel, als opmerking of als spotlight, steeds in combinatie met een begin- en een eindtijdcode, aan een video kunnen worden toegevoegd. Deze komen in beeld als de video vervolgens wordt afgespeeld. De kijker heeft ook de keuze om ze uit te zetten ('hide annotations'). De toevoeging van annotaties verloopt binnen YouTube handmatig: ze kunnen niet via een bestand worden toegevoegd. In de volgende figuur ziet u een voorbeeld van een aantekening of annotatie.



Het onderzoek

Onderzoek uit het verleden (waaronder via de door Alain genoemde video die geoptimaliseerd is op het woord "zoekmachine optimalisatie") had reeds duidelijk gemaakt dat Google de titel, de beschrijving en de labels (die allen binnen YouTube kunnen worden opgegeven na het uploaden van de video) gebruikt bij het indexeren van de video. Ook ondertitels en aantekeningen bieden een hoop informatie over de inhoud van een filmpje. Zijn die onderdelen ook voor Google en YouTube zichtbaar?

Zolang zoekmachines als Google of de zoekfunctionaliteit van Youtube zelf niet in staat zijn om beelden te interpreteren, zouden ze -naast de titel van een film, de beschrijving en de labels - voor hen derhalve een handig hulpmiddel kunnen zijn om te bepalen waar een film over gaat. De vraag is dus of Google en Youtube hier ook daadwerkelijk gebruik van maken. Heeft het via Youtube toevoegen van geschreven teksten aan een video invloed op de vindbaarheid daarvan? Of, met andere woorden, indexeren zoekmachines de via Youtube aan een film toegevoegde teksten?

De beste manier om hierachter te komen leek mij om het gewoon in de praktijk eens uit te testen. Met collega-filmmaker Simon Sliphorst realiseerde ik met als achtergrond de Amsterdamse rivier de Amstel een [viertal korte filmpjes](#). Ieder filmpje bevat rare, unieke teksten om zodoende een zoekopdracht te kunnen creëren waarmee straks louter het specifieke filmpje gevonden zou moeten worden. Een voorbeeld hiervan is de zin: “Rosalien rolt geruisloos over het groene strand.”

Het eerste filmpje, waarin ik in beeld Engels commentaar geef, heb ik ondertiteld via een Transcript bestand, een bestand dus met de gesproken tekst waaraan Youtube de tijdcode heeft toegevoegd. In het tweede filmpje zeg ik helemaal niets, maar voegde na afloop aantekeningen toe. In het derde experiment is onderzocht of Computertranscriptie eigenlijk wel werkt, en zo ja: of de door YouTube gegenereerde ondertitels dan door Google worden gezien. In het vierde, laatste filmpje sprak ik in in het Nederlands en voegde daaraan drie afzonderlijke “tracks” (sporen) toe: een track met Engelse ondertitels, een track met Nederlandse ondertitels en een derde track heb ik gevuld met puur beschrijvende teksten, zoals: “Op de brug over de Amstel staat een man”.

De vier filmpjes liet ik vervolgens even op het internet staan sudderen. En testte toen samen met Alain of de filmpjes gevonden werden op de door mij toegevoegde teksten, met name natuurlijk die gedeeltes die ik bewust uniek gemaakt had.

Resultaten

Ondertitels

Op de vraag of het toevoegen van ondertitels aan een video invloed heeft op de vindbaarheid ervan is het antwoord ja. Si. Yes. Zowel in Google als in Youtube zelf worden de ondertitels geïndexeerd. Daarbij blijken zowel ondertitels die de gesproken tekst – al of niet in een andere taal – weergeven, als ondertitels in de vorm van ander tekstuele toevoegingen, te worden gelezen. De teksten uit de ondertitels worden gevonden in google.nl, maar ook in google.com en google.co.uk. Dit betekent dat als we ook een Engelse vertaling van onze Nederlands gesproken teksten als aparte track toevoegen, de video ook in andere landen gevonden zal kunnen worden. Hiermee kunnen we het bereik van de video op een eenvoudige manier enorm vergroten.

Bij het uploaden van een ondertitelbestand (zowel caption file als transcript file) kan de eigenaar van het filmpje de betreffende track ook een naam geven. Het lijkt er echter op dat deze naam niet door Google gezien wordt, en daarmee dus geen invloed heeft op de vindbaarheid van het filmpje.

Titels, aftiteling, ondertitels etc die al tijdens de montage aan een video worden toegevoegd – gewone, traditionele captions dus – zitten hard in het beeld ingebakken. Daarmee zijn ze voor zoekmachines niet leesbaar en worden derhalve ook niet geïndexeerd. Deze vorm van captions heeft daarmee dus geen invloed op de vindbaarheid van een video. Alleen closed captions worden door Google en YouTube gezien.

Aantekeningen

Over het effect van aantekeningen (annotaties) op de vindbaarheid van een video kan ik kort zijn. Geen. Nul. Deze vorm van tekstuele toevoeging wordt niet door Google of Youtube zelf, geïndexeerd.

‘Verborgen’ ondertitels

Het is als aanbieder van een video helaas niet mogelijk om aan te geven dat er default geen ondertitels mogen worden getoond. Alleen de kijker kan via zijn/haar YouTube account-instellingen eventueel de ondertitels voor alle video's uitschakelen.

Hoewel het voor doven, slechthorenden en computers zonder geluid een cruciale toevoeging kan zijn, staan ondertitels niet erg fraai. Het is daarom denkbaar dat een aanbieder onder zijn video om esthetische redenen geen ondertitels wil tonen (terwijl hij ze om vseo-technische redenen wel wil toevoegen.) De vraag is derhalve hoe we ervoor kunnen zorgen dat er default geen ondertitels verschijnen, terwijl we die wel hebben toegevoegd (en dus zichtbaar zijn voor YouTube en Google)?

In dat geval zit er niets anders op dan een klein kunststukje uit te voeren.

Zoals we weten kunnen we meerdere closed caption tracks aan de video toevoegen: bijvoorbeeld een track voor Nederlandse ondertitels, een voor Engelse ondertitels en een voor Nederlandse beschrijvende teksten (“Op de brug over de Amstel staat een man”), etc. Nu blijken we ook lege tracks te kunnen toevoegen. Dat doen we als volgt. We bieden een caption file aan die minimaal 1 regel tekst bevat (dat kan een start en eindtijd voor een ondertitel betreffen, zónder enige tekst). Verder kiezen we de taal (bv. Nederlands) en laten de Naam (van de track) leeg. Zie figuur:

Nieuwe onderschriften of transcripten toevoegen

Bestand

Bestand kiezen leeg.sub

Type

- Bestand met ondertiteling (inclusief tijdcodes)
- Transcriptbestand (Alleen Engels en Japans) (*bèta*)

Taal:

Nederlands ▼

Naam (optioneel):

Leeg

Bestand uploaden Annuleren

[Teruggaan naar beschikbare tracks](#)

De track die YouTube default toont is de track die overeenkomt met de taal van de gebruiker (in te stellen binnen de YouTube account instellingen) en -daarbinnen- de track waarvan de tracknaam alfabetisch als eerste voorkomt. Omdat de track zonder tracknaam alfabetisch gezien altijd de eerste is, zal YouTube dié standaard tonen. Op deze manier komen de ondertitels niet meteen in beeld, terwijl via de andere –indiceerbare – tracks wel bekend wordt gemaakt wat er precies op de video wordt gezegd en/of waar de video overgaat. Als we nu over de cc-button bij de video bewegen krijgen we het volgende te zien.



We zien (aan de hand van de stip) dat default de lege track wordt getoond (we zien alleen de taal en verder geen naam). Als de kijker nu tóch de Nederlandse Ondertitels cq Bijschriften of misschien wel de Engelse ondertitels wenst, kan hij die nu zelf selecteren.

Conclusies

1. Iedereen die video's publiceert op YouTube, zou niet alleen een doordachte (d.w.z. met goede zoekwoorden gevulde) titel, beschrijving en labels moeten toevoegen, maar zou ook één of meer ondertitels (dus caption- of transcriptbestanden) moeten opnemen. Deze ondertitels worden immers door Google gezien en kunnen daardoor bijdragen aan de zichtbaarheid van de video in Google.
2. Doordat we bij de video meerdere tracks kunnen opnemen (die allen door Google worden gezien), kunnen we ook ondertitels voor andere talen (dan alleen Nederlands) opnemen. Hierdoor zal onze Nederlands gesproken video ook vindbaar worden via google.com en google.co.uk en zal het bereik van de video verder worden vergroot.
3. Indien we de ondertitels default niet in beeld willen krijgen, dan moeten we (voor iedere taal) gaan werken met 'verborgen' ondertitels.
4. De namen van de tracks hoeven geen goede zoekwoorden te bevatten, want die worden toch niet gezien.
5. Toevoegen van aantekeningen of annotaties heeft geen zin, althans, als het gaat om de vindbaarheid van de video.
6. Het onderzoek heeft verder niet kunnen aantonen dat YouTube-computertranscriptie een handige manier is om, op automatische wijze, voor zoekmachines zichtbare ondertitels te realiseren. Er werden namelijk überhaupt geen ondertitels gegenereerd.
7. Tot slot: als ondertitels al tijdens de montage hard in de film zijn ingebakken, zijn die ook niet zichtbaar voor Google en YouTube.

Geschreven door Joost Schrickx is een filmmaker uit Amsterdam