



LA MÉTHODE PRATIQUE POUR GRANDIR SUR YOUTUBE

THE VIEWS BLUEPRINT

Trouvez votre créneau, créez des vidéos qu'on a envie de cliquer, gardez votre public et suivez un plan de 30 jours pour publier avec un vrai cap.

9 PARTIES

12 FORMULES
DE TITRE

8 TYPES
D'ACCROCHE

30 JOURS
DE PLAN

 THE VIEWS BLUEPRINT

AVANT DE COMMENCER

Ce livre enseigne une méthode. Il ne vend pas de raccourci. Lisez cette page une fois, puis passez à l'action.

Aucun chiffre promis

Personne ne peut vous promettre un nombre de vues, d'abonnés ou de revenus sur YouTube, et nous non plus. Les résultats dépendent de votre sujet, de votre public, de vos efforts, de votre régularité et de facteurs que personne ne contrôle.

Pas affilié à YouTube

YouTube est une marque de Google LLC. Ce guide est indépendant : il n'est ni produit, ni approuvé, ni soutenu par YouTube ou Google. Les fonctionnalités évoluent : vérifiez toujours les dernières règles dans le Centre d'aide YouTube.

Respectez les règles

Tout ce qui est ici respecte le Règlement de la communauté et les règles de YouTube. Nous ne recommandons jamais d'acheter des vues, des abonnés ou des commentaires, d'utiliser des bots ou de tromper le public. Ces pratiques peuvent faire supprimer une chaîne.

Appliquez, ne lisez pas seulement

Chaque partie se termine par un encadré « À faire maintenant ». Les fiches et les suivis sont faits pour être imprimés ou remplis sur tablette.

The Views Blueprint, édition numérique, octobre 2026. Une publication Woodplen. Contact : support@woodplen.org.

© 2026 Woodplen. Tous droits réservés. Ce PDF est réservé à l'usage personnel de l'acheteur. Merci de ne pas le partager, le revendre ni le publier. Vous pouvez en imprimer un exemplaire pour vous.

Tous les textes, schémas, modèles et exemples sont des contenus originaux de Woodplen. Les titres et chaînes cités en exemple sont inventés pour l'apprentissage. Les marques sont citées à titre informatif, sans recommandation.

 BIENVENUE

LES VUES SONT UNE CONSÉQUENCE.

La plupart des gens cherchent à faire des vues. Les chaînes qui grandissent font autre chose : elles créent des vidéos qu'un public précis a envie de cliquer et est content d'avoir regardées. Les vues viennent ensuite.

Ça paraît simple. C'est pourtant là que la plupart des petites chaînes se trompent. Elles filment d'abord et pensent au titre après. Elles commencent par une longue intro. Elles choisissent des sujets que personne ne cherche. Puis elles accusent « l'algorithme ».

Ce livre inverse le processus. Vous allez définir à quoi sert une vidéo et pour qui, écrire le titre et concevoir la miniature **avant** de filmer, ouvrir avec une accroche qui confirme le clic, structurer la vidéo pour qu'on reste, et lire vos statistiques comme une checklist plutôt qu'un mystère.

Ensuite, vous passerez à la pratique avec un plan de 30 jours : une vidéo longue et trois Shorts par semaine, avec une tâche claire chaque jour.

9

PARTIES

12FORMULES DE
TITRE**6**MODÈLES DE
MINIATURE**21**

FICHES

Le deal honnête. Cette méthode ne rendra pas virale une idée faible. Elle vous aidera à éviter les erreurs évitables, à progresser plus vite à chaque mise en ligne et à donner sa meilleure chance à chaque vidéo. Le reste, c'est de la pratique.

C'est parti.

L'équipe Woodplen

 SOMMAIRE

CE QUE VOUS TROUVEREZ

POUR COMMENCER	
Bienvenue	3
Ce qui a changé sur YouTube	7
Comment utiliser ce livre	8
Programme Partenaire et outils	9
Si vous n’avez qu’une heure	10
Audit de chaîne	11
PARTIE 1. COMMENT YOUTUBE CHOISIT LES VIDÉOS	12
Le public, pas les vidéos	13
Les signaux qui comptent	14
Vues et vues engagées	15
Lire les sources de trafic	16
D’où viennent les vues	17
Clics x durée de visionnage	18
Comment une vidéo est testée	19
La satisfaction, le signal discret	20
Sept mythes à oublier	21
Les cinq leviers que vous contrôlez	22
Six autres mythes, vérifiés	23
À quoi ressemble la croissance	24
PARTIE 2. TROUVEZ VOTRE CRÉNEAU	25
Choisir votre créneau	26
Douze créneaux qui marchent	27
Trois spectateurs, détaillés	28
Fiche : grille de niche	29
Fiche : votre spectateur	30
Les trois rôles d’une vidéo	31
Trouvez ce que les gens tapent	32
Validez avant de filmer	33
Repérer les vidéos hors norme	34
L’onglet Recherche	35
Un succès décortiqué	36
Fiche : journal des vidéos hors norme	37
Piliers et séries	38
Dix formats de séries	39
Planificateur de série	40
50 idées de départ	41
Fiche : banque d’idées	42
PARTIE 3. PACKAGING	43
Le packaging d’abord	44
Les règles du titre	45
12 formules de titre	46
Huit titres faibles, réécrits	48
Titres recherche et navigation	49
Fiche : atelier titres	50
Les principes de la miniature	51
Six modèles qui marchent	52
Trop de choses à la fois	53
Un texte qui répète le titre	54
Sombre, terne et petit	55
Pas de sujet clair	56

► **SOMMAIRE**

Sans visage, bien fait -----	57
Zones sûres et tailles -----	58
Le test du téléphone -----	59
Avec des outils gratuits -----	60
Couleurs et textes lisibles -----	61
Six duos titre et miniature -----	62
Tester votre packaging -----	63
Tester et comparer, pas à pas -----	64
Lire les résultats d'un test -----	65
Checklist : packaging -----	66

PARTIE 4. GARDER L'ATTENTION 67

Les 30 premières secondes -----	68
Huit types d'accroche -----	69
Une intro, annotée -----	70
Les boucles ouvertes -----	71
Les intros qui font fuir -----	72
Quatre structures éprouvées -----	73
Fiche : modèle de script -----	74
Un plan complet, 8 minutes -----	75
Plan de coupe et montage -----	76
Rythme et attention -----	77
Lire la courbe de rétention -----	78
Quatre courbes de rétention -----	79
Bien utiliser les moments clés -----	80
Des fins qui retiennent -----	81
Checklist : rétention -----	82

PARTIE 5. SHORTS 83

Comment marchent les Shorts -----	84
Vue ou balayée -----	85
Quinze accroches d'une seconde -----	86
Cinq formats de Shorts -----	87
Fiche : script de Short -----	88
Shorts et vidéos longues -----	89
Shorts originaux, règles 2026 -----	90
Premières images, comparées -----	91

PARTIE 6. PRODUCTION À PETIT BUDGET 92

Le matériel par budget -----	93
Le son d'abord -----	94
Placement du micro et pièce -----	95
Trois éclairages types -----	96
Lumière -----	97
Cadrage -----	98
Mémo caméra du téléphone -----	99
Organisez vos fichiers -----	100
Une routine reproductible -----	101
Checklist : mise en ligne -----	102
Modèles de description -----	103
Sous-titres, langues, doublage -----	104

PARTIE 7. LIRE VOS STATISTIQUES 105

Les chiffres qui comptent -----	106
Vue d'ensemble -----	107

 SOMMAIRE

Audience touchée : clique-t-on ? -----	108
Engagement : restent-ils ? -----	109
Audience : qui regarde ? -----	110
Comparez-vous à vous-même -----	111
Mode avancé : comparer -----	112
Votre référence, calculée -----	113
Quoi corriger : un logigramme -----	114
Diagnostiquez trois vidéos -----	115
Les trois diagnostics -----	116
La routine d'analyse -----	117
Les outils IA de Studio -----	118
Votre calendrier d'analyse -----	119
Fiche : journal d'expériences -----	120

PARTIE 8. LE PLAN DE 30 JOURS **121**

Comment fonctionne le plan -----	122
Semaine 1 : les bases -----	123
Semaine 2 : packaging -----	124
Semaine 3 : rétention -----	125
Semaine 4 : rythme -----	126
Jours 29 et 30 -----	127
Le mois en un coup d'œil -----	128
Mois 2 : le mois de la série -----	129
Mois 3 : miser sur ce qui marche -----	130

PARTIE 9. BOÎTE À OUTILS **131**

Fiche de préparation vidéo -----	132
Brief de miniature -----	133

Planning des Shorts -----	134
Fiche : vos commentaires -----	135
Bilan hebdomadaire -----	136
Suivi sur 90 jours -----	137
Fiche identité de la chaîne -----	138
Suivi des habitudes : 13 semaines -----	139
Rester en sécurité sur YouTube -----	140
Sanctions et revendications -----	141
Le Programme Partenaire -----	142
Contenu sponsorisé : les règles -----	143
Votre feuille de route sur 12 mois -----	144
Glossaire -----	145
Glossaire : nouveaux termes -----	146
Quand les chiffres inquiètent -----	147
Questions et réponses -----	148
Encore des questions -----	149
Quand la technique coince -----	150
Tout le livre en une page -----	151
La boucle -----	152

CRÉDITS

Sources et lectures -----	153
Sources de cette édition -----	154
Que faire demain ? -----	155

► FICHE

AUDIT DE CHAÎNE

Dix questions, cinq minutes. Soyez honnête : c'est pour vous. Cochez une case par ligne.

#	AFFIRMATION	JAMAIS 0	PARFOIS 1	TOUJOURS 2
1	Chaque vidéo vise un spectateur précis (pour qui est-elle ?)	☐	☐	☐
2	Les titres sont écrits avant le tournage	☐	☐	☐
3	Les miniatures sont lisibles sur un téléphone	☐	☐	☐
4	Le titre est confirmé dans les 10 premières secondes	☐	☐	☐
5	Pas d'intro de plus de 10 secondes avant le contenu	☐	☐	☐
6	Les vidéos ont une structure claire (vous pourriez lister les parties)	☐	☐	☐
7	Son clair, sans écho ni bruit de fond	☐	☐	☐
8	Vous publiez à un rythme tenable pendant 3 mois	☐	☐	☐
9	Vous regardez les stats de chaque vidéo après 7 jours	☐	☐	☐
10	Vous changez une chose à la fois et notez le résultat	☐	☐	☐

Mon score : ____ / 20

0 à 8 : commencez par les parties 1 à 4 dans l'ordre. **9 à 15 :** travaillez d'abord vos trois lignes les plus faibles.

16 à 20 : votre méthode est solide. Utilisez les parties 7 et 8 pour tester et progresser.

Mes trois lignes les plus faibles

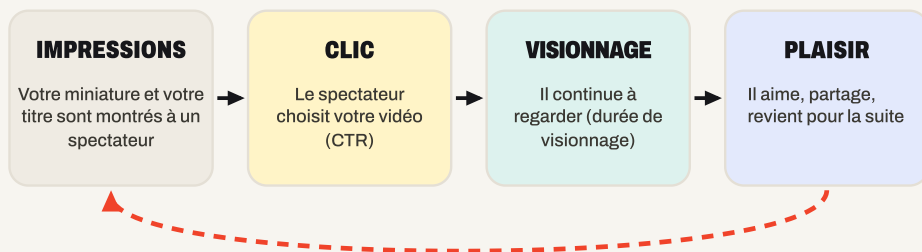
Refaites cet audit à la fin du plan de 30 jours et comparez.

► PARTIE 1 · COMMENT YOUTUBE CHOISIT LES VIDÉOS

CE QUI COMPTE, C'EST LE PUBLIC

YouTube l'a souvent expliqué : le système ne cherche pas à pousser certaines vidéos. Il cherche à montrer à chaque spectateur les vidéos qu'il a le plus de chances de regarder et d'apprécier.

À chaque ouverture de l'appli, YouTube choisit quelques vidéos parmi des millions pour cette personne. Il regarde ce qu'elle a vu avant, ce que des spectateurs similaires ont regardé et aimé, et comment le public a réagi à chaque vidéo candidate. Votre vidéo est proposée quand elle semble correspondre à ce spectateur.



BONS SIGNAUX = VOTRE VIDÉO EST MONTREE À PLUS DE SPECTATEURS SIMILAIRES

La boucle que suit chaque vidéo. Chaque étape envoie des signaux qui décident si elle sera montrée à plus de monde.

Ce que ça change pour vous

Vous n'avez rien à « battre ». Vous devez créer des vidéos qu'un groupe précis choisit, regarde jusqu'au bout et apprécie. Faites-le, et le système aura une raison de montrer votre travail.

Les petites chaînes ont leur chance

Les nouvelles vidéos sont testées sur de petits groupes. Si ces spectateurs réagissent bien, la vidéo peut continuer à se diffuser, même sur une chaîne avec très peu d'abonnés.

▶ PARTIE 1 · COMMENT YOUTUBE CHOISIT LES VIDÉOS

LES SIGNAUX QUI COMPTENT

YouTube a publiquement listé les types de signaux qu’il utilise. Vous ne voyez pas la formule exacte, mais vous voyez les ingrédients.

SIGNAL	CE QU’IL DIT À YOUTUBE	CE QUE VOUS CONTRÔLEZ
Clics	Le public a-t-il choisi votre vidéo quand elle lui a été montrée ?	Idée, titre, miniature
Durée de visionnage	Combien de temps ont-ils regardé ? La vidéo a-t-elle tenu leur attention ?	Intro, structure, rythme, son
Satisfaction	J’aime, je n’aime pas, partages, réponses aux sondages (« Cette vidéo valait-elle votre temps ? »), clics « Pas intéressé »	Tenir la promesse du titre, apporter une vraie valeur
Historique du spectateur	Ce que cette personne et des profils similaires regardent d’habitude	Un créneau clair pour attirer le bon public

Les clics seuls ne suffisent pas

Une miniature choc peut gagner le clic et perdre le spectateur. Quand les gens cliquent puis partent vite, ou indiquent à YouTube qu’ils ne sont pas satisfaits, la vidéo est montrée à moins de monde. Le packaging doit être **honnête et excitant**, pas l’un ou l’autre.

OÙ VOTRE VIDÉO PEUT APPARAÎTRE

ACCUEIL
Fil d'accueil

SUGGESTIONS
À côté / après les vidéos

RECHERCHE
Questions tapées

SHORTS
Fil vertical

ABONNÉS
Fil des abonnements

Chaque emplacement montre des vidéos selon ce que des spectateurs similaires ont regardé et aimé.

► PARTIE 3 · PACKAGING

12 FORMULES DE TITRE (1 À 6)

Les formules sont des points de départ, pas des scripts. Adaptez-les à votre créneau, puis réécrivez jusqu'à ce que ça vous ressemble.

1 Le résultat

[Résultat] en [durée ou condition]

« Parler espagnol en 30 jours »

Un résultat clair et désirable, avec un cadre.

2 Le tutoriel

Comment [objectif] sans [difficulté]

« Comment cuisiner d'avance dans 10 m² »

Correspond aux recherches et lève une objection.

3 L'erreur

Arrêtez de [action courante] (faites plutôt ça)

« Arrêtez de laver votre poêle comme ça »

La peur de mal faire attire fortement.

4 L'expérience

J'ai testé [chose] pendant [durée]

« J'ai testé le réveil à 5 h pendant 21 jours »

Un enjeu, une histoire et un résultat à découvrir.

5 La comparaison

[A] vs [B] : [surprise ou question]

« Casque à 30 € vs 300 € : on entend la différence ? »

Le public veut voir qui gagne.

6 La liste

[Nombre] [choses] qui [bénéfice]

« 7 habitudes pour un bureau toujours rangé »

Facile à lire, facile à promettre.

▶ **PARTIE 3 · PACKAGING**

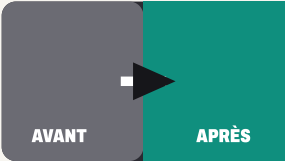
SIX MODÈLES QUI MARCHENT

La plupart des miniatures efficaces utilisent une composition simple parmi quelques-unes. Partez de l’une d’elles, puis adaptez-la.



VISAGE + 3 MOTS

Émotion et accroche courte



AVANT / APRÈS

Montre la transformation



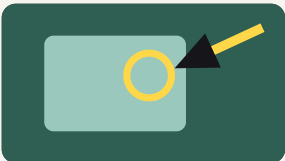
UN GRAND OBJET

Le sujet de la vidéo



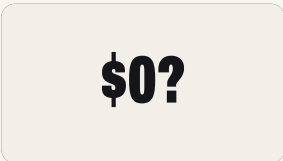
CHIFFRE + LISTE

Pour les listes et classements



MONTRER DU DOIGT

Cercle ou flèche sur un détail



UNE QUESTION CHOC

Curiosité en texte seul

MODÈLE	IDÉAL POUR
Visage + 3 mots	Histoires perso, avis, réactions
Avant / après	Relookings, progrès, tutos avec un résultat visible
Un grand objet	Tests, produits, recettes, outils
Chiffre + liste	Listes et classements
Pointer	Détails, erreurs, fonctions cachées
Une question choc	Explications, prix, idées reçues

 PARTIE 4 · GARDER L'ATTENTION

HUIT TYPES D'ACCROCHE

Choisissez celle qui correspond à votre titre. Les exemples sont inventés pour montrer la forme.

1 Le résultat d'abord

Montrez le résultat final, puis revenez au comment.

« *Ma voiture n'a jamais été aussi propre, et ça m'a coûté 6 €. Voici comment.* »

2 Le problème

Nommez la galère du spectateur.

« *Si votre pain reste toujours plat, c'est sûrement l'une de ces trois choses.* »

3 L'affirmation forte

Un avis tranché que vous allez prouver.

« *La plupart des caméras pour débutants sont de l'argent jeté. Votre téléphone fait mieux, si vous changez deux réglages.* »

4 La question

Une question dont le spectateur veut la réponse.

« *Peut-on vraiment apprendre à jongler en un week-end ? Je me suis donné 48 heures.* »

5 L'enjeu

Ce qui se passe si ça rate.

« *J'ai une heure pour réparer ce vélo avant la course, et je ne l'ai jamais fait.* »

6 La surprise

Quelque chose d'inattendu à l'écran.

« *Cette plante n'a pas été arrosée depuis trois mois. Elle est en pleine forme. Voici pourquoi.* »

7 L'erreur

Une erreur courante que le spectateur fait peut-être.

« *Vous tenez sûrement mal votre couteau. Moi aussi, pendant dix ans.* »

8 Le compte à rebours

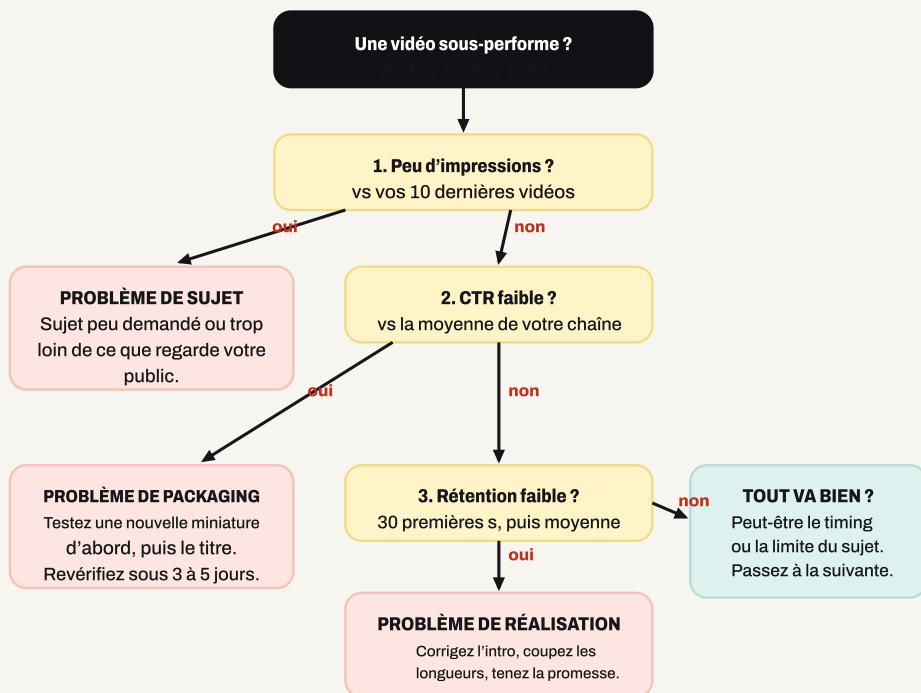
Un plan clair de ce qui arrive.

« *Cinq outils à moins de 20 € qui ont changé ma façon de cuisiner. Le numéro un m'a surpris.* »

► PARTIE 7 · STATISTIQUES

QUOI CORRIGER : UN LOGIGRAMME

Quand une vidéo sous-performe, suivez ces questions dans l'ordre.
Corrigez une seule chose sur la vidéo suivante.



« Faible » veut dire nettement sous votre propre référence, pas sous celle d'une autre chaîne.

► PARTIE 8 · LE PLAN DE 30 JOURS

SEMAINE 1 : LES BASES

Installez votre chaîne et votre première vidéo autour d'une idée de recherche.

1 LUN	Faites l'audit de chaîne (page 11). Remplissez la grille de niche et choisissez votre créneau.	☐
2 MAR	Remplissez la fiche spectateur. Réglez le nom, la photo, la bannière et une description d'une ligne qui dit pour qui est la chaîne.	☐
3 MER	Hors norme : notez-en au moins 6. Remplissez 10 lignes de la banque d'idées.	☐
4 JEU	Choisissez une idée de type recherche et validez-la (page 33). Atelier titres : 10 titres. Dessinez 2 miniatures. Écrivez l'intro mot pour mot.	☐
5 VEN	Installez son, lumière et cadrage. Filmez la vidéo longue et 3 Shorts. Prenez les photos de miniature.	TOURNAGE ☐
6 SAM	Montez la vidéo longue en quatre passes. Faites 2 miniatures et passez le test du téléphone.	☐
7 DIM	Checklist de mise en ligne, publiez la vidéo 1. Montez et programmez les Shorts pour lun, mer et ven.	PUBLICATION ☐

LES PAGES DE LA SEMAINE

p.11 Audit

p.29 Grille de niche

p.30 Spectateur

p.37 Journal hors norme

p.50 Titres

p.102 Mise en ligne

Leçon de la semaine

Qu'est-ce qui a pris plus de temps que prévu ? Prévoyez plus de temps la semaine prochaine.
