



## Historias de creadores de YouTube: Cómo Bethany Mota convirtió “Confidence” en un accesorio imprescindible

En junio de 2009, con 13 años, Bethany Mota inició su canal de YouTube, / MacBarbie07, para compartir sus consejos creativos sobre moda y belleza. Cinco años más tarde, tiene una amplia audiencia de la Generación C de más de 5 millones de suscriptores (en conjunto, suponían una media de 20 millones de visualizaciones), que parecen querer siempre más y más tutoriales, reseñas de artículos y consejos de estilo. ¿Cómo pasó Bethany de crear vídeos en su habitación a lanzar una línea propia de ropa y salir en la televisión del país? Del éxito de Bethany aprendemos tres lecciones importantes.

### Sobre su canal de YouTube

- <https://www.youtube.com/bethanymota>

### Objetivos

- Compartir sus aficiones e intereses con la audiencia de YouTube
- Establecer un canal de comunicación directa con sus fans
- Aumentar la cantidad de espectadores, la base de suscriptores y el tiempo de visualización de sus vídeos

### Enfoque

- Creó contenido que interesase a su audiencia
- Subió vídeos de forma regular y creó programas de temporada
- Forjó un vínculo auténtico con sus fans

### Resultados<sup>1</sup>

- 6,2 millones de suscriptores en total
- Promedio de 20 millones de visualizaciones mensuales
- Promedio de 1,9 millones de visualizaciones por vídeo

### Creo contenido que interese a tu audiencia

Durante sus primeros meses de subir vídeos, Bethany adoptó muchos de los **formatos de belleza y moda** que se estaban haciendo populares en YouTube en aquel momento. Subió vídeos para reseñar artículos (en los que mostraba sus compras recientes), tutoriales de maquillaje y videoblogs con consejos de moda juveniles. Sus vídeos tuvieron un buen rendimiento, pero el primero que superó las 1000 visualizaciones fue un tutorial de maquillaje basado en la estrella del pop Selena Gomez. Bethany se dio cuenta de que al vincular un vídeo con una tendencia (una que interesara a su audiencia objetivo) aumentó su visibilidad. El modesto éxito de ese vídeo permitió que los siguientes también consiguieran miles de espectadores.

<p><b>Confidence.</b> 564,818 views 3 years ago</p>	<p><b>You're not alone.</b> 535,042 views 4 years ago</p>

Los vídeos de Bethany interesan a su audiencia porque su personalidad, su estilo y sus temas se adaptan perfectamente a los intereses de los adolescentes y reflejan sus propios intereses. Los vídeos como “You Are Not Alone” (2010) y “Confidence” (2011) están directamente relacionados con los problemas de la adolescencia: el acoso y la autoestima.

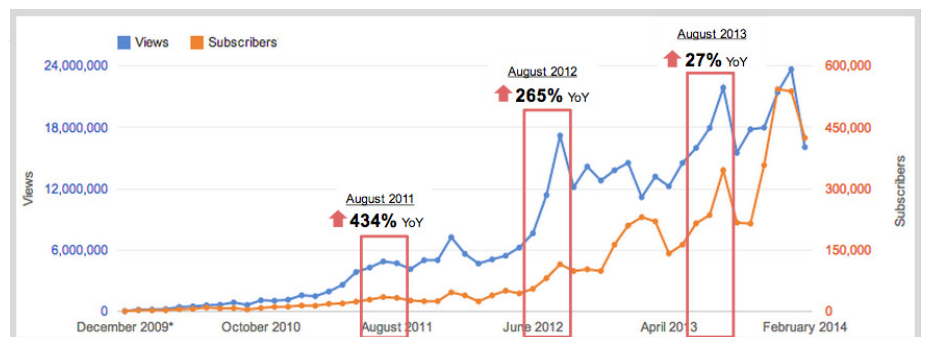
Además, es como si estuviera junto a sus fans: Bethany crea vídeos para valorar artículos y tutoriales desde su habitación, con artículos que cualquier niño estadounidense puede encontrar en el centro comercial más cercano.

Al basarse en formatos de belleza conocidos, Bethany pudo desarrollar una estrategia de contenido y, finalmente, su canal consiguió llegar a las 200.000 visualizaciones al mes durante los primeros seis meses. Estos formatos siguen siendo una parte significativa de la programación del canal hasta el día de hoy.

## Sube vídeos de forma regular y crea programas de temporada

Desde el comienzo, Bethany subió varios vídeos al mes, y esta periodicidad permitió incrementar su crecimiento progresivo en YouTube. Sin embargo, fueron necesarias 87 subidas para que el canal llegara al millón de visualizaciones al mes, gracias al contenido con temática de Halloween de octubre de 2010. Conseguir este logro llevó a Bethany a aumentar las subidas al año siguiente. A finales de 2011, el canal tenía una media de 5 millones de visualizaciones al mes.

Debido a las características de su audiencia, las chicas de instituto, no fue sorprendente que tanto la cantidad de espectadores como la interacción aumentaran durante el verano. Una vez que Bethany se dio cuenta de esa tendencia, empezó a centrar sus vídeos de verano en consejos de belleza y moda para la vuelta al cole. Este cambio resultó rentable. Durante los meses de verano de 2012, obtuvo 36 millones de visualizaciones, y el total de espectadores de agosto llegó a más de 17 millones de visualizaciones. Ese año, Bethany se reafirmó en las posiciones más altas de la categoría Belleza y moda en YouTube.



Visualizaciones y suscriptores mensuales de Bethany Mota de todo el periodo



## Establece un vínculo auténtico con los fans

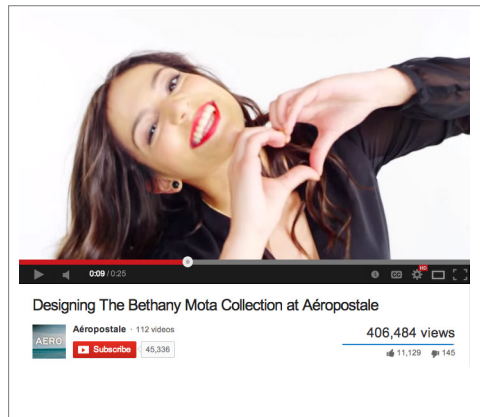
La interacción también ha sido clave para el éxito de Bethany. Con el paso de los años, ha construido una comunidad sólida de seguidores interactuando con ellos directamente en los vídeos, en los comentarios y en los

medios sociales. Pronto, en 2010, después de superar la marca de 65.000 suscriptores, lo celebró con un vídeo de agradecimiento a sus fans. De nuevo, en octubre de 2012, celebró el millón de suscriptores, o amigos, como a ella le gusta llamarles, respondiendo a correos electrónicos de los fans e incluso llamando personalmente a algunos.

Mientras que los vídeos para valorar artículos y los tutoriales aportan una cantidad significativa de visualizaciones a su canal, los espectadores interactúan mucho más con los vídeos que incluyen interacción directa con la comunidad. Cuando Bethany desafía a los espectadores a responder a una pregunta concreta o a suscribirse a su canal, en los vídeos se escriben 10 veces más comentarios por visualización que el promedio del canal.

En los vídeos con más interacciones puede llegar a haber 232 comentarios por cada mil visualizaciones. El hecho de centrarse en la interacción ha sido esencial a la hora de atraer a nuevos fans y conectar con los que ya tiene.

Sus vídeos con Aeropostale han generado 14,6 veces más visualizaciones y 3,7 veces más de interacción que los otros vídeos en el canal de la marca.<sup>2</sup>



### De MacBarbie07 a persona influyente en el mundo de la moda

Bethany ha crecido, literalmente, en YouTube, y se ha transformado en una persona famosa e influyente y en una marca de éxito. Su canal empezó como /MacBarbie07, que contenía una programación periódica de vídeos para valorar artículos y tutoriales.

Sin embargo, a medida que ella

y su canal maduraron, centrándose en su programación para la vuelta al cole y otros vídeos atractivos, Bethany fue un paso más allá: ahora la marca de su canal tiene su verdadero nombre (youtube.com/bethanymota). Este cambio refleja su personalidad genuina y el lazo estrecho que ha creado con sus fans. Gracias al buen gusto de Bethany por la moda, a sus ideas para crear programas y a la fuerte relación que ha establecido con su audiencia, ha podido, finalmente, convertirse en una de las creadoras de YouTube más populares e influyentes del mundo de la belleza y la moda.

---

#### SOURCES

1 Mayo de 2014

2 Tubular Labs. Datos sobre visualizaciones e interacciones del 24 de marzo de 2014.

© 2014 Google Inc. Todos los derechos reservados. Google y el logotipo de Google son marcas registradas de Google Inc. Todos los demás nombres de productos y de empresas pueden ser marcas registradas de las empresas respectivas con las que están asociados.