

Н. СОБОЛЕВ К. ЖУКОВСКИЙ Р. НАЗАРЧУК

НОВЫЙ

YouTube:

ПУТЬ К УСПЕХУ



ПОДАРОЧНОЕ
ИЗДАНИЕ

**КАК ПОЛУЧАТЬ
ФУРЫ ЛАЙКОВ
И ТОННЫ ДЕНЕГ**

От видеоблогера с суммарной
аудиторией более 8 миллионов подписчиков

RAKAMAKAFO / SOBOLEV

Звезда YouTube

Николай Соболев

**Новый YouTube. Путь к
успеху. Как получать фуры
лайков и тонны денег**

«Издательство АСТ»

2016

УДК 331.44
ББК 65.24

Соболев Н.

Новый YouTube. Путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег / Н. Соболев — «Издательство АСТ», 2016 — (Звезда YouTube)

ISBN 978-5-17-111784-9

Эта книга про то, как создать успешный канал на Youtube. Зачем? Например, чтобы зарабатывать деньги разными способами. Кроме того, с помощью канала на Youtube можно делиться идеями, учить людей, рекламировать продукцию и осуществлять пропаганду – в общем, влиять на умы и сердца людей в корыстных и бескорыстных целях. От создателя каналов с суммарной аудиторией более 8 млн подписчиков. В формате a4.pdf сохранен издательский макет.

УДК 331.44
ББК 65.24

ISBN 978-5-17-111784-9

© Соболев Н., 2016
© Издательство АСТ, 2016

Содержание

Предисловие	6
§ 1. Введение	8
Чем Youtube отличается от телевидения	10
Как все начиналось	11
Сколько можно заработать на Youtube	13
Способы заработка	14
Заработок на рекламе	15
Заработок на партнерской программе	16
§ 2. Что нужно сделать перед тем, как создавать канал	18
Цель создания канала и концепция	19
Какой контент приносит наибольший доход	19
Российские аналоги популярных каналов	20
Целевая аудитория канала	21
Интересы целевой аудитории	23
Как определить, что интересно целевой аудитории?	23
Имеющиеся ресурсы	25
Стратегия развития канала	25
§ 3. Правила на Youtube	26
Двойная мораль	27
Защита авторских прав	29
Конец ознакомительного фрагмента.	30

Николай Соболев, Кирилл Жуковский, Роман Назарчук

Новый YouTube: путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег

Сведения приведены исключительно в информационных целях. Хотя авторы стараются поддерживать их актуальность и корректность, они не дают никаких гарантий полноты, точности, надежности и доступности информации, продуктов и услуг, описанных в данной книге.

Все суждения являются личным мнением авторов. Вопросы, опечатки, замечания и предложения присылайте на электронную почту: *mail@youtube-way.ru*.

© Соболев Николай Юрьевич

© Жуковский Кирилл Владимирович

© Назарчук Роман Викторович

© ООО «Издательство АСТ»

Предисловие

Снимайте такие видеоролики, которые сами хотели бы смотреть

«Я хочу завести свой личный канал на Ютубе» – именно эту фразу вы произнесете в своей голове в самое ближайшее время. Если вы еще ни разу не думали об этом, поверьте мне: это рано или поздно произойдет. В моем окружении не осталось ни одного человека, который бы не изъявил желания сделать это или уже не сделал. Почему?

Прежде чем вы прочитаете эту книгу, давайте вкратце поговорим о том, что вы сможете получить, снимая и публикуя видеоролики на Ютубе. По моему личному убеждению в нашем мире есть великое множество вещей, к которым хочется стремиться. К некоторым из этих вещей лично я стремился всю свою сознательную жизнь: первое – это свободно, без стеснения и на всеуслышание выражать свои мысли, делиться своими взглядами, своей точкой зрения. Второе – работать на самого себя, быть независимым от окружающих, свободным в своих творческих и идейных порывах. Третье – достойно зарабатывать, заниматься любимым делом, путешествовать, заводить новые интересные знакомства, иметь определенную узнаваемость... Все это вам может дать видеоблогинг.

Несколько лет назад я пофантазировал, и мечты сбылись. Мы вместе с другом создали свой канал на Ютубе, сняли и смонтировали свое первое видео и сделали первый шаг к осуществлению наших мечт. Как мы это сделали? Как и с чего начать? Как снять первое видео? Что для этого нужно? Как заработать деньги? Если вы задали себе эти вопросы – вам срочно нужно прочитать эту книгу.

И напоследок. Я пишу эти строки, пролетая над бурной синевой Атлантического океана. Со мной команда моих хороших друзей и единомышленников, с которыми мы будем делать новый совместный проект. У каждого из них – тысячи, миллионы подписчиков на Ютубе, острый ум и четкое понимание того, чем мы будем заниматься в ближайшие 2 недели. Мы будем снимать видео... хотя я бы сказал по-другому. Мы будем заниматься тем, что мы любим делать больше всего на свете!

Не так давно я был обычным студентом, я как и вы, возможно, не знал, чем мне заняться, что мне делать со своим дипломом, куда пойти и что меня ждет... и я понятия не имел, что моя жизнь может совершить такой резкий и качественный поворот.

A stylized, handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read 'Соболев'. It features a large, looping 'С' and a long, sweeping horizontal stroke that extends to the right.

Николай Соболев

§ 1. Введение

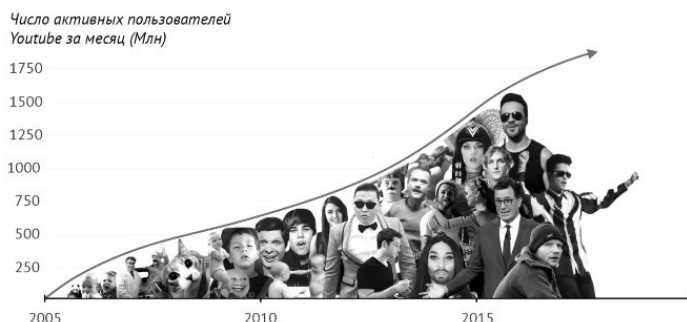
Фотография – это правда.

А кино – это правда 24 кадра в секунду.

Жан-Люк Годар

С каждым годом традиционное телевидение все больше сдает позиции, не выдерживая конкуренции с интернетом. Если раньше отсутствие дома телевизора считалось признаком низкого достатка или какой-то странностью, то теперь многие этим хвастаются, подчеркивая свое превосходство над теми, кто смотрит «зомбоящик». Огромная часть рекламных бюджетов, ранее предназначенная для телерекламы, сейчас расходуется на рекламу в интернете, и доля таких затрат со временем увеличивается.

Главной площадкой для просмотра видео в интернете стал Ютуб. Этот сервис прошел путь от скромного студенческого проекта (в 2005 году) до третьего в мире сайта по популярности, которого опережают только Фейсбук и Гугл. Количество активных пользователей Ютуба приближается к двум миллиардам – такая аудитория создает широчайшие возможности для бизнеса. Именно поэтому сюда устремились известные музыкальные лейблы, крупные новостные агентства, влиятельные политические и общественные организации.



Число активных пользователей Youtube

Выделился отдельный класс людей, главным занятием для которых стала съемка видео для Ютуба. Это стало возможно благодаря возникновению различных способов монетизации видео на личных каналах. Прежние представления о мире перевернулись с ног на голову: к примеру, появились школьники, которые играют в компьютерные игры и зарабатывают в десятки раз больше своих родителей.

Звезды Ютуба доросли до уровня звезд эстрады и спорта: у них многомиллионная армия поклонников, за ними бегают журналисты, их приглашают на всевозможные фестивали и семинары, а годовой заработок некоторых из них превышает десятки миллионов долларов.

Ютуб – это пример телевидения XXI века, где любой желающий может снимать передачи, быть журналистом, музыкантом, экскурсоводом или учителем рисования. Система рейтинга на Ютубе работает гораздо эффективнее рейтингов на обычном телевидении, поэтому талантливые люди быстро становятся популярными, а различные схемы монетизации позволяют им зарабатывать внушительные гонорары.

В этой книге мы подскажем вам, как с помощью Ютуба раскрыть свой талант и начать зарабатывать на этом деньги. Если вам есть что предложить зрителям, если у вас часто возникают интересные идеи и у вас достаточно времени и энтузиазма, чтобы воплотить их в жизнь,

то ваши старания принесут не только благодарность и уважение многих зрителей, но и хороший денежный результат.

Чем Youtube отличается от телевидения

*Чтобы влиться в толпу, вовсе не обязательно выходить на улицу
– достаточно, сидя дома, развернуть газету или включить телевизор.
Уистен Хью Оден*



Всем понятно, что в техническом плане телевидение и Ютуб – это совершенно разные технологии. Рассмотрим их отличия в контексте восприятия обычными людьми. Разница в том, что на Ютубе действует неформальная атмосфера и пока что отсутствует жесткая политическая цензура. Авторы большинства каналов – обычные люди, а не правительство или олигархи.

Российские СМИ, в том числе телевидение – это технологии для односторонней подачи информации, которые контролируются государством. Часть телеканалов созданы исключительно ради пропаганды. Мы не можем позвонить ведущему вечернего шоу или теленовостей и поделиться своей точкой зрения. Даже если у вас будут брать интервью, то в репортаже покажут только то, что можно показать, а остальное удалит редактор. Кроме того, далеко не все аспекты нашей российской жизни освещаются на телевидении, а только те, которые нужно осветить или о которых можно рассказать без последующих громких скандалов и увольнений.

Ютуб в данном плане представляет собой полную противоположность. Здесь легко высказать свое отношение к видеоролику: поставить лайк, дизлайк или написать комментарий. Или пойти еще дальше и выпустить собственный ролик по теме, который сможет набрать даже больше просмотров, чем первоначальный.

Многие популярные блогеры проводят встречи с подписчиками в неформальной атмосфере. Это обычные люди, которые живут с нами в одних городах, ходят по улицам, ездят в общественном транспорте. В каком-нибудь магазине можно встретить видеоблогера с несколькими миллионами подписчиков, пожать ему руку, обнять и сказать, какой он молодец. Многим Ютуб-знаменитостям нравится, когда их узнают на улице (хотя не всем).

Так что если вы создаете канал, не нужно имитировать идеальный образ ведущего, как на ТВ. У некоторых блогеров сформировался свой неповторимый стиль именно благодаря недостаткам, которые они не скрывают. Например, автор передачи «Картавый футбол» сделал акцент на особенностях своей дикции. Большая родинка, нелепая прическа, вспыльчивый характер – все это может стать изюминкой ведущего на Ютубе при грамотной подаче. Разумеется, достоинства и профессиональные качества должны перевешивать его изъяны, но маленький недостаток может стать отличительной чертой.

Как все начиналось

«Tune-In, hook up» (настройся и закадри) – таким был слоган Ютуба в момент появления. Самый популярный в мире видеохостинг задумывался как сайт знакомств, но его создатели в удачный момент изменили курс развития. Примечательно, что дата регистрации домена – 14 февраля 2005 г., день святого Валентина.

Как Фейсбук и многие другие проекты, Ютуб изначально был создан студентами ради развлечения. Согласно официальной легенде, два друга – Стив Чен и Чад Хёрли хотели отправить своему товарищу Джаведу Кариму видео с одной из вечеринок. Однако файл большого размера не удалось переслать по электронной почте. В тот момент у друзей появилась идея создать сервис, куда любой желающий мог бы загрузить видеоролик и показать его друзьям. Начиная с того момента идея сайта знакомств была заброшена, а созданное приложение вскоре было переделано под площадку для загрузки видеороликов всеми желающими.



Так выглядел Ютуб спустя 2 месяца после регистрации домена, 28 апреля 2005 г. Видны поля: Я ‘мужчина’ ищу ‘парня или девушку’ от ‘18’ до ‘45’. Это доказывает, что изначально сайт планировался как площадка для интернет-знакомств. Источник: web.archive.org

Если бы это были обычные студенты, то возможно мы никогда бы не узнали про Ютуб. Но у героев этой истории были очень большие амбиции и серьезные связи (жена Чада – дочь миллиардера). Кроме того, друзья-основатели занимали высокие должности в компании Пэйпэл. Поэтому довольно быстро нашлись инвесторы, и в течение года в проект было инвестировано 11 млн долларов.

Чтобы привлекать пользователей создатели проекта придумывали разные акции, например, каждый день дарили плееры Эппл Айпод случайным посетителям.

Спустя год после создания на сайте было доступно 65 тыс. видеороликов, а суммарное количество просмотров видео превысило 1 млн.

Несмотря на огромную популярность, создатели не сразу поняли, как монетизировать сервис. Первая реклама была опубликована с извинениями перед пользователями и шутивным комментарием, что это вынужденная мера, так как нечем расплатиться с водопроводчиком.

Довольно важной особенностью Ютуба, по сравнению с другими видео-хостингами и социальными сетями, была возможность обмениваться комментариями, отправлять друг другу видео и вести полноценный видеоблог.

В 2006 году компания Гугл начала процесс приобретения Ютуба. Ранее у Гугла была попытка создания собственного видео-сервиса, однако даже при больших инвестициях он не набрал ожидаемой популярности, поэтому было принято решение приобрести Ютуб. В 2007

году открылась российская версия, в которой на главной странице отображался клип Петра Налича «Guitar».

В течение последующих лет внедрялись не всегда заметные, но полезные улучшения: несколько раз менялся дизайн интерфейса, была добавлена HTML5 версия проигрывателя для мобильных устройств, появилась поддержка видеофайлов с частотой 40 и 60 кадров в секунду, а также возможность просмотра видео в высоком разрешении: 2К и 4К. Постоянно совершенствовались технологии и методики борьбы с пиратским и запрещенным контентом, а также улучшались алгоритмы показа рекламы.

Кстати, точку безубыточности Ютуб преодолел только в 2014 году. Несмотря на мировую популярность сервиса, его владельцам приходится осуществлять огромные затраты на обеспечение бесперебойной работы серверов (каждый видеоролик где-то хранится, следовательно, занимает место на сервере, а это стоит денег). Кроме того, очень много финансовых ресурсов тратится на юридические прения с правообладателями и на борьбу с пиратским контентом.

Что же о создателях – к настоящему времени все трое покинули проект и теперь не имеют никакого отношения к сервису.

Сколько можно заработать на Youtube

Больше 10 млн долларов в год – именно столько зарабатывают всемирно известные звезды Ютуба. Они покупают дорогие дома, ездят на спортивных автомобилях и ни в чем себе не отказывают. Рейтинг их состояний ежегодно публикуют на сайте Форбс: цифры-то немаленькие. Правда в русскоязычном сегменте доходы гораздо скромнее.

Способы заработка

Кажется, все искали кратчайшей дороги к деньгам и при этом обходили самую прямую – ту, которая ведет через труд.
Генри Форд

Существует множество способов заработка на Ютубе, среди которых – традиционная реклама, продакт-плейсмент, призывы к действию, размещение ссылок в описании к видео, продажа вещей с логотипом канала и многое другое.



Совокупный заработок успешных авторов видео складывается из нескольких составляющих. Рассмотрим основные из них:

1) Партнерская программа Ютуба, Медиасети:

- плата за просмотры вставок с рекламным видео;
- плата за клики по рекламным ссылкам;
- youTube Premium, платные каналы.

2) Реферальные программы, CPA (Cost Per Action):

- плата за совершение зрителями какого-то действия, например за регистрацию на сайте либо установку программы, мобильного приложения или игры.

3) Прямые заказы от рекламодателей:

- реклама в самом видео;
- видеообзоры вещей, гаджетов и косметики;
- продакт-плейсмент;
- лайки каналов рекламодателей;
- размещение рекламных ссылок в описании к видео;
- съемка специальных выпусков, посвященных какому-то событию или выходу нового продукта.

4) Заработок в других социальных сетях, возможный благодаря известности на Ютубе:

- размещение оплаченных постов в Инстаграме;
- рекламные посты на личной странице и в группе Вконтакте;
- трансляции игрового видео в Twitch;
- посты в Фейсбуке, Твиттере и много где еще.

5) Собственные проекты:

- продажа вещей с атрибутикой канала (кружек, футболок);
- написание книг автором канала;
- разработка компьютерных игр с атрибутикой канала;
- организация мероприятий, встречи со зрителями.

6) Сторонние проекты:

- участие в комплексных рекламных проектах, съемка в рекламе;
- работа ведущим на ТВ;
- выступление на семинарах;
- оказание частных консультаций по видео-маркетингу.

7) Переводы от подписчиков на развитие канала:

- донаты (пожертвования) от подписчиков через встроенную систему Ютуба;
- донаты через сервисы типа DonationAlerts;
- прямые переводы на карту или электронный кошелек.

Есть и еще один, неочевидный способ заработка – продажа контента телеканалам. Предположим, вы сняли какой-то очень резонансный ролик. Или стали очевидцем редкого события (падения метеорита) и засняли происходящее на камеру. Вы можете продать право показа этих кадров какому-нибудь российскому или иностранному телеканалу и заработать от нескольких сотен до нескольких десятков тысяч долларов.

Заработок на рекламе

Наибольший доход для популярных видеоблогеров приносит взаимодействие с крупными брендами и рекламными агентствами. К этому виду заработка относится как непосредственное участие ведущего канала в рекламных проектах, так и вставка рекламы в видеоролики на канале. Иными словами, в начало, середину или конец видеоролика по договоренности вставляется рекламное видео (пре-, мид- и построллы). За такую рекламу популярные российские видеоблогеры могут запросить от нескольких десятков тысяч до нескольких миллионов рублей. В некоторых случаях автору предоставляется какой-то товар, и он делает на него обзор или своими словами его рекламирует, явно или завуалированно. В качестве примера скрытой рекламы можно привести появление в кадре футболки с названием фильма, кружки с логотипом или плаката на фоне.

✓ По правилам Ютуба создателям видео не разрешается самостоятельно вставлять рекламу в видеоролики, если Ютуб предоставляет похожий формат (в том числе, пре-, мид- и построллы). Администрация оставляет за собой право удалить такие ролики или отключить монетизацию. До некоторых пор почти все российские каналы нарушали это правило, и у них не возникало проблем, но со временем контроль со стороны Ютуба стал ужесточаться.

Помимо рекламы непосредственно в видеороликах, почти любой популярный автор предлагает рекламодателям широкий спектр услуг. Среди них: лайк и комментарий под видеороликом на Ютубе, размещение рекламной ссылки в описании к ролику, публикация рекламы на странице автора или в группе Вконтакте, а также реклама в Инстаграме.

Наиболее известных видеоблогеров часто приглашают сниматься в рекламных фото- и видеосъемках, разумеется, за внушительные гонорары. Некоторых из них зовут работать ведущими на ТВ (многие отказываются, потому что работа на ТВ накладывает серьезные обязательства и оставляет мало времени для творчества).

Заработок на партнерской программе

Второй по важности источник дохода на Ютубе – заработок от партнерской программы. Это основной источник дохода для каналов с небольшим количеством подписчиков, у которых нет прямых заказов от рекламодателей. Если на канале включена монетизация, алгоритмы Ютуба начинают автоматически вставлять рекламу в опубликованные на нем видеоролики, и после каждого просмотра рекламы или клика по ссылке владельцу канала начисляются деньги. Все автоматизировано, однако доход от партнерской программы довольно низкий по сравнению с другими способами рекламы.

Заработанная сумма зависит от количества просмотров рекламы или переходов по ссылкам, а это, в свою очередь, связано с общим количеством просмотров роликов на канале. Видеоролики могут набирать просмотры даже спустя несколько лет после публикации – в таком случае они приносят любимый всеми интернет-предпринимателями «пассивный доход».

Многие думают, что количество подписчиков канала – главный показатель, от которого зависит доход, однако это совсем не так. Канал про элитную недвижимость, на котором 50 000 подписчиков, может приносить больше денег, чем канал-миллионник с обзорами китайских товаров.

Важно также понимать, что Ютуб платит не за просмотры самих роликов, а за просмотры интегрированной в эти ролики рекламы (так называемые «коммерческие просмотры») или за клики по ссылкам. Поэтому уровень дохода зависит от качества аудитории и тематики канала, и может существенно отличаться у разных авторов видео.

Некоторые эксперты во время расчетов используют эмпирическую формулу: для обычных развлекательных каналов за 1000 просмотров видеоролика в среднем начисляется 0,8 \$. Из этой суммы вычитаются комиссии Ютуба и партнерской программы, поэтому конечная цифра получается ниже. Таким образом, 1 млн просмотров всех видеороликов на канале за месяц может принести от 100 до 500 \$ реального дохода (это упрощенный пример, в некоторых случаях доход может быть существенно выше или существенно ниже).

Миллиона просмотров на канале можно достичь несколькими способами. Во-первых, можно загрузить 2 видеоролика, каждый из которых будет набирать по 500 тыс. просмотров за месяц, но для этого потребуется выдающийся талант и хорошие стартовые условия. Альтернативный способ заключается в том, чтобы загрузить 20 видеороликов, каждый из которых будет набирать по 50 тыс. просмотров. Или 100 видеороликов, каждый из которых будет набирать в среднем по 10 тыс. просмотров за месяц.

Стоимость за 1000 просмотров сокращенно называют CPM (Cost Per Mile). Как уже было сказано ранее, значение этого показателя зависит от тематики канала, а также от качества аудитории. Если ваш канал смотрят взрослые состоявшиеся люди, то за 1000 просмотров вы можете заработать гораздо больше, чем если бы зрителями были школьники. Но таких людей гораздо сложнее и дороже привлечь на канал. Кроме того, CPM зависит от длительности видео. Видеоролики длительностью более 10 минут предоставляют гораздо больше рекламных возможностей, чем короткие, поэтому CPM длинных видео ощутимо выше, чем у коротких.

В аналитике на Ютубе есть параметр «цена за 1000 показов по воспроизведениям» – это и есть тот самый CPM. Однако из этой суммы вычитается комиссия Ютуба и комиссия медиасети (если канал к ней подключен). Поэтому итоговая сумма будет гораздо меньше.

Подводя итоги, можно сказать, что количество просмотров влияет на заработок от партнерской программы, но точную зависимость математически описать довольно сложно. Вторым параметром – количество подписчиков напрямую не влияет на заработок, однако большое число подписчиков является убедительным аргументом для спонсоров и рекламодателей, а также для обычных людей, которые любят подписываться на популярные каналы и часто игнорируют каналы с малым числом подписчиков.

✓ Процессы в рекламном бизнесе сильно коррелируют с процессами в реальной экономике. В декабре перед новогодними праздниками наблюдается рост продаж товаров массового потребления и услуг для населения (именно их в большинстве своем рекламируют на YouTube), а январь и февраль традиционно считаются «мертвыми месяцами», когда покупатели малоактивны, потому что почти все свободные деньги они потратили на покупки во время распродаж, на организацию праздничного стола и на подарки. Именно поэтому во многих компаниях пик рекламных расходов приходится на декабрь, а в январе и феврале данная статья расходов сильно сокращается. Так как основным источником заработка для владельцев каналов на YouTube является реклама (как прямые заказы, так и партнерская программа), то в январе и феврале их доходы от рекламы бывают меньше, чем в другие месяцы.

§ 2. Что нужно сделать перед тем, как создавать канал

Суди о прожитом дне не по урожаю, который ты собрал, а по тем семенам, что ты посеял в этот день.
Роберт Л. Стивенсон

Перед открытием нового бизнеса любой ответственный предприниматель составляет бизнес-план, в котором есть аналитическая и расчетная часть, а также несколько вариантов предполагаемого развития событий: пессимистичный, реалистичный и оптимистичный.

Именно это рекомендуется сделать и вам перед созданием канала на Ютубе. Следует четко прояснить для себя, что вы делаете и ради чего. Желательно на бумаге или хотя бы у себя в голове составить примерный план. Ниже представлены вопросы, которые помогут вам сориентироваться в этом деле:

Цель и концепция	Зачем вы создаете канал? Какая тематика у канала?
Аудитория	Какие люди будут смотреть канал? Какие темы интересны этим людям? Какой стиль подачи информации лучше всего подойдет для этой аудитории?
Имеющиеся ресурсы	Сколько часов в неделю вы готовы уделять на съемку видеороликов и развитие канала? Сколько денег вы готовы инвестировать на покупку оборудования и реквизита?
Стратегия развития	В каком количестве и какую рекламу вы будете закупать на других каналах?

Цель создания канала и концепция

Хороший главнокомандующий не только видит путь к победе, но также знает, когда она невозможна.

Полибий

Во главе любого осмысленного действия всегда стоит цель. Задумайтесь, ради чего вы создаете канал? Постарайтесь при размышлениях на эту тему быть честными сами с собой, иначе много времени потратите впустую.

При выборе тематики для канала нужно учитывать, что некоторые из них являются более перспективными с точки зрения развития и получения дохода, чем другие. В каких-то тематических нишах установилась сильная конкуренция, которую будет сложно выдержать начинающим авторам, в то время как есть практически незанятые ниши. Однако уровень конкуренции – это не единственный параметр, который нужно оценивать при выборе темы для канала. Какие-то темы предполагают очень небольшой простор для развития – аудитория в 10–20 тысяч человек может стать пределом мечтаний для каналов в некоторых нишах, и может так оказаться, что будет трудно найти рекламодателей, а доход от партнерской программы окажется мизерным.

Определившись с темой, продумайте концепцию вашего канала. Важно понять, какие у него будут уникальные особенности. Ведь если уже есть сотни таких же, ничем не отличающихся друг от друга каналов, в чем смысл создавать еще один? Попробуйте максимально лаконично и точно сформулировать общую идею канала, чтобы вы могли при случае быстро объяснить ее случайному прохожему или даже ребенку.

Подумайте, сможете ли вы на протяжении длительного времени создавать качественные видеоролики в соответствии с придуманной концепцией? Достаточно ли у вас ресурсов для этого? Важно, чтобы концепция была реализуемой именно для вас, иначе проект обречен на провал.

Какой контент приносит наибольший доход

Существуют тематики, которые при схожем количестве просмотров канала могут принести гораздо больший доход автору по сравнению с другими. К ним относятся:

Ролики для успешных и богатых людей

Для видеороликов, которые просматривают богатые и успешные люди, устанавливается более высокая плата за рекламу, потому что у таких людей выше покупательская способность. Рекламодатели готовы потратить больше денег на показ рекламы для такой аудитории и у них есть уверенность, что затраты окупятся.

В категорию подобных видеороликов попадают обзоры и советы по эксплуатации дорогих машин и гаджетов, тематические каналы для бизнесменов, юристов, экономистов и других профессионалов с потенциально высоким уровнем дохода, а также политические, новостные каналы и много других. Если вы найдете такую нишу с большим потенциалом, где пока что невысокая конкуренция и где вы сможете реализовать свои способности как автора, это станет вашей золотоносной жилой.

Видео для иностранной аудитории

Плата за коммерческие просмотры жителями США, Европейского союза и других стран, где хорошая экономическая ситуация, гораздо выше по сравнению с платой за просмотры

людьми из бедных и развивающихся стран. Разница между ценой за 1000 коммерческих просмотров из России и Великобритании может различаться в десятки раз. Поэтому те авторы, которые снимают ролики на английском и других языках, на которых говорят в развитых странах, находятся в выигрышном положении.

У некоторых российских видеоблогеров есть довольно успешные отдельные англоязычные каналы, например у Сони Есьман и Саша Спилберг. На Ютубе также можно найти видеоролики про бодибилдинг от Дениса Борисова на английском языке и лайфхаки от Slivkishow на английском языке. Если вы пока не планируете создавать англоязычный канал, рекомендуется, как минимум, добавить субтитры на английском – это поможет (хоть и ненамного) увеличить количество просмотров из других стран и, соответственно, ваш доход. Кроме того, при загрузке ролика на Ютуб можно прописать название сразу на двух языках – русском и английском.

Длинные видеоролики

Если длительность видеоролика составляет более 10 минут, Ютуб позволяет делать множественные рекламные вставки, существенно увеличивая число показов рекламы.

Некоторые владельцы каналов чересчур увлекаются этой возможностью: растягивают и без того скучные видеоролики на десятки минут, добавляя туда множество рекламных вставок. Получается, что незаинтересованных зрителей заставляют смотреть кучу рекламы, и лишь немногие досматривают видео до конца. Возможно, доход автора увеличивается в кратковременной перспективе, но развитие канала при этом существенно замедляется – мало кто хочет подписываться на такой канал и рекомендовать его знакомым.

Оптимальное количество рекламных пауз в длинных видеороликах – не чаще, чем раз в 7–10 минут.

Российские аналоги популярных каналов

Какая мысль многим людям приходит в голову при поиске тематики для канала на Ютубе? Найти уже существующий популярный канал на Западе и создать отечественный аналог. Почти весь топ российских каналов на Ютубе представляют именно такие каналы, идея для которых была позаимствована.

Вот несколько примеров:

Западный канал или шоу на Ютубе	Российский аналог	Тематика
Vevo	Ello	Музыкальные видео
PewDiePie	ЕeOneGuy	Компьютерные игры
Ray William Johnson	+100500, This is Хорошо	Обзор смешных видео
Watchmojo	DaiFiveTop	Топ 5
5-Minute Crafts, CrazyRussianHacker	SlivkiShow	Лайфхаки
Fine Bros	DaiFiveTop	Наши родители смотрят...
VitalyzdTV	Rakamakafo, CheburussiaTV, Gregory Goldsheid	Пранки, социальные эксперименты
Bref	Room Factory, OneTwo	Коротко говоря, мы... (юмористические истории)
HowToBasic	HowFastMake	Сумасшедшие советы
Nostalgia Critic, Spoony	Bad Comedian, Вредное кино	Рецензии на фильмы

Fail Army	Потрачено	Падения, неудачи
Don't Flop Entertainment, KODT	Versus Battle, SLOVOproject	Рэп-баттл закрытого формата
Schmoyoho	Enjoykin	Каверы с электронной музыкой
ERB	StilRyder, RangeTV	Рэп-баттл исторических персонажей
Jimmy Kimmel Live, The Tonight Show	Вечерний Ургант	Юмористическая вечерняя передача
Britain's Got Talent, The Voice	Голос	Поиск талантов
Carpool karaoke	Поём за рулем	Звезды поют в автомобиле

Справедливости ради следует отметить, что западные каналы тоже используют чужие идеи, и в точности определить, кто, что и у кого позаимствовал – невозможно. Более того, авторам нескольких российских каналов удалось обойти западные аналоги по количеству подписчиков.

Построенная на копировании успешных иностранных проектов схема прекрасно работает в классическом телевидении. Начиная с 90-х годов, почти все популярные российские телесериалы и шоу – это копии западных аналогов. «Поле чудес», «Кто хочет стать миллионером», «Дом 2», «Голос», «Моя прекрасная няня», «Воронины», «Интерны» и сотни других известных всем телепередач – это все адаптированные для русскоязычной аудитории продукты, купленные на Западе.

✓ Все же, в России есть успешные проекты с оригинальной идеей. Например, канал с мультфильмами про Машу и Медведя «MashaMedvedTV» вошел в список 15 самых просматриваемых каналов на Ютубе во всем мире. Набирая ежегодно миллиарды просмотров, он опережает по популярности каналы таких звезд, как Eminem, Shakira, Taylor Swift, Ed Sheeran и многих других. Помимо прямых контрактов с телеканалами и дохода от партнерской программы Ютуба, огромный доход создателям приносит продажа сувениров, книжек, игрушек и детских продуктов питания с изображением «Маши и Медведя». Кроме того, лицензию на показ мультфильмов «Маша и Медведь» купил всемирно известный арабский телеканал SpaceToon. Девочка в платочке идеально вписалась в традиционный образ восточной девушки, поэтому вместо песенки про варенье Маша теперь поет на арабском про славный праздник Рамадан.

Целевая аудитория канала

Тематика видеороликов, а также стилистика подачи информации должна соответствовать предпочтениям целевой аудитории. Согласитесь, видео-уроки по бодибилдингу и советы для молодых мамаш рассчитаны на совершенно разные целевые аудитории, и было бы неправильно делать видеоролики по этим двум темам в одинаковой стилистике. Для каждой из этих двух аудиторий следует применять различные методы продвижения.

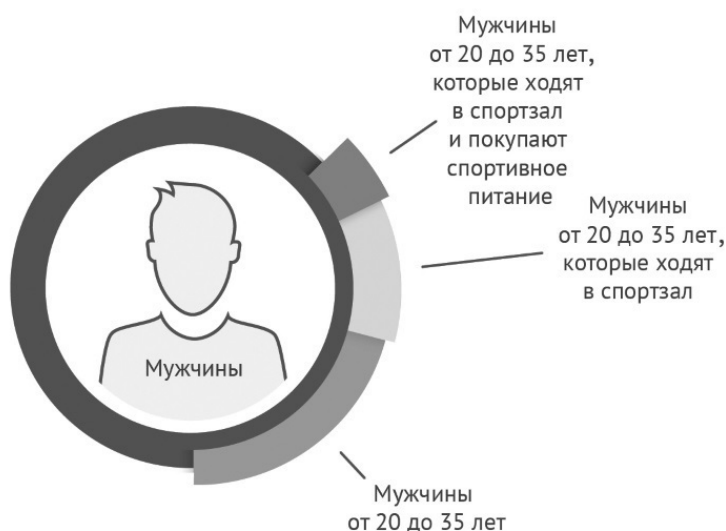
Наиболее активную аудиторию в российском сегменте Ютуба в настоящий момент представляют школьники. Именно поэтому в топ часто попадают всевозможные летсплеи и видеоблоги подростков. Школьники отличаются тем, что их легко удивить, и они совершают активные действия: ставят лайки, комментируют, репостят – в общем, идеальные подписчики. Кроме того, подростки часто «на ура» воспринимают некачественный контент. Однако такая аудитория не очень интересна для большинства рекламодателей, потому что дети не самостоятельны в своих покупках, за них все покупают родители. Школьники не покупают автомобили, недвижимость и 90 % товаров, которые рекламируются в интернете и по телевизору. Поэтому канал,

на котором несколько миллионов школьников, может приносить меньше денег, чем узкоспециализированный тематический канал с юридическими консультациями, где меньше ста тысяч подписчиков.

Взрослые люди с хорошим достатком – это самая интересная с коммерческой точки зрения аудитория, однако такие люди проявляют умеренную активность на Ютубе. Они довольно консервативны и спокойны. Многие состоявшиеся люди, просматривая видео, никогда не ставят лайки или дизлайки и не оставляют комментарии. Часть из них даже не имеют зарегистрированного аккаунта на Ютубе. В то же время они не терпят некачественный материал и тонко чувствуют непрофессионализм. Некоторые представители этой аудитории, если их что-то не устраивает, оставляют обоснованные негативные комментарии, причем уровень интеллекта и риторика комментирующих может заметно превосходить способности автора видео.

Существует огромное количество параметров, по которым можно выделить целевую аудиторию, например:

- 1) Мужчины (широкая целевая аудитория);
- 2) Мужчины от 20 до 35 лет (уже);
- 3) Мужчины от 20 до 35 лет, которые ходят в спортзал (уже);
- 4) Мужчины от 20 до 35 лет, которые ходят в спортзал и покупают спортивное питание (еще уже).



Безусловно, владельцам каналов хочется привлечь как можно большую аудиторию. Однако чтобы удерживать внимание широкой аудитории, приходится соперничать с тысячами других авторов. Это требует огромных затрат на рекламу и продвижение, а также выдающегося таланта и везения.

Поэтому, чтобы не затеряться в общей массе и уйти от конкуренции, многие создатели каналов выбирают какую-то определенную нишу и ориентируются на конкретную ограниченную аудиторию.

Насколько узкую следует выбрать нишу, зависит от уровня конкуренции в данной тематике, а также от имеющегося рекламного бюджета. Чем меньше у вас опыта, денег и возможностей для рекламы и чем выше конкуренция в выбранной тематике, тем уже должна быть ниша.

Постарайтесь подготовить и записать ответы на следующие вопросы о вашей предполагаемой целевой аудитории. Эта информация понадобится в дальнейшем, в том числе, при продвижении канала:

Возраст от	
Возраст до	
Мужчин, %	
Женщин, %	
Образование	
Уровень дохода	
Знание языков	
Интересы	
Страна, город	
Прочее, важное	

Интересы целевой аудитории

Подумайте, какие видеоролики любят смотреть на Ютубе ваши предполагаемые зрители? Определите актуальные для них темы и снимайте соответствующие сюжеты.

Постарайтесь на основном канале не публиковать видеоролики, тематика которых существенно отличается от выбранной тематики канала. Для их публикации можно использовать дополнительный канал, но основной должен строго соответствовать заданной теме, которая, в свою очередь, должна опираться на интересы целевой аудитории.

Как определить, что интересно целевой аудитории?

Во-первых, конечно же, наблюдая и общаясь с ее представителями. Если вы крутитесь в правильных кругах, у вас не возникнет сложности с определением актуальных интересных тем.

Регулярно посещая тематические фестивали и выставки, читая форумы и паблики по заданной тематике, вы всегда будете знать, какие вопросы будоражат умы представителей вашей целевой аудитории.



Прекрасным способом узнать интересные для целевой аудитории темы является просмотр гляцевых журналов. Посмотрите на обложку любого из них: вы сразу же увидите, что интересует его читателей

Если вы хорошо представляете свою целевую аудиторию, то сможете заполнить данную таблицу:

Какие темы больше всего интересуют этих людей?	
Что беспокоит?	
Какие мероприятия посещают?	
Какие товары и услуги интересны?	
На какие группы в социальных сетях подписаны?	
Какие каналы смотрят на Ютубе?	
Прочее, важное	

Имеющиеся ресурсы

Нужно четко понимать, какие ресурсы у вас есть в наличии, и достаточно ли их для достижения успеха. Ресурсами являются не только деньги. К примеру, если ваш друг – профессиональный сценарист, то такое знакомство может считаться полезным ресурсом. Другой пример: вы – администратор группы Вконтакте, в которой 50 000 подписчиков. Это полезный ресурс, который поможет в продвижении канала. Если ваша девушка – фотомодел, это еще один полезный ресурс для развития канала. Вы сможете задействовать ее при съемке некоторых видеороликов.

Стратегия развития канала

Понимание этого вопроса базируется на ответах на предыдущие вопросы. Вы должны сформировать план в своей голове, как с помощью имеющихся ресурсов привлечь необходимую целевую аудиторию и достигнуть поставленной цели. Либо как обменять имеющиеся ресурсы (деньги, время, связи, навыки, съемочное оборудование и т. п.) на необходимые ресурсы для достижения цели.

§ 3. Правила на Youtube

Как говорится – жизнь диктует свои законы. Надо подчиняться.
Михаил Зощенко

Ютуб – это сообщество с определенными правилами, которые постоянно ужесточаются. За их нарушение могут отключить монетизацию, удалить видеоролик или заблокировать канал. А если видео подпортит чью-то репутацию, на автора может быть подан иск в суд (однако в таких случаях сложно заранее сказать, кто выиграет дело). На Ютубе запрещено:

- нарушать авторские права;
- загружать порнографические материалы, демонстрировать интимные места;
- оскорблять людей другой расы, религии или вероисповедания, призывать к насилию;
- показывать сцены жестокости, насилия или крайне неприятные для многих зрителей натуралистические кадры (исключение – для новостных каналов);
- побуждать людей к совершению опасных для жизни и здоровья действий;
- угрожать другим людям или раскрывать без согласия их конфиденциальную информацию;
- исказить название, описание или картинку с целью получить больше просмотров (кликбэйт);
- выдавать себя за другого человека;
- подвергать риску детей, нарушать их права (например, заставлять сниматься в видеороликах);
- создавать клоны других каналов, копируя названия и стилистику с минимальными изменениями.

Многие известные каналы на Ютубе попадали под санкции за нарушение правил. Так, например, несколько лет назад был полностью удален канал СтопХам с двумя миллионами подписчиков. Его воссоздали, но подписчиков пришлось набирать с нуля, а все загруженные на момент блокировки видеоролики оказались недоступны. Проблемы были у Омского ТВ, DaiFiveTop и многих других каналов. Регулярно подвергаются блокировкам и новостные каналы, в том числе Life News и Russia Today.

Неприятные сюрпризы могут быть не только со стороны Ютуба. Было немало случаев, когда после критических высказываний по отношению к действующей власти и влиятельным людям к видеоблогерам приходили следователи.

Система предупреждений и репутация канала

В футболе за нарушение правил выдают карточки. Подобная система работает и на Ютубе. Первое предупреждение – как первая желтая карточка, обычно не создает серьезных проблем для владельца канала. С одним предупреждением можно, как и прежде, загружать видео и развивать канал. Отключатся только мелкие, несущественные для большинства людей функции. Если же автор получит несколько предупреждений, его на время дисквалифицируют, и он не сможет загружать видеоролики. А в самом неприятном случае канал будет удален навсегда.

✓ Ошибочные и необоснованные предупреждения можно обжаловать.

Если вы грамотно и убедительно объясните, что вы не виноваты (с приложением скриншотов и других имеющихся материалов, если это необходимо), то модераторы Ютуба могут снять предупреждение.

Двойная мораль

Закон надо испытать на себе, чтобы понять его настоящее значение.

Марк Твен

К сожалению, правила сообщества трактуются по-разному для разных каналов. Известны случаи, когда видеороликам присваивали категорию «18+» из-за вызывающего купальника у девушки. При этом по запросу “Celebrating national topless day” на Ютубе можно найти сотни видеороликов с голыми девушками. Их не только не удаляют, но иногда даже не присваивают категорию «18+». Считается, что во время «Национального дня топлесс» американские девушки демонстрируют свою свободу самовыражения, и удаление таких роликов может обернуться большим скандалом для Ютуба в США. Так что решение о нарушении принципов сообщества зависит не только от взглядов администрации Ютуба, но и от политического курса.

На Ютубе не блокируются видеоролики с демонстрацией обнаженных тел и половых органов, если они связаны с медицинской или обучающей тематикой. Сотни подобных роликов можно найти, например, по запросу “Photo epilation”. Правда, таким видеороликам обычно все-таки присваивают ограничение по возрасту.

Иногда происходят курьезы. Например, один автор вставил несколько секунд из видеоролика с другого канала. И за эту вставку новому ролику присвоили категорию «18+». При том, что оригинальный видеоролик показывался на другом канале без ограничений.

Вот несколько реальных примеров блокировок видеороликов за нарушение принципов сообщества:

Содержание	Основание для присвоения категории «18+»
Подборка смешных падений детей	Сцены жестокости
Землетрясение	Природная катастрофа
Девушка в мокром прозрачном купальнике	Сцена сексуального характера
Урок танца живота	Сцена сексуального характера

Как видно из таблицы, видеоролику с подборкой смешных падений детей была присвоена категория «18+» из-за содержания сцен жестокости. Но, к примеру, «*Chainsaw Massacre Prank!*» (почти 50 млн просмотров) – розыгрыш, в котором маньяк бегает за обычными прохожими с бензопилой и где ползает распиленный пополам истекающий кровью человек, много лет отображался без каких-либо ограничений и возрастной категории (все же и ему, в итоге, присвоили ограничение «18+», *но есть куча кровавых пранков без этого ограничения*).

Увы, никто не застрахован от жалоб на нарушение правил сообщества. Многочисленные примеры подтверждают, что на Ютубе действует двойная мораль, и для некоторых каналов правила трактуются гораздо мягче, чем для всех остальных.

Даже если ваш видеоролик не заблокируют, а ему присвоят категорию «18+» или он будет скрыт при просмотре Ютуба в безопасном режиме, это ощутимо снизит число просмотров. Во-первых, для его воспроизведения придется выполнить вход в аккаунт, однако он есть далеко не у всех зрителей. Во-вторых, из-за этого ограничения ролик не попадет на главную страницу Ютуба и может быть скрыт из рекомендаций ко многим другим видео (то есть у него исчезнет важный источник трафика). Что бы ни произошло, несправедливые решения можно и нужно оспаривать, добиваясь отмены ограничений.

Администрация Ютуба стала отключать возможность монетизации для новостных и политических каналов, которые в своих видео показывают военные действия и стихийные бедствия, а также обсуждают политику. Наиболее показательным стало принудительное отключение показов рекламы в 2015 году у популярного блогера Анатолия Шария, который освещал конфликт на Украине и получал благодаря партнерской программе хороший доход.

Защита авторских прав

Музыка принадлежит всем. Только фирмы звукозаписи думают, что владельцы – они.
Джон Леннон

Ютуб – это американская компания, и там очень серьезно относятся к авторскому праву. Многие новички совершают большую ошибку, вставляя без разбора в свои ролики музыку и песни от популярных исполнителей. Или бездумно вставляя фрагменты из видео других авторов.

Если вы хотите создать коммерческий канал и рассчитываете получать доход, то крайне не рекомендуется при создании роликов использовать видео и музыку без разрешения обладателей прав на эти композиции. Это может привести к неприятным последствиям – от отключения возможности монетизации до удаления видеоролика.

✓ Даже если на фоне будет слышна песня, звучавшая по радио – случай может быть трактован как нарушение авторских прав (была история, когда по этой причине заблокировали некоммерческий ролик благотворительной организации, правда после громкого общественного скандала блокировка была убрана). Аналогичная ситуация складывается с видеозаписями концертов и интервью.

Чаще всего применяется интересный алгоритм: деньги, заработанные на показе ролика, перечисляются не автору видео, а обладателю прав на материалы, которые были позаимствованы без спроса.

✓ Алгоритмы Ютуба несовершенны. Известен случай, когда Ютуб определил пение птиц как защищенный правообладателями материал, и автору одного из таких роликов с птичьими трелями было выдано предупреждение за неправомерное использование материалов, хотя он ничего не копировал, а звуки записывал сам. Ситуация стала еще более абсурдной после того, как служба поддержки Ютуба отклонила жалобу автора и признала выданное ему предупреждение полностью обоснованным. Чуть позже похожая история произошла с роликом, на звуковой дорожке которого было слышно урчание кота.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.