СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие 9

Часть первая
Стратегия: Семь «К»

Глава 1
Кураж: пробудите страсть
и переступите через страх 25

Глава 2
Конкретика: с самого начала
ориентируйтесь на результат 35

Глава 3
Канал: строительство дома
для вашего контента 49

Глава 4
Контент: приобретите прочное влияние 57

Глава 5
Круг единомышленников:
поддерживайте связь с аудиторией 65

Глава 6
Касса: монетизируйте контент 77

Глава 7
Календарь: проложите путь к успеху 99

Часть вторая
Тактики

Глава 8
Социальные сети: усильте идею и бренд **111**

Глава 9
Поисковая оптимизация:
привлекайте идеальную аудиторию
автоматически **123**

Глава 10
Сотрудничество: увеличьте аудиторию
многократно **133**

Глава 11
Тренды и тентполы: сговор с культурой **145**

Глава 12
Команда: расширьте видение **157**

Глава 13
Мыслите оригинально: сломайте стереотипы **167**

Заключение **175**

Приложение **182**

Об авторах **190**

РАССКАЖИТЕ ВСЕМ И ВЫИГРАЙТЕ БЕСПЛАТНУЮ КОУЧ-СЕССИЮ!

Мы с удовольствием опубликуем ваши фотографии и посты о «Секретах YouTube». Просто добавьте хештег #YouTubeSecrets, размещая их в своей любимой соцсети! Делясь своими снимками и видеороликами, вы сможете выиграть три коуч-сессии с Бенджи Трэвисом и Шоном Кэннелом. Благодарим за поддержку!

ПРЕДИСЛОВИЕ

Большинство людей думают, что YouTube — это ролики с котиками, мемы и семейное видео. В действительности на YouTube существует тайное сообщество, члены которого благодаря своей креативности делают карьеру, набирая огромное количество подписчиков и строя жизнь по собственным правилам.

Телеканал CNBC[1] недавно рассказал историю Карины Гарсия, известной в интернете как Slime Queen. Меньше чем за три года двадцатитрехлетняя официантка превратила свое мимолетное увлечение — видео с самодельным слаймом — в полноценную работу и стала миллионершей. Еще десять лет назад это могло показаться невероятным, но теперь такое становится все чаще и чаще возможным.

Как сообщает статья на сайте Adweek.com[2], в 2012 г. тысячи людей получили с помощью своих каналов

[1] Connley, Courtney. “This 23-year-old went from waitressing to earning millions as YouTube’s ‘slime queen.’” http://CNBC.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

[2] O’Neill, Megan. “Thousands Of YouTube Channels Now Making 6-Figures On Advertising Revenue Alone.” http://Adweek.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

на YouTube доход, выражающийся в шестизначных числах, от одной лишь рекламы, но блог YouTube Creators[1] только что раскрыл, что количество каналов, приносящих еще бóльшую прибыль, ежегодно повышается на 40%. По самым скромным оценкам получается, что в настоящее время десятки тысяч каналов имеют указанный доход лишь от рекламы, не считая других источников. По сведениям Американской ассоциации маркетинга[2], в 2018 г. затраты на цифровую рекламу впервые превысили затраты на рекламу телевизионную — в эту сферу было вложено около $160 млрд, что создало огромную массу новых возможностей для инфлюенсеров.

Кстати говоря, доход от рекламы — только один из путей монетизации YouTube-каналов. Позже мы расскажем о девяти других способах зарабатывать на онлайн-видео. Это настоящая революция. Не исключено, что вы в первый раз об этом слышите, но это самая что ни на есть реальность. Самые обычные люди из разных слоев общества открывают для себя перспективы приобрести влияние, создать источник дохода и оказать огромное воздействие на YouTube, создавая контент, основанный на своих увлечениях, пристрастиях и профессиональных интересах. Вот лишь несколько примеров.

---

1 Mohan, Neal. “Additional Changes to the YouTube Partner Program (YPP) to Better Protect Creators.” http://Youtube-Creators.GoogleBlog.com. (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

2 Ames, Eden. “Digital to Beat TV in Ad Spend by 2018.” http://American Marketing Association.AMA.org (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

Лора Витале обожает готовить и всегда мечтала написать кулинарную книгу. Она открыла YouTube-канал вскоре после того, как бросила работу в ресторане, и начала вместе с мужем снимать ролики дома на кухне. Через семь лет Лора добилась таких успехов, что стала вести регулярную программу на телеканале Food Network и на выгодных условиях договорилась об издании книги. Сейчас она автор бестселлеров, во многом благодаря тому, что ее канал набрал 3 млн подписчиков, и одна из самых знаменитых личностей в данной области.

Джон Колер, страстный садовник, ведет на YouTube популярный канал Growing Your Greens. Первый ролик, который он выложил в 2009 г., был снят с одного дубля, без монтажа, с низким разрешением, и сам Джон даже не появлялся в кадре, но его очевидная страсть к садоводству была налицо. После этого он создал 1400 роликов и набрал в общей сложности 67 млн просмотров и полмиллиона подписчиков, приобрел некоторый опыт в съемках, но главное — Джон использует канал, чтобы развивать свой основной бизнес, продажу соковыжималок.

Или, взять, скажем, Алехандро Рейеса, который ведет видеоблог вместе с женой и двумя дочерьми. Семья просто снимает свою будничную жизнь, но через несколько лет, несмотря на относительно малую аудиторию, благодаря спонсорской помощи они смогли получить солидный доход.

Мы не утверждаем, что каждый видеоблогер на YouTube станет богатым. Некоторые к этому, вероятно, даже не стремятся. Но впечатляет то, как люди используют свои увлечения, чтобы связаться с теми, кто близок им по духу, объединить вокруг себя единомышленников и заработать деньги для себя и своих родных.

Яркий пример — Хизер Торрес. Мама, обучающая детей на дому, открыла канал, чтобы в свободное время поделиться своим опытом с другими родителями. Через год ее видеоблог имел уже 8000 подписчиков, а ее ролики набрали более четверти миллиона просмотров. В результате семья Хизер получила дополнительный доход, открывший перед ними многочисленные возможности.

Наверно, вы думаете: «Ну, эти люди начали давно, а теперь уже поздно — YouTube переполнен, и конкуренция слишком острая». Ничего подобного. Недавно в *Huffington Post*[1] опубликовали любопытный прогноз: в ближайшие годы в интернет придут 3–5 млрд новых пользователей, что вызовет такой скачок в мировой экономике, которого мы еще не видели. А значит, сейчас как раз подходящий момент, чтобы появиться на YouTube. Не откладывайте это в долгий ящик.

Кроме того, вы можете предположить, что все успешные ютуберы имели стартовый капитал. Может быть,

[1] Diamandis, Peter. “The ‘Rising Billion’ New Consumers Will Arrive by 2020.” http://huffingtonpost.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

вам не хватает денег на приобретение дорогого оборудования, которое используется для съемок профессиональных телевизионных программ? Хорошая новость: оно вам и не нужно. Вся техника, необходимая для создания увлекательного контента, находится прямо сейчас у вас в кармане — это ваш смартфон. Ваш телефон может записывать и выкладывать в Сеть HD-видео, и это все, что вам требуется для начала.

Некоторые боятся, что у них нет таланта к созданию видеороликов, но для этого занятия в первую очередь требуется вовсе не талант. Гораздо важнее увлеченность, воодушевление, чувство юмора, осведомленность в определенной области, знания и умение отвечать на вопросы. Самые успешные на сегодня видеоблогеры не имеют таких дарований, как голливудские звезды. В реальной жизни многие из них интроверты, но они со всей страстью отдаются созданию контента. Это и есть подлинный секрет YouTube. Если вы обладаете кипучим энтузиазмом, чтобы помогать другим, и достаточно влюблены в свое дело, чтобы их заинтересовать, то вы готовы.

Успешные инфлюенсеры на YouTube — это обыкновенные, среднестатистические люди, которые чем-то увлекаются и развили навыки или приобрели знания по какой-то теме — будь то фитнес, религия или наведение порядка в доме. Любое увлечение или простой интерес могут стать источником ценного контента, не нуждающегося в затейливом монтаже или гениальном режиссере.

ПОЧЕМУ ВИДЕО?

В основном мы все предпочитаем поддерживать связи и вести бизнес с теми, кого знаем, кому доверяем, кто нам нравится. Проблема при общении через интернет заключается в том, что трудно посмотреть человеку в глаза, вступить с ним в настоящий диалог и оценить выражение лица. Это особенно справедливо в отношении блогов, но сложнее всего сделать применительно к аудиоконтенту. Вот одна из причин, почему мы считаем, что видео — наилучший способ передавать любую информацию.

Через видеоролик аудитории намного проще познакомиться с вами и проникнуться к вам доверием. Наиболее успешные ютуберы имеют постоянных зрителей, с которыми устанавливается что-то вроде дружбы. Только видеозапись способна объединять людей таким образом.

Говорят, картина стоит тысячи слов, но согласно оценке Джеймса Макквиви, специалиста по цифровому маркетингу из компании Forrester Research[1], одна минута видеоконтента эквивалентна 1,8 млн слов. Для тех, кому есть что сказать, кто имеет мечту, бизнес, бренд и хочет поделиться с миром собственными мыслями, видео — самый эффективный способ реализации своих намерений.

---

[1] Quivey, James. “How Video Will Take Over The World.” http://Forrester.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

Кроме того, популярность видео сумасшедшим образом растет. Почти все социальные сети отдают явное предпочтение именно этому формату. Можете ли вы представить хоть одну социальную сеть, в которой бы сегодня не было видео? Недавние статистические данные[1] показывают, что 55% людей каждый день смотрят видео в интернете. Сайт Small Business Trends[2] предсказывает, что к 2019 г. 80% потребительского интернет-трафика будет составлять видео.

ПОЧЕМУ YOUTUBE?

Почему YouTube — лучшая видеоплатформа для создания влияния? Все просто: это вторая крупнейшая поисковая система, уступающая только Google, и последние данные[3] свидетельствуют о том, что каждый день ее пользователи смотрят более миллиарда часов контента. К тому же этим видеохостингом владеет Google, так что функция поиска заложена в самую его суть. Это отличает YouTube от других социальных медийных платформ. Facebook, Twitter, Instagram и Snapchat не являются поисковыми системами, так что YouTube предоставляет явно выраженное преимущество в том, чтобы вас заметили и вы смогли заявить о себе.

---

1 50Wheel. “The Top 50 Video Marketing Statistics of 2018.” http://50wheel.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

2 Vernon, Jace. “Video Marketing Stats Every Business Should Know For 2018.” http://marketinghy.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

3 Smith, Craig. “YouTube Stats and Facts (March 2018)/By the Numbers.” http://ExpandedRamblings.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

Какими бы ни были ваш бизнес, бренд, интересы или хобби, целевая аудитория ищет ваш контент на YouTube. Может быть, кто-то хочет получить совет, как выращивать органические помидоры, или наносить макияж, или экономить деньги на налогах. YouTube предоставляет вам мгновенный доступ к аудитории по всему миру. Генеральный директор YouTube Сьюзен Войжитски недавно сказала, что их сайт ежемесячно посещают свыше 1,5 млрд зарегистрированных пользователей, которые тратят больше часа в день на просмотр видео[1]. Эта цифра в три раза превышает население Северной Америки.

Кроме прочего, YouTube — бесплатный сайт. Создать контент вам поможет множество инструментов. Вы можете выкладывать на свой канал неограниченное количество HD или даже 4K-видео совершенно безвозмездно. Только подумайте о том, как сложно было донести информацию до всего мира 20 лет назад. В ту пору для этого вам бы пришлось, наверно, купить время в телевизионном эфире, что стоило бы немыслимых денег. А YouTube полностью уравнял шансы для всех. На данной набитой инструментарием платформе среднестатистический человек со смартфоном может достучаться до всего мира. Оцените, какие удивительные перспективы открываются перед вами. У вас есть величайший в истории шанс поделиться мыслями со всей планетой.

[1] Shinal, John. “YouTube claims 1.5 billion monthly users as it races to boost video-ad business.” http://CNBC.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

К тому же YouTube хорошо платит. По нашему опыту, портал предоставляет самые заманчивые возможности для того, чтобы обратить ваш видеоконтент в деньги. Самый очевидный способ делать деньги — это доход от рекламы, которым Google делится с контентмейкерами, но это не единственный путь. Бренды регулярно платят за их упоминание на YouTube, поскольку доверяют этому сайту. Собственно, их спонсорство — один из самых крупных источников прибыли.

Ни одна из других социальных медиасетей, по крайней мере обладающая таким качеством инфраструктуры, не предлагает столь простой схемы распределения дохода. Каждый день все больше и больше людей создают популярные и прибыльные каналы. В 2010 г., когда YouTube исполнилось пять лет[1], на нем было всего пять каналов, которые имели миллион подписчиков. Сегодня их тысячи, и это число продолжает расти. По данным сайта Think with Google[2], в 2018 г. каналов, у которых количество подписчиков превышает миллион, стало на 75% больше, чем в предыдущем. Возможно, вы поразитесь, узнав, что столько людей превратили ведение видеоблогов в полноценную работу, но это происходит буквально на наших глазах.

---

[1] Gutelle, Sam. “There Are Now 2,000 YouTube Channels With At Least One Million Subscribers.” http://TubeFilter.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

[2] Video, Consumer Insights. “YouTube user stats from Brandcast 2017: 3 trends in video viewing behavior.” http://ThinkwithGoogle.com (дата обращения 26 апреля 2018 г.).

КАК МЫ НАЧИНАЛИ

Вы, наверное, думаете: «Кто такие эти Шон и Бенджи и почему они считают себя специалистами по YouTube? С чего бы мне прислушиваться к ним?» Мы познакомились почти десять лет назад, когда оба уже несколько лет проработали на YouTube, но имели очень низкий доход.

В последующие годы благодаря возможностям YouTube мы начали получать полноценный заработок и собственными усилиями создали процветающий бизнес, приносящий семизначную сумму прибыли. Бенджи сумел собрать миллион долларов на благотворительность с помощью прямого эфира и сколотил доход за счет Google AdSense и рекламы брендов в видеоблоге. Шон помог многочисленным лекторам, церквям и маленьким компаниям использовать видео на YouTube, чтобы достичь успеха. Он также получил шестизначные суммы дохода с помощью партнерского маркетинга.

Однажды, обсуждая, какие уроки вынесли из создания своих каналов, мы решили поделиться опытом со всем миром. В результате возникла эта книга. Прежде чем написать ее, мы хотели проверить и подтвердить на практике принципы, которым собирались учить читателей, и с этой целью открыли канал Video Influencers. До публикации книги нам удалось развить его до более 10 млн просмотров и 250 000 подписчиков.

Наши истории имеют много общего с историями успеха других ютуберов. Мы были обычными людьми, увлеченными каким-то делом, и, последовательно принося зрителям пользу своим контентом, собрали аудиторию. Наш успех основан вовсе не на выдающемся таланте. Он зиждется на том, что мы делимся главными принципами, которым может следовать каждый, чтобы обрести известность, получить прибыль и оказать влияние на сферу онлайн-видео.

В этой книге мы представим вам пути, подходы, советы, конкретные шаги, с помощью которых можно привлечь зрителей, заработать деньги, построить бизнес или создать личный бренд и поделиться своими мыслями с миром. Все это результат нашего совокупного двадцатилетнего опыта работы на YouTube, а также более чем сотни интервью, которые мы взяли у успешных ютуберов, ведущих видеоблоги на самые разные темы.

ЧЕГО ОЖИДАТЬ

Так куда же мы направляемся? В первой части книги мы расскажем о семиступенчатой стратегии, которую эффективно используем с 2008 г. Все наши советы — сугубо практические и не требуют от вас особых знаний или навыков. Хотя все на свете меняется, наш семичастный фундамент успеха на YouTube остается вне времени.

Одна из самых больших ошибок, которые совершают люди, пытаясь стать инфлюенсерами в интернете, — сосредоточенность на краткосрочных тактиках, не являющихся звеном общей целостной стратегии. Поэтому во второй части мы рассмотрим особые тактики и дадим полезные советы, которые прямо сейчас способствуют расширению влияния на YouTube.

Наконец, в приложении мы ответим на некоторые наиболее часто задаваемые вопросы по поводу работы на YouTube. Охватываемые темы включают следующие аспекты: когда и как развивать свой бизнес, создавать собственную команду, выбирать правильную камеру, справляться с хейтерами и троллями, а также советы о том, как ежедневно обновлять свой видеоблог.

Вот наши рекомендации относительно того, как извлечь пользу из этой книги по максимуму: сначала прочитайте текст насквозь, чтобы вникнуть в целом в стратегию, которую мы излагаем. Затем, когда будете открывать свой канал на YouTube, обратитесь к книге за рекомендациями, вчитываясь уже в конкретные фрагменты. Мы включили ссылки на видео для дальнейшего обучения, чтобы вы могли повышать уровень своего образования.

Мы надеемся, что с помощью нашей стратегии каждый сумеет получить на YouTube источник дополнительного или полноценного дохода, расширить сферу охвата, собрать сообщество и сделать свой продукт или бренд узнаваемым. Возможно, вы просто хотите

распространить информацию о мероприятии, благотворительных сборах или общественной организации, а может быть, вы пытаетесь объединить людей, имеющих то или иное хобби. Станет ли ваша мечта самоокупаемой? Вероятно, вы стремитесь превратиться в суперзвезду. Чего бы вы ни желали, мы дадим вам методики, необходимые для осуществления ваших чаяний. Конкретнее это означает: больше просмотров — больше подписчиков — больше денег.

Разумеется, мы не можем гарантировать, что вы станете знаменитым ютубером, но обещаем поделиться всеми приемами, которые задействовали сами, а также секретами, которые мы узнали у нынешних известных видеоблогеров. Прочитав книгу, вы получите простое и исчерпывающее руководство, как добиться успеха, если захотите приложить к этому усилия.

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ

СТРАТЕГИЯ: СЕМЬ «К»

В этой части мы поделимся базовыми составляющими для создания успешного YouTube-канала. Мы называем их «Семь “К”»: *кураж*, *конкретика*, *канал*, *контент*, *круг единомышленников*, *касса* и *календарь*. Вы научитесь всему, от поисков вдохновения для идеи, которая ляжет в основу вашего канала, до этапов создания и выпуска контента. В каждой главе мы будем представлять вам настоящих ютуберов и рассказывать истории из интервью с канала Video Influencers. На этих примерах вы увидите, как выглядят структурные элементы, когда их используют на практике, и тоже сможете начать расставлять их по местам и писать собственную историю успеха.

ГЛАВА 1

КУРАЖ: ПРОБУДИТЕ СТРАСТЬ И ПЕРЕСТУПИТЕ ЧЕРЕЗ СТРАХ

Чтобы начать, не нужно быть выдающимся человеком, но чтобы стать выдающимся человеком, нужно начать.

Зиг Зиглар

Что удерживает людей от того, чтобы открыть канал на YouTube? Главным образом страх, парализующий волю. Чего они боятся? Что их контент не одобрят, что зрители станут оставлять негативные и даже злобные комментарии, что силы будут потрачены напрасно.

Самый быстрый способ обойти страх — это просто начать действовать. Не раздумывая, приступить к делу. Некоторые страхи оправданы. Неприятных комментариев и троллинга, скорее всего, не избежать, так что следует к этому морально подготовиться. Это просто надо пережить, потому что бездействие еще хуже, чем неудача.

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине
«Электронный универс»
e-Univers.ru