

# Формула работы с YouTube-каналом. Подробный алгоритм на каждый день.

## Подготовка к запуску YouTube-канала

Важно быть последовательным и подходить к работе с необходимым уровнем стратегического планирования. Настройтесь на продолжительную системную работу. Не ищите легкий путей или способов обмана алгоритмов YouTube. Существует понятная и детальная стратегия, позволяющая эффективно развивать YouTube-канал, о ней пойдет речь далее.

### Выбор тематики и ниши

Канал обязательно должен быть тематическим, с понятной вам целевой аудиторией и направленностью развития. Также вы должны разбираться в том, о чем рассказываете. Не выбирайте тематику по принципу «В этой теме хороший доход от монетизации, пусть даже я ничего в этом не понимаю».

### Поиск конкурентов и конкурентный анализ

Необходимо составить список каналов конкурентов и проанализировать их. Для этого внести в таблицу Excel или таблицу Google все известные вам каналы по вашей тематике, также укажите число подписчиков и средние просмотры контента. Вы можете использовать сервис Socialblade для получения статистики ежемесячных просмотров на интересующих каналах.

Также выполните поиск в YouTube по различным ключевых словам в рамках вашей тематики. Это поможет вам найти еще тематические каналы конкурентов и добавить их в таблицу. Далее, посмотрите, какие ролики находятся в рекомендациях у видео с каналов конкурентов, это еще позволит расширить список каналов.

После сбора конкурентов проанализируйте все эти каналы и выпишите следующую информацию:

- Какие темы видео за последние полгода набирают существенно больше просмотров, чем другие соседние ролики?
- Какие форматы контента есть на каналах? Длительность видео, манера съемки, подача, сценарные решения
- Какие видео и темы набирают меньше всего просмотров?
- Что пишут зрители в комментариях, какой контент они хотели бы видеть? Что бы хотели изменить на канале?

Теперь у нас есть темы видео, которые на многих каналах будут пересекаться и будут стабильно набирать больше просмотров, чем другие ролики. Эти темы и могут стать идеями для серийного контента нашего канала. И уж точно есть смысл снять свою версию или вариацию таких видео, не дублировать их, но раскрыть темы по-своему.

## Трендовый анализ

Важно использовать Google Trends для оценки перспектив высокочастотных запросов, которые вы выбираете для идей новых видео. Если вы сможете найти растущий тренд или тренд, который находится в пике, создание видео под такой ключевой запрос может принести вам много просмотров. Трендовый анализ используется в комбинации с анализом каналов конкурентов для получения наиболее точных результатов.

При изучении ключевых слов в трендах не забывайте в настройках отображения включить «Поиск на YouTube» и выбрать регион, язык, где вы исследуете тренд.

## Определение формата контента

Когда вы уже определились с темами видео и проанализировали каналы конкурентов, следует разработать форматы контента на вашем канале. На основании полученных при анализе данных ответьте себе на следующие вопросы:

- Какова оптимальная продолжительность видео?
- Следует делать видео только длинные/только короткие или для разных серийных направлений нужен контент различной длительности?
- Как лучше создавать видео? Будет это запись на камеру, анимация, комбинированный контент?
- Какой контент лучше всего набирает просмотры у конкурентов?

Исходя из этих ответов вы составите первичное представление о форматах видео и сможете выбрать для себя те форматы, которые вам под силу реализовать и которые оправдают себя в плане привлечения внимания зрителей.

## Работа с поисковыми подсказками

Еще один компонент, который поможет вам найти интересные и перспективные темы для видео – это поисковые подсказки YouTube. Начните вводить поисковый запрос в YouTube и посмотрите, какие варианты поисковых запросов выдает YouTube. Затем изучите видео, которые по данной теме уже есть на платформе, посмотрите на каналы конкурентов и проведите трендовый анализ.

## Запрещенные ожидания

Многие авторы, которые только начинают вести канал, имеют ожидания, которые никак не соотносятся с реальностью. Важно избегать такого образа мышления, иначе наступит выгорание, ваши ожидания не будут оправданы, вы забросите канал. Итак, вот самые частые мифы и заблуждения, которых следует избегать:

- Существует некий секрет алгоритмов YouTube
- Если делать в точности то же, что делают популярные ютуберы, будет отличный результат
- Если копировать теги с популярных видео, ваш ролик наберет много просмотров
- Если накрутить просмотры, лайки, подписчиков, то канал будет развиваться активнее
- Можно один раз интенсивно поработать и далее канал превратится в пассивный доход
- Следует снимать то, что вам нравится. Целевая аудитория всегда найдется
- Если снимать видео на самые различные темы, выше вероятность найти заинтересованных зрителей

## Разработка контент-стратегии канала

Вам в обязательном порядке нужна стратегия. Нельзя работать хаотично и бессистемно. Только постановка адекватных целей и планомерное движение к ним.

Мы готовы помочь вам с профессиональной разработкой контент-стратегии, чтобы у вас было точное понимание, что снимать, чтобы смотрели, как оптимизировать видео, чтобы получать трафик из рекомендаций, как делать контент лучше, чем у конкурентов и как эффективно монетизировать ваш канал? В конце документа есть наши контакты, по которым вы сможете связаться с нами и получить контент-стратегию.

📩 **Заказать контент-стратегию канала** - <https://konoden.shop/buy/12>

## Создание направлений серийного контента

Итак, чтобы выбрать 2-3 направления серийного контента, понимать, какие видео интересны целевой аудитории и что следует снимать вам, необходимо резюмировать полученную информацию из следующих источников:

- Наиболее популярные ролики на каналах конкурентов за последние полгода
- Растущие и находящиеся на пике тренды по данным Google Trends
- Наиболее удачные поисковые подсказки, по которым есть востребованный контент на YouTube
- Темы с высоким интересом или недостатком контента по данным пункта Исследование в YouTube Analytics

## Определение графика публикации видео

Следует публиковать видео на регулярной основе систематически в выбранные дни недели и определенные часы. Задавайте график публикации с учетом образа жизни ваших целевых зрителей. Так, если вам смотрят преимущественно взрослые люди, которые работают до 18 часов, далее приходят домой и после ужина смотрят ваши ролики, разумно публиковать видео в 19-20 часов.

Публикуйте 2-3 видео в неделю по выбранным серийным направлениям контента. Не допускайте перерывов в выходе новых видео на срок более 2-3 недель. Вам следует сделать запас контента хотя бы на 3-5 видео вперед, чтобы в случае непредвиденных обстоятельств можно было продолжать вести канал без перерыва.

# Стратегия оптимизации видео

## Триада эффективности на YouTube

### Как сделать ваше видео заметным для зрителей?

Успех вашего видео зависит от в значительной степени от 3 компонентов: тема видео, значок видео, название видео. Эти факторы определяют охват аудитории и потенциальное количество показов ролика целевым зрителям. Если ролик снят на актуальную в данный момент тему для вашей целевой аудитории, имеет привлекательный значок и цепляющее название, его будут смотреть, он будет иметь высокий CTR и растущее количество показов.

#### *Запомните:*

#### *Тема*

#### *Значок*

#### *Название*

Когда вы думаете, о чем снять новое видео, начните с определения востребованной темы, которая будет оправдывать ожидания зрителей. Выбирайте только те темы, которые уместны для тематики вашего канала. Если вы ведете канал о кошках, создание видео о ремонте автомобиля на таком канале – плохая идея. Помните, зрители подписываются на определенный контент, чтобы смотреть продолжение. Канал должен быть тематическим. Нельзя снимать видео обо всем. Даже каналы влоги и лайфстайл – это каналы о жизни конкретного персонажа, которые выглядят целостно за счет виртуального общения зрителей с персонажем и сопровождения его в различных жизненных ситуациях.

### Как понять, что зрители хотят смотреть ваши видео?

Когда вы уже создаете привлекательный для зрителей внешне контент, в игру вступают следующие факторы, определяющие качество ваших роликов: удержание аудитории и факторы обратной связи. Чем выше эти показатели, тем лучше YouTube будет предлагать ваше видео к просмотру на главной странице и в рекомендованных видео зрителям.

Старайтесь добиваться высоких показателей удержания аудитории в ваших видео, это показатель качества контента для алгоритмов YouTube. Ориентиры следующие:

- Для видео до 10-15 минут познавательно-информационного характера норма удержания аудитории – не менее 40%.
- Для развлекательных видео 5-10 минут – удержание должно быть не менее 60-70%.
- Для длинных видео от 30-40 минут, для сборников от 1 часа – удержание не менее 20%.

На самом деле у нас есть два показателя удержания аудитории: совокупное время просмотра контента в минутах и удержание в процентах. Важны оба. Но чем длиннее ваш ролик, тем важнее совокупное время просмотра в минутах. Для коротких роликов важно удержание в процентах, чтобы такие видео досматривали до конца.

Таким образом, наиболее вероятно будут попадать в рекомендованные те ролики, у которых высокое суммарное время просмотра в минутах (длинные видео) или те, у которых высокий средний просмотр в процентах от длины видео (короткие видео).

Поведенческие факторы – комментарии, лайки/дизлайки, репосты, подписки во время или после просмотра - также важны для продвижения видео. Чем больше поведенческая активность зрителей при просмотре ролика, тем лучше оценивают такой ролик алгоритмы и будут лучше его ранжировать. Это следующий, после показателей удержания, фактор ранжирования.

Общайтесь со зрителями в процессе повествования, задавайте вопросы, призывайте ставить лайки и подписываться. В конце видео рекомендуйте смотреть другой ваш контент с ссылкой на конечные заставки, а также анонсируйте новый интересный ролик, который выйдет по графику публикации в следующий раз.

## Оптимизация видео. Трафик из рекомендаций.

### Эффективный значок видео.

Это не просто обложка для вашего видео. Зрители в значительной степени принимают решение, смотреть видео или нет, всего лишь взглянув на его значок и название, когда видео ролик в очереди прочих на главной странице YouTube или в рекомендованных видео справа от окна просмотра ролика.

Значок видео определяет, каким будет CTR ролика.

1) хороший значок повышает CTR, то есть больше людей кликают на ролик в рекомендованных видео и на главной странице. Это даёт больше просмотров.

2) Нет смысла переделывать старые значки, лучше делайте новые более классными и эффективными. Для YouTube важны первые часы и сутки с момента публикации видео, чтобы ранжировать ролик.

Мы проводили исследование, которое показало, что в 95% случаев смена значков на старых видео, опубликованных более месяца назад, не влияет на их позиции в поиске и трафик из рекомендаций.

3) Когда будете общаться с дизайнером, убедись, что он верно понимает принципы создания эффективных значков на YouTube. Это не полиграфические работы с тщательной проработкой деталей. Это по сути конструктор, где нужно привлечь внимание зрителей за короткое время.

4) По статистике YouTube потенциальный зритель смотрит на значок не более 1,5 секунд и принимает решение, кликнуть или нет.

5) На значке должно быть четкое разделение переднего и заднего плана. Все элементы должны быть крупными. Количество объектов - не более 3-4. Объекты должны занимать не менее 60% площади кадра.

6) Если используется текст - шрифт без засечек, читаемый на контрастном фоне. Не более 2 слов на строку.

7) Plusом будут эмоции и взаимодействие объектов в кадре.

8) Значок должен иметь сюжет и выражать действие.

## **Оптимизация видео.**

Мы уже рассмотрели создание значков видео, а сейчас поговорим про оптимизацию метаданных видео.

### ***Название видео.***

Ваша задача - сделать название цепляющим, чтобы оно отражало суть видео и было привлекательным, не скучным.

### ***Правила создания цепляющего названия:***

- Первые 60 символов видео главные, в них должен быть ключевой запрос и отражение сути видео
- Добавьте названию эмоциональной окраски и экспрессии. Игра на эмоциях, страхах, интересах зрителей из целевой аудитории канала. (Жалкий пропагандист ХХХ с треском провалил дебаты)
- Используйте заглавных букв в отдельных ключевых словах названия видео, чтобы привлечь внимание. (НИКОГДА НЕ НАЖИМАЙ эту кнопку в своем автомобиле и вот почему)
- Сравнение или противопоставление в названии привлекает зрителей. (Land Cruiser 300 или Lexus 570. Стоит ли переплачивать 50 000\$?)
- Упоминание известного бренда, человека, персонажа, объекта в названии видео повышает охваты. (Почему Баффет распродает свои акции? Что предвидит оракул из Омахи?)
- Цепляющий или неожиданный вопрос лучше, чем сухое повествование. (Только 1% людей могут решить эту задачу. А вам слабо?)
- Противопоставление названия видео тому, что изображено на значке видео вызывает когнитивный диссонанс и желание посмотреть ролик. (Это не красный цвет!)
- Использование цифр и значимых для зрителей фактов на названии всегда помогает. (Новогодний стол 2023 на 6 персон за 15\$ из 5 блюд)
- Провокация, выпад в адрес персонажа или бросание вызова зрителю не дает пройти мимо. (За 5 минут докажу, что ты слабак! Готов проверить?)
- Названия в стиле заголовков из желтой прессы – простой путь привлечь массовую аудиторию. (ГРЯЗНАЯ ТАЙНА ПРЕЗИДЕНТА УВИДЕЛА СВЕТ. От него отвернулись даже верные псы пропагандисты)
- Заявление о том, что зритель что-то пропустил или без этого не сможет жить, быть успешным и т.д. тоже действует на массовую аудиторию. (Как я раньше жил без этой самоделки? DIY для каждого дачника)
- Прямой или скрытый запрет на просмотр (НЕ ПОКУПАЙ пока немотришь это видео, НЕ СМОТРИ этот ролик, не уснешь).
- Использование слов, подчеркивающих как все легко и просто (Легкий заработок без вложений с нуля по 45\$ в день, Легкий рецепт медовика без раскатки коржей и без выпекания).

### ***Описание видео***

Задача хорошего описания – привлечь внимание зрителя, который открыл ролик, рассказать, о чем это видео, а также дать понять алгоритмам YouTube, как правильно ранжировать ваш ролик и каким зрителям его рекомендовать.

Как составить хорошее описание?

- Первые 3-4 предложения – описать суть видео и сделать это привлекательно, интригующе. Зрители наиболее вероятно обратят внимание на начало описания.
- Следующая часть – тайм-коды. Вам нужно раскрыть структуру видео (начиная с 00:00 и далее делать видео на главы по смыслу и содержанию).
- Далее можно еще добавить примерно 500 символов связного текста о том, о чем это видео. Используйте ключевые слова по теме видео в тексте.
- После этого добавьте общую информацию о канале (кто автор, о чем видео канала, каков график публикации новых видео).
- В конце добавьте блок ссылок на плейлисты и ваши социальные сети.

Если вы хотите акцентировать внимание на какой-то ролик или сайт, добавьте ссылку на него и призыв к действию в первую строку описания.

### *Теги*

Сейчас YouTube позиционирует теги как необязательный элемент оптимизации, но все же настоятельно рекомендуется их добавлять.

Что написать в тегах видео?

- 5-10 ключевых слов и поисковых запросов по теме видео
- 5-10 поисковых запросов по тематике канала, высокочастотные поисковые запросы
- 1-2 брендирующих тега, уникальных, отражающих название вашего канала, бренда, ваше имя

Что поможет подобрать ключевые слова для тегов?

- Поисковые подсказки YouTube
- Сервис VidIQ
- Планировщик ключевых слов Google Ads
- Сервис keywordtool.io

Не спамьте ключевыми словами. Не добавляйте много однотипных ключевых поисковых запросов (например, оптимизация youtube, оптимизация ютуб, оптимизация ютуб 2022 и т.д.).

Не указывайте не тематические теги (например, названия популярных YouTube-каналов).

Теги должны быть полноценными ключевыми запросами (например, «оптимизация видео на youtube», а не «оптимизация», «видео», «youtube»).

## Запрещенные алгоритмы

Эти приемы при оптимизации видео использовать запрещено. Вам с высокой вероятностью забанят канал. В лучшем случае – получите страйк.

Итак, что нельзя делать при оптимизации видео:

- Не размещайте в описании видео список ключевых слов через запятую, в столбик или иначе. Это спам, канал забанят
- Не пишите все название видео заглавными буквами
- Не добавляйте в описание видео слишком много ссылок на сайты и другие ресурсы (оптимально не более 5)
- Не рекламируйте на канале различные мошеннические проекты, псевдоинвестиционные сервисы и прочие скамы
- Не призывайте зрителей кликать по вашей рекламе

## Продвижение видео.

### Привлечение трафика

Очевидно, что важно не просто загрузить и оптимизировать видео. Нам необходим трафик. При этом, если мы верно выбрали тему ролика, если он оправдывает ожидания аудитории и хорошо оптимизирован, алгоритмы YouTube будут давать такому ролику органический трафик. Принципиально важно, чтобы доля трафика из рекомендованных видео, а также с главной страницы YouTube были доминирующими. На втором месте может находиться поисковый трафик.

**Органический трафик** дают алгоритмы YouTube. Также это просмотры, совершенные вашими подписчиками, в том числе через систему уведомлений.

**Перелинковка видео** через подсказки, конечные заставки и ссылки в описании, в сочетании с призывом к действию, помогает зрителям смотреть больше вашего контента и облегчает нахождение новых интересных тем видео.

**Внешний трафик** – просмотры из социальных сетей, с сайтов и из других источников за пределами YouTube. Алгоритмы не очень доверяют внешнему трафику, поскольку сам YouTube не может его контролировать и в случае любого подозрения такой трафик списывается и признается недействительным.

**Запрещенный трафик** – здесь речь о накрутке и так называемых «сервисах гарантированных просмотров». Никогда не используйте накрутку, рано или поздно это приведет к блокировке канала. YouTube может блокировать каналы даже когда те уже не используют накрутку, но пользовались ей ранее.



### ***Вот 10 советов по привлечению органического трафика:***

1. Выбирайте актуальные сейчас и востребованные зрителями темы
2. Используйте конкурентный и трендовый анализ для выбора тем видео
3. Ролик должен быть привлекательным и оптимизированным (значок, название, описание, теги)
4. Придерживайтесь графика публикации, размещайте видео в одни и те же дни недели в определенное время
5. Контент должен быть последовательным и серийным
6. Контент должен быть в рамках тематики вашего канала
7. Контент должен оправдывать ожидания постоянной аудитории зрителей канала
8. Контент должен быть понятен и доступен любому зрителю, который только узнал про ваш канал
9. Если какой-то ролик «выстрелил», набирает много просмотров, снимайте продолжение и другие ролики на схожую тему, развивайте мысль
10. Настройтесь на долгую и упорную работу. Здесь нет секретных методик. Нужно долго и систематически создавать качественный контент в рамках выбранной тематики

## **Поведенческие факторы.**

### **Работа с аудиторией канала**

Очень важно понимать потребности ваших зрителей, оправдывать их ожидания и подстраивать вашу контент-стратегию в соответствии с тем, что хотят смотреть зрители. Помните, вы создаете продукт для своей целевой аудитории.

### ***На регулярной основе вам нужно делать следующее:***

- Просматривать каналы конкурентов, выявлять, какие темы видео наиболее востребованы, включать такие темы в свой контент-план
- Отслеживать реакцию ваших зрителей на публикуемый контент (просмотры, лайки, дизлайки, удержание, комментарии согласно данным аналитики вашего канала), чтобы выявить тот контент, который оправдывает ожидания целевой аудитории
- Проводить опросы зрителей на предмет интересных им тем через функцию опросов на вкладке Сообщество и через комментарии
- Давать обратную связь в комментариях к видео или в самих роликах отвечать на вопросы из комментариев

***Доля активной аудитории подписчиков.*** Вы замечали, что далеко не все ваши подписчики на регулярной основе смотрят новые ваши ролики. Обычный показатель доли активных подписчиков для большинства каналов – порядка 10-20%. Да, это очень мало, но лишь немногие каналы похвастаться 40-50% активных подписчиков.

Ваша задача – максимально вовлекать подписчиков в просмотр новых видео. Если ваши подписчики станут неактивны, YouTube будет считать ваш контент не интересным и уменьшит количество показов видео в рекомендациях и на главной странице, а это, в свою очередь, снизит просмотры. Запустится замкнутый круг, вы будете терять просмотры. Поэтому снимайте последовательный контент.

Ваши зрители, которые подписались после просмотра определенного видео, захотят видеть продолжение данного формата. Поэтому важен серийный контент и контент-стратегия. И важно не делать перерывов больше месяца, иначе ваш канал может выпасть из ранжирования и стать неактивным.

**Повышение конверсии в подписчиков.** Если после просмотра видео новые зрители подписываются на ваш канал, это не только дает прирост показателя подписчиков, но и является сигналом для YouTube, что ваш ролик интересный и его надо показать зрителям с аналогичными интересами. Поэтому призывайте зрителей подписываться в самих видео, устраивайте конкурсы, мотивируйте на подписку анонсами новых видео («Подпишитесь, чтобы в следующий понедельник не пропустить видео, в котором я отвечу на вопросы о...»).

**Вовлечение аудитории в просмотр:** каждый ваш ролик должен представлять собой законченное произведение драматургии, включать в себя завязку, кульминацию, саспенс, необычные сюжетные повороты, развязку и анонс следующего видео. Это позволит удерживать внимание аудитории. И даже если ваш контент не развлекательный, все равно важно добиваться вовлечения зрителей в просмотр, ролик должен завораживать и вызывать желание досмотреть его до конца. Также продумайте шутки, истории из жизни, вопросы, которыми вы разбавите повествование. Важно, чтобы целевая аудитория говорила с вами на одном языке и не начала скучать.

**Повышение CTR.** Магия в том, что повышение CTR всего на 5% в среднем может удвоить ваши просмотры. Вот как это работает. В среднем у вас на канале показатель CTR может быть 5-7%, это значит, что из 1000 показов (когда видео отображается зрителю на главной странице или в рекомендациях) всего 50-70 зрителей кликнут по ролику и начнут его просмотр. А теперь представьте, что вы повышаете CTR на 5%, он становится равен 10%. И вот теперь из каждой 1000 показов вы будете получать уже 100 просмотров, а не 50!

Как повысить CTR видео?

- Выбирайте востребованные и интересные зрителям видео
- Делайте привлекательные значки и названия видео
- Смотрите, какой CTR имеют ваши ролики по данным аналитики YouTube, выбирайте наиболее удачные варианты (только учтите, что статистика становится репрезентативной при показателях от 500-1000 просмотров на ролик. Если на видео 2 просмотра и 1 из них из рекомендованных видео – CTR будет 50%, но это не показательно).
- Делайте несколько вариантов значков видео и в первые часы с момента публикации пробуйте устанавливать их по очереди, оценивая изменения в трафике по статистике в режиме реального времени в аналитике канала.

### Дополнительные форматы контента на YouTube.

Используйте дополнительные возможности, которые предоставляет YouTube для взаимодействия с вашими зрителями. Важно не только публиковать видео на регулярной основе, но также снимать Сюжеты, регулярно вести вкладку Сообщество. Shorts является особым форматом контента, для каналов от 10 000 подписчиков с активной аудиторией и устоявшейся контент-стратегией начало публикации Shorts может в некоторых случаях нарушить работу алгоритмов ранжирования (если на канал придет аудитория, готовая воспринимать только короткий формат видео и не интересующаяся основными роликами канала).

**Shorts** может быть хорошим вариантом, если вы только начинаете вести канал. Данный формат позволяет легче привлекать аудиторию новых зрителей из-за отличающихся от основного YouTube алгоритмов ранжирования и механизмов доставки контента зрителю. Зритель в мобильном приложении просто листает ролики Shorts один за другим – это один из основных форматов взаимодействия. Но помните, что канал, собравший аудиторию за счет Shorts, с трудом будет переходить на обычный контент, так как зрители подписываются на короткие видео и хотят видеть такой формат.

### **Не публикуйте Shorts на канале с длинными видео! Создайте для коротких видео отдельный новый канал.**

**Сюжеты** – это короткие ролики, которые создаются только на мобильном устройстве и представляют собой аналог Stories Instagram. В них вы можете проводить анонсы предстоящих видео, показывать сцены из бэкстейдж, какие-то элементы вашего образа жизни. Цель – подогреть интереса аудитории, вовлечение в диалог, неформальный стиль общения. И конечно повышение активности на канале.

**Вкладка Сообщество** – это мини социальная сеть в рамках вашего канала. Важно регулярно совершать публикации в сообществе. Топ 1 вид контента в сообществе – это опросы. Они имеют широкий охват и хорошо ранжируются алгоритмами. Каждую неделю проводите опросы вашей аудитории (о выборе контента, который зрители хотели бы видеть, об актуальных событиях, связанных с тематикой канала и т.д.). Кроме опросов также постите текстовые форматы постов с фотографиями. В тексте поста размещайте ссылку. Можно делать анонсы новых видео и делиться вашими впечатлениями, переживаниями, идеями.

## Дизайн и фирменный стиль канала.

### Оформление и брендинг.

Индивидуальность вашего канала, его фирменный стиль и образ бренда создают четкую ассоциацию ваших роликов с вами, каналом, делают его узнаваемым с первого взгляда.

Логотип должен хорошо просматриваться в миниатюре, быть уникальным и узнаваемым. Загружайте логотип в разрешении от 900x900 пикселей и с учетом того, что на YouTube логотипы обрезаются до круглого изображения. Не используйте брендированные другими компаниями символы. Простота, узнаваемость, читаемость, ассоциации с вами и вашей тематикой – вот критерии удачного логотипа.

**Шапка канала** помогает зрителям понять, о чем ваш канал и какой контент можно ожидать. Удачная шапка включает в себя следующие элементы:

- Образ хедлайнера (персонажа)
- Узнаваемые элементы, характерные для тематики канала
- График публикации новых видео
- Связный сюжет, выражающий действие

**Плейлисты** – не только структура вашего канала, но и помощь алгоритмам в ранжировании видео. Для серийного контента обязательно создайте плейлисты серий. Также в разметку главной страницы вашего канала добавьте плейлисты. Не забывайте добавлять в плейлисты новые видео перед публикацией их на канале.

**Главная страница** встречает новых зрителей, которые захотят познакомиться с вашим каналом и посмотреть, о чем вы снимаете. На ней важно разместить трейлер и структуру разделов контента – сначала последние опубликованные видео, затем можно добавить разделы плейлистов и другие разделы на ваше усмотрение.

**Трейлер для новых зрителей** – это короткий презентационный ролик на 1,5-2 минуты максимум, где вы расскажете следующее:

- Кто вы? О чем ваш канал?
- Кому будут интересны ваши видео?
- Какой контент вы снимаете?
- Когда выходят новые видео?
- Какую ценность получит зритель, если подпишется и включит колокольчик?

Также добавьте в трейлер нарезку наиболее интересных и цепляющих моментов из разных ваших видеороликов.

**Страница «О канале»** содержит информацию о вашем проекте и вас – связный текст в пределах 1000 символов, с использованием ключевых поисковых запросов. По сути, здесь можно текстом кратко изложить содержимое трейлера канала.

## Аналитика канала.

Важно регулярно анализировать ключевые показатели, чтобы вносить корректировки в контент-стратегию и понимать, насколько эффективно развивается ваш канал. Есть понятные маркеры, которые дадут вам точное представление о происходящем на канале.

Помните, сами по себе просмотры на канале и отдельно взятых видео дают минимум информации о состоянии канала. Нужно куда более глубокое понимание, чтобы управлять процессами развития.

### **Ключевые показатели ранжирования:**

**Показы** значков видео засчитываются в поиске, в рекомендованных видео, на главной странице YouTube (если зритель видит значок хотя бы 1 секунду и хотя бы половину изображения). Мы все мечтаем о том, чтобы YouTube давал нашим видео как можно больше показов, ведь это определяет охваты потенциальных зрителей.

Вот какие факторы влияют на показы:

- Тема видео (чем более актуальна тема и востребована зрителями, тем больше показов может получить ролик)
- Доля активной аудитории из числа подписчиков (чем больше подписчиков на регулярной основе смотрят ваши видео, тем больше будет показов)
- Соответствие ролика правилам YouTube (видео, непригодное для семейного просмотра или содержащее дискриминирующие утверждения, конспирологические теории, жестокость, мат будет лишено показов)
- Обратная связь от аудитории (высокое удержание при просмотре видео, активность в комментариях, репосты)

**Источники трафика** дают вам понимание, как именно зрители находят ваше видео. В идеале, топ 2 источника трафика у вас должны быть Рекомендованные видео и Главная страница YouTube. Правильная оптимизация и разумный выбор темы ролика существенно повышают шансы на его продвижение через систему рекомендаций YouTube. Трафик из поиска может быть характерен для узкоспециализированного контента, к которому нет интереса у массовой аудитории, а также для контента, который решает конкретную задачу (замена лампы ближнего света Toyota Corolla 2011 года). Если в вашем трафике низка доля просмотров из рекомендованных видео и с главной страницы YouTube, следует сделать вот что:

- Пересмотреть каналы конкурентов, выбрать те ролики, которые за последние полгода набирали просмотров существенно больше, чем соседние.
- Проанализировать ключевые запросы по темам актуальных роликов в инструменте Google Trends, найти устойчивые или растущие тренды
- Воспользоваться функцией Исследование в аналитике канала для поиска тем, по которым либо большое количество запросов, либо есть дефицит контента
- Составить график публикации на основе найденных тем видео, расположить их в серийные направления контента
- Создавать контент регулярно и отслеживать изменение показателей в аналитике

**CTR** – это показатель, который дает понять, сколько человек из числа заметивших ваши ролики на главной странице YouTube, в рекомендованных видео или поиске нажали на них и начали просмотр. То есть это показатель конверсии из потенциальных зрителей в реальных зрителей. Следует стремиться к CTR не менее 7-8%. Оценивать CTR имеет смысл, если ролики набирают хотя бы 500 просмотров, так как на меньших цифрах данные не будут репрезентативны. Главные 2 фактора, которые влияют на CTR – это значок видео и название видео (особенно первые 60 символов). Но если сама по себе тема ролика мало кому интересна, бесполезно работать над факторами привлечения внимания, это не поможет.

**Удержание аудитории.** Как мы упоминали ранее, это один из ключевых критериев качества вашего ролика для алгоритмов YouTube. Старайтесь добиваться высоких показателей удержания аудитории в ваших видео, это показатель качества контента для алгоритмов YouTube. Ориентиры следующие:

- Для видео до 10-15 минут познавательно-информационного характера норма удержания аудитории – не менее 40%.
- Для развлекательных видео 5-10 минут – удержание должно быть не менее 60-70%.
- Для длинных видео от 30-40 минут, для сборников от 1 часа – удержание не менее 20%.

Помните, что длинные видео могут набирать хорошие просмотры даже при относительно низком удержании всего в 20-25%. Так, например, в детской тематике сборники видео длительностью 1 час и более часто набираюткратно больше просмотров, чем регулярные пятиминутные ролики. Однако, это не значит, что вам нужно делать все видео длинными. Если вы можете что-то убрать из ролика и видео при этом не пострадает, смело убирайте. Не делайте ролик затянутым. Важно поддерживать интерес со стороны зрителей.

### Вот что поможет вам повысить удержание аудитории:

- Пробуйте делать разные форматы контента, как короткие, так и длинные, сравнивайте эффективность
- Не забывайте о сюжете, важно держать зрителя в напряжении, вовлекать его в просмотр
- Общайтесь, задавайте вопросы, рассказывайте истории
- Не будьте монотонны, делайте ролик более живым, используйте вставки и b-roll
- Делайте ролик более наглядным
- Убирайте из видео все, что затягивает время и не несет важной смысловой или эмоциональной нагрузки
- Пишите сценарий, чтобы подача материала была четкая и быстрая во время записи видео
- Каждый отдельный ролик – это законченное произведение, которое понятно и доступно даже новому зрителю, который вас не видел ранее. Каждый ролик несет свою завершённую смысловую нагрузку
- В аналитике вашего ролика вы можете видеть график удержания аудитории. Важно, чтобы на нем не было резких падений удержания
- Так, если на графике удержание сильно падает в первые 30 секунд, значит сработал эффект кликбейта и ролик не оправдал ожидания зрителей
- Если на графике удержания есть пики, подумайте, почему зрители пересматривали эти моменты, что привлекло их внимание

- ☑ **Ключевой фактор, определяющий просмотры ваших видео, – это количество и вовлеченность постоянных зрителей. Этот фактор решает, сколько показов вашим видео даст YouTube. Как увеличить показы и вовлечь постоянных зрителей – подробная информация в школе - <https://konoden.shop/school2023/>**

## Как оценить развитие канала?

### Критерии успеха видео

Не делайте поспешных выводов. YouTube достаточно инерционен в большинстве случаев, то есть вы не получите мгновенный эффект. Только систематическая работа в выбранном направлении и корректировка стратегии в соответствии с данными аналитики, конкурентным и трендовым анализом дадут результат.

### Эффективная монетизация канала

Какой бы способ монетизации вы ни выбрали, важно помнить, что для существенных доходов нужен хороший трафик. Это справедливо и для Google AdSense, и для размещения прямой рекламы, и для продажи своих товаров и услуг.

Кроме того, партнерство с медиасетью поможет вам экономить деньги на работе с каналом и создании контента, а также существенно повысит эффективность.

### ***Как вы экономите деньги и время при работе через медиасеть:***

От 10\$ на комиссии за SWIFT-перевод денег с AdSense

От 10 до 15% всей суммы платежа на курсовой разнице. В медиасети вы выводите деньги по курсу доллара, близкому к курсу ЦБ, а при получении платежа из AdSense доллары конвертируются в рубли по банковскому курсу (например, курс ЦБ 70 рублей за доллар, а банковский курс 62 рубля за доллар)

От 10\$ в месяц на лицензии VidIQ Pro – сервиса для оптимизации видео, которые помогает находить перспективные темы, подбирать ключевые поисковые запросы по их частотности и уровню конкуренции

От 23\$ в месяц на использовании музыкальных библиотек Epidemic Sound, AudioMicro и других. Ваши треки оживят контент и не будут столь приевшимися, как в обычной фонотеке YouTube

От 5\$ за каждый классный значок ваших видео (в среднем экономия 75-100\$ в месяц). Сеть сможет взять на себя создание значков для видео

От 500\$ в месяц за менеджмент канала. Вам предоставляется персональный менеджер, который сможет полностью вести ваш канал, оптимизировать видео, готовить к публикации. Вы только создаете и загружаете видео. Все остальное профессионально делает менеджер, который является сертифицированным специалистом YouTube и имеет большой практический опыт работы с каналами и продвижения видео

От 35\$ на лицензиях сервисов расширенной аналитики, т.к. аналогичные возможности представлены в личном кабинете медиасети

Также сеть выплачивает вам деньги удобным способом на различные электронные кошельки, на банковский счет или в криптовалюте. У вас полная свобода управления заработанными средствами. Есть экспресс-выплаты, когда вы сможете выводить полученные деньги каждый день!

 **Подать заявку на подключение медиасети - [ССЫЛКА](#)**

## **Заработок на вашем канале.**

### ***Модели получения дохода***

- Заработок на монетизации в рамках партнерской программы YouTube
- Прямая реклама (через рекламное агентство или напрямую с брендами)
- CPA-сети, партнерский маркетинг (размещение реферальных ссылок с оплатой за конверсионное действие – регистрацию на сайте, покупку, открытие счета и т.д.)
- Продажа собственных товаров и услуг
- Популяризация бренда (создавая контент, вы повышаете узнаваемость вас и вашего бренда)

Вы можете комбинировать все эти способы получения дохода на вашем канале. В зависимости от тематики и специфики канала доля дохода от каждого источника может существенно отличаться.

## Настройки монетизации

Во всех роликах включите все доступные формате рекламных объявлений и рекламные паузы. YouTube сам будет подбирать, какую рекламу показывать в соответствии с настройками рекламных кампаний рекламодателями и таргетингом рекламы на ваших зрителей.

## Работа с медиасетью

Как медиасеть помогает в развитии вашего канала и экономии денег?

- Вы экономите на оплате необходимых для работы сервисов, как мы рассмотрели выше
- Ваш канал будут вести и сопровождать профессионалы, которые имеют большой опыт продвижения каналов, высокую насмотренность и понимание путей развития проекта
- Вы избежите ошибок, способных полностью остановить развитие канала или навредить ему
- Вы сможете удобным способом выводить заработанные деньги, не дожидаясь ни минимальной суммы оплаты в 100\$, ни долгих сроков выплат в стандартном AdSense
- Вам помогут находить рекламодателей для размещения рекламы на канале, у медиасети есть свое рекламное агентство
- Ваш канал защитят от неправомерных страйков, отключения монетизации, помогут решать возникающие проблемы
- Вы сможете участвовать в мероприятиях, которые проводит YouTube, обмениваться опытом с другими авторами каналов и получать знания о новых возможностях от сотрудников YouTube

## Как получить помощь в развитии вашего канала и доступ к полезным сервисам:

Свяжитесь с нами по этим контактам:

- Поддержка в Telegram – [https://t.me/konodensupport\\_bot](https://t.me/konodensupport_bot)
- Новая Школа YouTube – <https://konoden.shop/school2023/>
- Videоканал Дениса Коновалова - [www.youtube.com/user/konoden](http://www.youtube.com/user/konoden)