

ГАЙД

Зачем вам видео и YouTube канал?



Содержание

1 Зачем вам видео? 02

2 Зачем вам канал на YouTube? 04

3 Для чего нужен YouTube канал? 06

4 YouTube не работает. Что делать? 07

5 От чего зависит успех? 08

5.1 Идея и сценарий 09

5.2 Личный бренд 11

5.3 Картинка 12

5.4 SMM 14

6 Окупятся ли вложения? 16

7 Что нужно, чтобы начать? 17

7.1 Идея, стратегия, техника 18

7.2 Сотрудники 20

8 Аналитика канала 21

9 Заключение 24



Зачем Вам видео?

Видео — универсальный инструмент маркетинга

Разработка видео закрывает огромное количество болей для бизнеса – позволяет **привлечь клиентов** и **увеличить прибыль.**

ВОТ несколько примеров, почему создание видео для бизнеса актуально:

01

Презентация компании, имиджевое видео

- Удобный формат презентации
- Повышение доверия клиентов и инвесторов
- Рост имиджа и статуса компании

02

Видео о продукте

- Рост статусности продукта в глазах клиента
- Улучшение позиций на маркетплейсах
- Увеличение продаж продукта

03

Видео-инструкции

- Удобный формат обучения
- Возможность детально рассказать о продукте
- Рост лояльности аудитории



Зачем Вам канал на YouTube?

Хотите увеличить продажи?

Наш сайт: mnevideo.ru
Наш Telegram: @v_production

Будем рады помочь!



Канал на YouTube — мощный инструмент для привлечения клиентов



YouTube канал генерирует условно бесплатный трафик



Расходы на продвижение могут быть низкими, а конверсия высокой



YouTube подходит для продвижения бренда и роста популярности

Ютуб

Для чего нужен YouTube канал?

Для компании

- Усиление имиджа бренда
- Повышение ценности товара/услуги
- Рост продаж

01

02

Для эксперта

- Рост популярности
- Увеличение потока клиентов и учеников
- Усиление личного бренда

Для блогера

- Рост популярности
- Усиление личного бренда
- Монетизация контента

03

Мы предоставляем услуги по продюсированию YouTube-каналов. Т.е. мы берём на себя все задачи: от разработки стратегии до создания контента и управления каналом.

Ютуб

YouTube не работает что делать?

В августе 2024 года на территории РФ началось замедление YouTube. Это породило волну вопросов среди пользователей и создателей контента.



Но главный из них:

продолжать на YouTube или переходить на российские платформы?

Мы можем с уверенностью сказать – на данный момент ни одна российская площадка не может соревноваться с американским видеохостингом. Контент новых авторов слабо рекомендуется, и раскрутить канал с нуля становится крайне сложной задачей.

Трафик YouTube после первого месяца замедления снизился более, чем на 30%. Это связано с тем, кто не все пользователи имеют возможность пользоваться VPN-сервисами и иными обходами замедления. Но, несмотря на это, аудитория на YouTube больше, чем на российских площадках.



От чего зависит успех?

От чего же зависит успех и самое главное — **окупятся ли вложения?**

Идея и сценарий

Идея – это святая всех святых. По сути, это главная составляющая в производстве контента. Можно потратить огромное количество денег на качественную картинку, но без цепляющей идеи всё это не будет иметь никакого смысла.



В начале каждого месяца мы составляем контент-план. Над ним работает весь креативный отдел – режиссёр, продюсер и сценаристы. Мы анализируем конкурентов, при этом стараемся привнести что-то новое, чего до нас никто не делал.

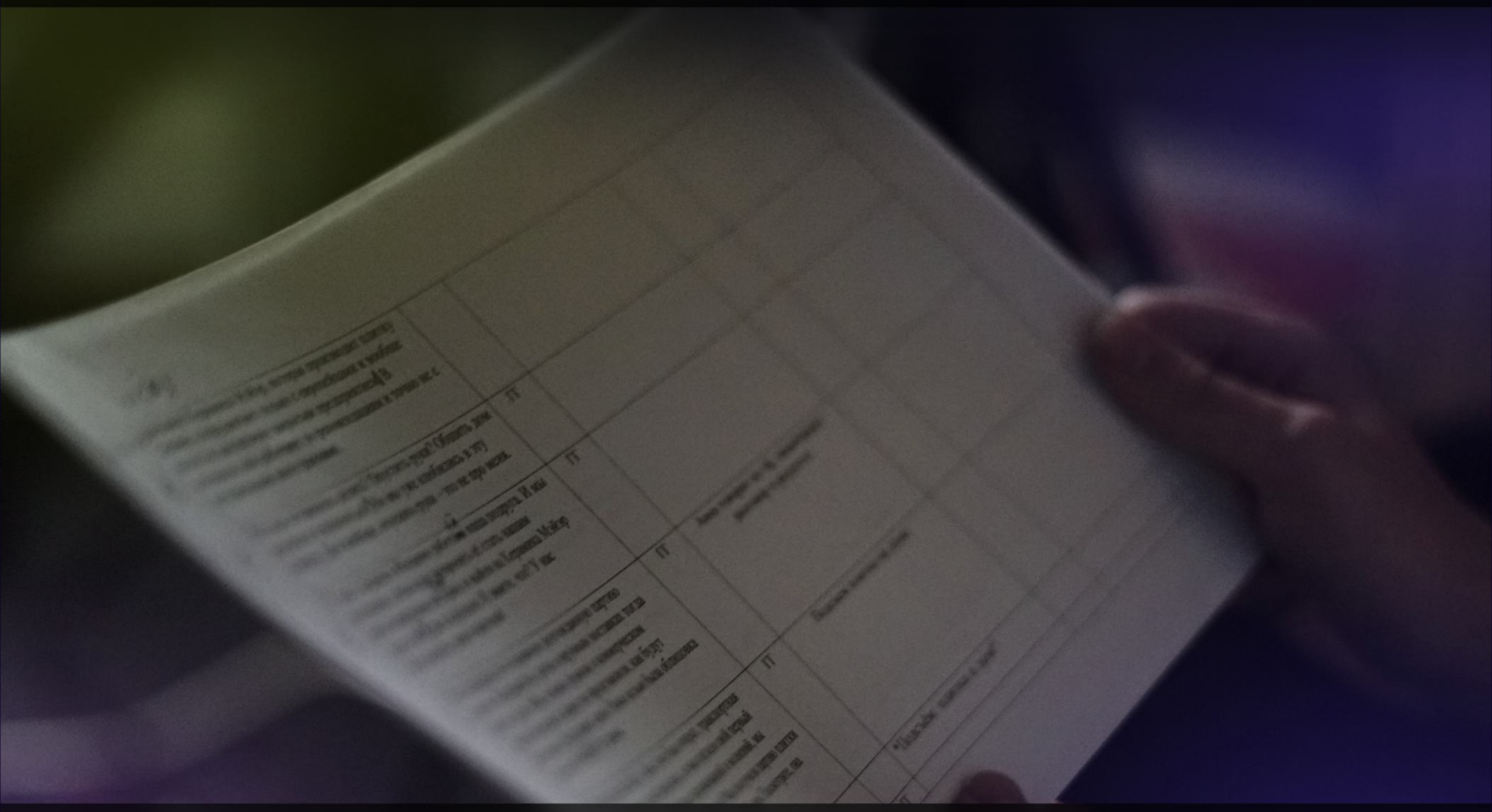
Таким образом, каждый месяц мы формируем контент-план на 4-8 видео и 10-15 Shorts, в зависимости от задач. На начальном этапе работы – это самый выигрышный вариант по количеству выпускаемых роликов.

После составления контент-плана мы работаем со сценариями. **Есть два варианта:**

Литературный полностью готовый текст для начитки

Якорный план видео, на который должен опираться спикер

Как правило, второй вариант является **более выигрышным**, т.к. особенности подачи у всех спикеров разные. Якорный сценарий позволяет направлять ведущего, удерживать внимание зрителя, при этом **обходя сложности с начиткой** чужого текста.



В отдельных случаях требуется также **режиссёрский сценарий**. Это таблица, в которой подробно расписано содержание каждого кадра. Такие сценарии используются при создании сложных видео, кино и клипов.

Успех

Личный бренд



Тот, кто ведёт зрителей за собой, превращая их в последствии в клиентов.

Очень важно

- подобрать нужную подачу
- отработать технику
- научиться говорить красиво

Также нужно уделить внимание образу. Нередко, какая-то деталь внешности может стать тем самым фактором, за который зацепится зритель.

Если мы снимаем контент для компаний, мы, как правило, нанимаем профессиональных актёров. У них точно нет проблем с харизмой.

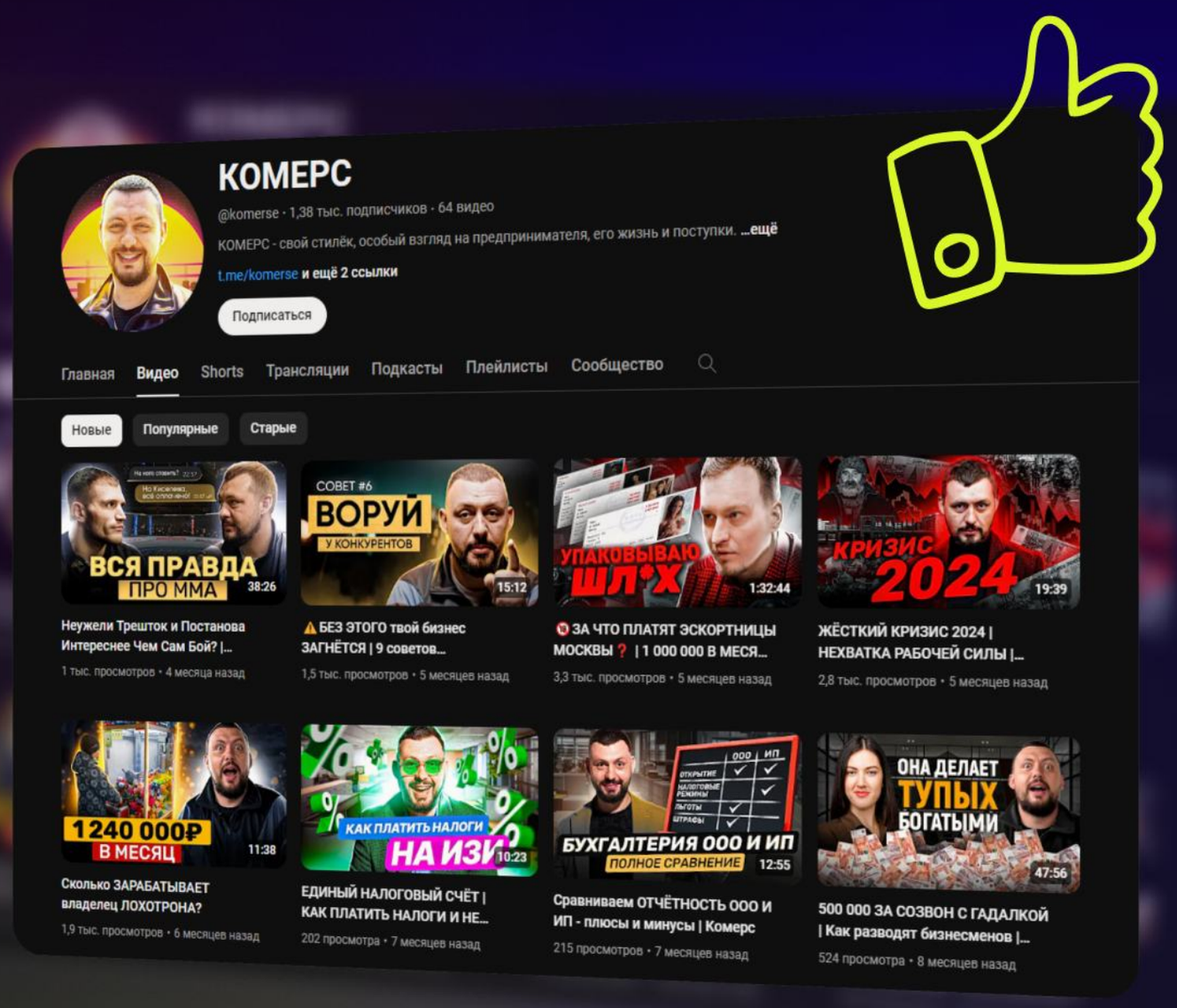
Если мы работаем с экспертом или блогером, мы нередко проводим сессии с режиссёром-постановщиком для **максимизации результата – улучшения подачи, постановки речи, жестикуляции.**

Важно помнить, что даже хорошую идею может на корню уничтожить некачественная и не цепляющая подача, поэтому данному пункту нужно уделить особое внимание.

Успех

Картинка

Зрители привыкли к **качественной** картинке у блогеров, поэтому “некрасивый” контент может сформировать у них невыгодное о вас представление.





Безусловно, самое важное — это **идея и подача** ведущего.

Однако **визуал в видео** — мощный дополнительный фактор, влияющий на успех.

Для новичков создание крутой картинки – одна из самых сложных задач, требующая экспертных знаний.

В нашей работе мы используем два основных варианта решения данного вопроса

1

Съёмка под ключ

Здесь мы сами подбираем локацию, направляем туда наших операторов – ставим камеры, свет и т.д..

2

Консультации

по созданию «домашней студии». Мы дистанционно рассказываем, что купить, как поставить и куда нажать.

Что касается монтажа – изучать его самостоятельно малоэффективно. Лучше отдать в работу специалисту.

За монтажом вы можете обратиться к нам. У нас в команде работают монтажеры разных профилей.
Мы монтируем и простые разговорные видео,
и полноценные документальные фильмы, и клипы.

SMM

Заключительный и очень важный пункт в достижении успеха – это оптимизация канала. Здесь можно выделить 3 основные задачи.

A

Связка «Название/Превью»

Название и превью — базовый инструмент для привлечения аудитории. Главная задача — заставить пользователя кликнуть на ваше видео.

Важно помнить, что название и превью работают в комплексе. И только качественная связка «Название/Превью» может дать высокий CTR*.

CTR – процент пользователей, которые открыли видео среди всех, кому оно было предложено.

Сравните два ролика. Какое видео больше хочется открыть?



История про мой автосервис



ПОТЕРЯЛ 1 500 000 НА ОТКРЫТИИ АВТОСЕРВИСА | Все Бизнесы...

В

Упаковка канала и навигация

На канале должны присутствовать все необходимые ссылки на ваши ресурсы. Это касается как описания всего канала, так и отдельных видео.

Также важно использовать перелинковку!



С

SEO-оптимизация

Для грамотной оптимизации проводится анализ ключевых запросов по теме будущего видео. А затем составляется описание с использованием этих ключевиков. То же касается и тегов.

— Окупятся ли Ваши **вложения?** —

Это ключевой вопрос, который интересует всех,
кто собирается запускать канал на YouTube.

Вот несколько пунктов, которые вы должны знать:

01

Запуск канала YouTube

— это долгосрочный процесс. Ожидать результатов можно через 2-6 месяцев работы, в зависимости от специфики проекта.

02

Следование стратегии

Работа должна быть выстроена структурно — с соблюдением графика выхода видео, с проработкой идеи/сценариев/SMM.

03

Влияние ниши на окупаемость

К примеру, если вы продаёте товар в ценовой категории до 100 рублей, вы НЕ окупите создание и ведение канала на YouTube.



Что нужно, чтобы начать?

Идея

Для старта вам необходима сформулированная и чёткая идея – **что снимать, зачем и как?**

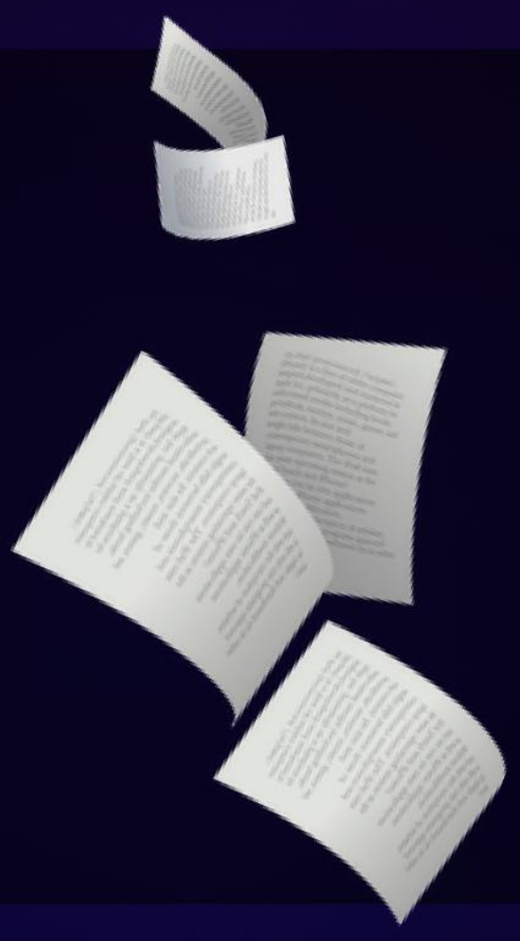


Если у вас есть много мыслей, но сформировать чёткую идею не получается – напишите нам, мы обязательно поможем!

Главное, чтобы у вас было понимание, **чего вы хотите**
- роста продаж, увеличения числа клиентов, повышения медийности и т.д..

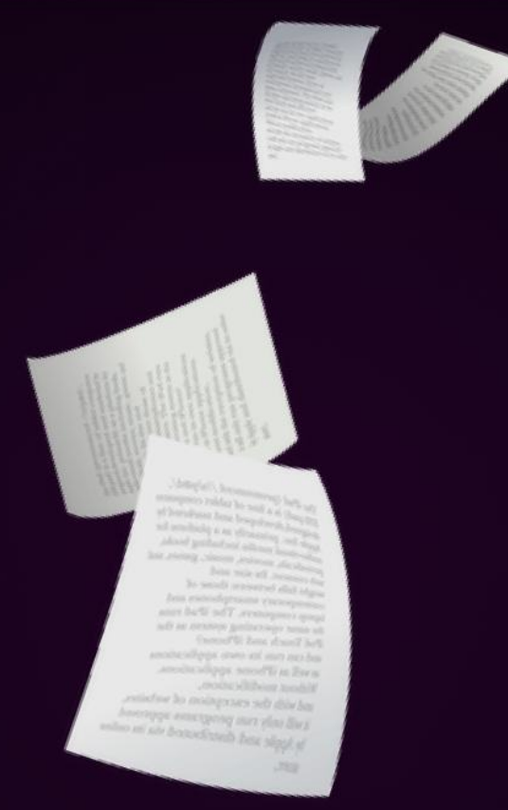
Стратегия

Необходимо провести анализ конкурентов и аудитории и понять, насколько ниша востребована.



В своей практике перед запуском любого канала мы разрабатываем стратегию.

Это документ, в котором мы подробно расписываем концепцию проекта, нейминг, особенности подачи, особенности монтажа, график выхода контента и т.д..



Техника

Для создания качественной картинки нужно специальное оборудование.

Пример базового комплекта оборудования для домашней студии:



Сотфбокс
2шт



Цветная LED-панель + стойка



Камера Sony
Alpha ILCE-6400



Объектив Sony
28-70mm



Рекордер
Zoom H1



Микрофон Rode
Lavalier Go

Сотрудники

Если планируется большой проект, нужны обученные специалисты. **Вам могут потребоваться:**

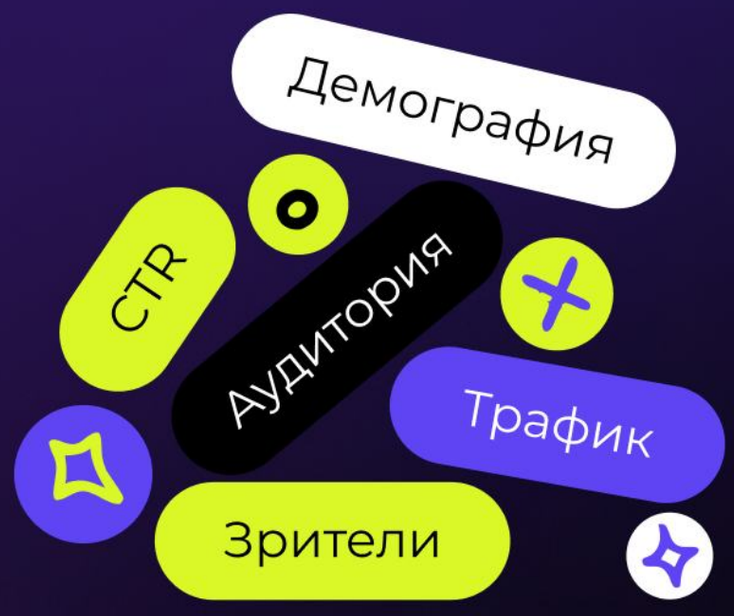
- Креативный продюсер
- Режиссёр
- Сценарист
- Оператор
- Монтажер
- Менеджер контента

Мы закрываем 100% потребностей – от идеи до реализации!



Аналитика канала

Также в гайде мы хотим рассказать про основные метрики в аналитике ролика на YouTube, на которые обязательно нужно обратить внимание.



CTR

Click-Through Rate, или другими словами кликабельность. Это процент пользователей, которые увидели ваш ролик в рекомендациях (или других источниках) и открыли его для просмотра. По ней алгоритмы YouTube определяют – имеет ли смысл продвигать ваше видео дальше.

Важно помнить, что CTR – это метрика, которая относится не только к превью ролика. CTR говорит о том, насколько успешно работает связка «Название/Превью».

Удержание аудитории

Вторая самая важная метрика YouTube-видео. Она показывает усреднённое значение, как долго зрители смотрят ваш контент. Благодаря ей алгоритмы могут определять, насколько интересны пользователям ваши ролики.

В зависимости от длины видео и особенностей определенной ниши, показатель приемлемого удержания аудитории может отличаться.

Видео	Удержание
5 минут	75% и выше
10 минут	65-75% и выше
20 минут	55-65% и выше
1 час	30% и выше

Важное

Важнейшая группа метрик – аудитория

К ней относятся следующие пункты:

01

Источники трафика

Откуда зрители находят ваш канал. Метрика позволяет оценивать эффективность текущих роликов, а также корректировать SEO-продвижение.

02

Новые/Старые зрители

Метрика помогает понять, насколько успешно идёт прогрев аудитории и насколько подписчики интересуются вашим контентом.

03

Демографические данные

Возраст, пол, географические данные. Анализ этой информации позволяет лучше построить портрет ЦА в целях дальнейшей генерации идей для контента.

Ведение YouTube-канала – это постоянный анализ своей работы и работы конкурентов.

Для повышения эффективности мы в режиме реального времени проводим аудиты наших проектов. Это позволяет определить слабые места и добиться максимизации результата от работы над будущим контентом.

У вас есть задача

- Генерация потока трафика
- Заявки на сайт
- Рост личной популярности

У нас есть решение

Мы сделаем для вас **YouTube-канал под ключ**, который закроет эту задачу. Вы всегда можете задать интересующие вопросы нам в мессенджеры.

КОНТАКТЫ

+7 985 790 09 11

@v_production

mnevideo.ru