

Шон Кеннел і Бенджі Тревіс

СЕКРЕТИ YouTube

Посібник зі зростання кількості підписників
та прибутку за допомогою відеовпливу

З англійської переклала Олександра Асташова

Київ
BOOKCHEF
2021

ЗМІСТ

Вступ	9
Частина I. Сім кроків	23
Розділ 1. Сміливість: розбурхай пристрасть і подолай страх	25
Розділ 2. Ясність: на початку тримайте в голові кінець	36
Розділ 3. Канал: як збудувати дім для вашого контенту	50
Розділ 4. Контент: інвестиція у впливовість	57
Розділ 5. Спільнота: взаємодія з аудиторією	65
Розділ 6. Гроші: монетизація контенту	77
Розділ 7. Послідовність: методичний шлях до успіху	99
Частина II. Тактика	111
Розділ 8. Соцмережі: як змусити працювати ідею і бренд	113
Розділ 9. Доступність: приваблюйте ідеальну аудиторію на автопілоті	126

Розділ 10. Колаборації: розширюйте аудиторію по експоненті.....	137
Розділ 11. Тренди і намети: грайте на культурі.....	151
Розділ 12. Команда: масштабування бачення.....	163
Розділ 13. Мисліть інакше: забудьте про традиції.....	173
Висновки.....	182
Додаток	190
Подяки	196
Примітки	200

Цю книгу присвячено спільноті відео-інфлюенсерів.

*Ваші історії самопожертви, ентузіазму
й наполегливості надихають нас щодня. Разом ми
змінюємо світ силою відео й дуже вдячні вам за те,
що прямуємо цим шляхом усі разом.*

ВСТУП

Зараз досі більшість чує YouTube й уявляє відео з котиками, вірусні меми й аматорську зйомку. Насправді ж тут уже давно оселилася таємна спільнота людей, які перетворюють свою творчість на кар'єру, збирають навколо себе натовпи підписників і творять життя на власних умовах.

Не так давно CNBC¹ опублікували статтю про «королеву слаймів» Каріну Гарсія. Менш ніж за три роки 23-річна дівчина перетворила звичайнісіньке хобі записувати DIY-відео* на повноцінну кар'єру і вибилася з офіціанток у мільйонерки. Ще з десятків років тому її історія здавалася б божевіллям, але тепер такі випадки аж ніяк не рідкість.

Adweek.com² 2012 року писав, що тисячі осіб отримують зі своїх каналів на YouTube шестизначні суми — і це лише завдяки рекламі. А YouTube Creator

* DIY, або Do It Yourself — «зроби це сам». — Тут і далі — прим. пер., якщо не зазначено ін.

Blog³ нещодавно заявив, що каналів із доходами понад шестизначні щороку більше на 40%. Навіть за скромними підрахунками десятки тисяч каналів наразі заробляють шестизначні суми лише на рекламі, не рахуючи доходу з інших джерел. За прогнозами Американської асоціації маркетингу⁴, витрати на рекламу в інтернеті 2018 року мали вперше перевищити витрати на телевізійну рекламу, сягнувши 160 мільярдів доларів — купа нових можливостей для інфлюенсерів.

До речі, реклама — далеко не єдиний вид монетизації контенту на YouTube. Далі ми розповімо вам про ще дев'ять способів заробити на відео в інтернеті. Це — справжня революція. Можливо, ви про таке чуєте вперше, але YouTube — це реальний шанс. Силу впливовості й монетизації опановують цілком звичайні люди з абсолютно різних прошарків суспільства, створюючи контент на основі своїх хобі, уподобань і професійних навичок.

Пристрасть життя Лори Вітале — кулінарія. Дівчина завжди мріяла написати кулінарну книгу і відкрила свій канал на YouTube, щойно звільнилася з ресторану. Перші відео вона записувала разом із чоловіком на власній кухні, а вже за сім років канал набув такого

масштабу, що Лорі запропонували роботу ведучої на каналі Food Network і контракт на кулінарну книгу. Тепер Віталє — авторка бестселерів й одна з найвідоміших представниць у сфері кулінарії на платформі. І 3 мільйони підписок, які їй вдалося зібрати на каналі, виконали тут далеко не останню роль.

Завзятий садівник Джон Колер веде один із найпопулярніших каналів про садівництво на YouTube — Growing Your Greens. Перше його відео 2009 року було знято одним дублем, у кепській якості, без жодного відеоредагування, а Джон навіть не потрапив у кадр. Проте овочі та фрукти він плекав із надзвичайною пристрасстю. Тепер, через 1400 відео, 67 мільйонів переглядів і півмільйона підписок, він трохи набив руку. Та головне, що Джон використовує канал для розвитку свого основного бізнесу — продажу сокочавилів.

А ще є Алехандро Рейес, який знімає влоги разом із дружиною і двома доньками. Вони лиш записують відео про своє повсякденне життя, але за якихось кілька років змогли вийти на шестизначний дохід завдяки співпраці з брендами — попри відносно невелику аудиторію.

Не можна сказати, що всі на YouTube багатіють. Для деякого це зовсім не самоціль. Хтось просто знімає на камеру свої захоплення і хобі, щоб збирати спільноти, спілкуватися з однодумцями і підзаробити трохи грошей для себе й родини.

Гізер Торрес — яскравий приклад. Гізер — мама двох дітлахів, яка самостійно навчає їх удома і відкрила канал з домашнього навчання, щоб допомогти іншими батькам. Вона просто публікувала відео у вільний час, і вже за рік її канал виріс до 8 з гаком тисяч підписок, а відео переглянули понад 250 тисяч разів. Так вона отримала додаткове джерело доходів і відкрила для себе безліч нових можливостей.

Мабуть, ви зараз думаєте: «Цим людям пощастило встигнути. Тепер уже запізно. Зараз на YouTube надто тісно і багато конкуренції». Неправда. Автори статті у *Huffington Post*⁵ прогнозують, що за 2018–2020* роки на платформі з'явиться від 3 до 5 мільярдів нових споживачів контенту, сколихнувши величезну хвилю у світовій економіці. Тож зараз

* Оригінальне видання книжки побачило світ 2018 року. — Прим. видавця.

доволі таки вдалий час познайомитися з YouTube. Не відкладайте на потім.

Але ж всі ці успішні ютубери, мабуть, мали немалий бюджет на старті! А вам не вистачає грошей на дороге обладнання, яким користуються на телевізійних шоу. Хороша новина: вам усе це не потрібно. Усе обладнання, якого вистачить для створення пристойного контенту, вже лежить у вашій кишені. Ми говоримо про смартфон. Ваш телефон і так уміє знімати й завантажувати HD-відео, а на початковому етапі більше вам і не треба.

А ще дехто боїться, що для якісного YouTube-контенту їм не вистачить таланту. Однак талант не є головною вимогою на YouTube. Пристрасть, завзяття, розвага, інформативність, освіта й відповіді на питання користувачів — усе це важить набагато більше. Навіть найуспішніші автори на платформі не такі талановиті, як, приміром, голлівудські зірки. Багато з них у реальному житті затяті інтроверти, але вони прагнуть створювати контент усією душею. От справжній секрет YouTube. Якщо у вас вистачить пристрасті й ентузіазму, щоб допомагати іншим і підігрівати їхній інтерес, ви готові.

Успішні інфлюенсери на YouTube — це звичайні люди, в яких є захоплення і певні знання чи навички з теми, хоч то фітнес, релігія чи прибирання. Будь-який інтерес чи хобі можуть самі по собі стати цінним контентом — без фантастичного відеомонтажу чи фантастично талановитого автора.

Чому саме відео?

Нам набагато більше подобається мати справи з людьми, яких ми знаємо, яких любимо і яким довіряємо. В інтернеті часто важко подивитися людині в очі, поговорити наживо й оцінити міміку — така проблема часто спіткає блоги й аудіо-контент. От чому для нас відео — найліпший спосіб презентувати повідомлення.

Із відео аудиторії набагато легше з вами познайомитися і довіритися. Постійні глядачі успішніших ютуберів відчують з ними міцний зв'язок. Навіть вважають людину з екрана другом. Лише відео може викликати в нас таке відчуття.

Кажуть, картинка коштує тисячі слів. І навіть більше: експерт із цифрового маркетингу Джеймс Макківі

з Forrester Research⁶ запевняє, що одна хвилина відео-контенту еквівалентна 1,8 мільйонам слів. Якщо у вас є ідея, мрія, бізнес, бренд — будь-яке повідомлення, яким ви хочете поділитися зі світом, — відео є найефективнішим інструментом.

Та й популярність його зростає шаленими темпами. Майже всі медіа-платформи вже обрали відео як основний тип контенту. Лишень уявіть соцмережу, де немає відео. Складно? Статистика⁷ показує, що 55% людей щодня переглядають відео в інтернеті. А портал Small Business Trends⁸ прогнозує, що 2019 року глобальний відео-трафік становитиме 80% від усього інтернет-трафіку.

Чому саме YouTube?

Чому YouTube — найліпша відеоплатформа для створення резонансу? Усе просто: це друга за масштабами пошукова система, яка поступається лише Google, а найновіші дані⁹ свідчать: щодня на YouTube переглядають понад мільярд годин контенту. Крім того, YouTube належить Google, тож функція пошуку тут

реалізована на висоті. Оцим YouTube і відрізняється від інших соцмереж. Facebook, Instagram, Twitter і Snapchat не є пошуковими системами, тож із YouTube вам набагато легше потрапити в поле зору глядача й вплинути на нього.

Хоч до якої сфери належатиме ваш бізнес, бренд, захоплення чи хобі, на YouTube завжди є цільова аудиторія, яка шукає ваш контент. Можливо, комусь конче потрібні поради з екологічного вирощування помідорів. Або навчитися робити смокі-айз. Або зекономити гроші на податках. YouTube за секунду відкриває вам доступ до аудиторії по всьому світу. Гендиректорка YouTube Сьюзан Войчицькі¹⁰ каже, що на YouTube щомісяця заходять понад 1,5 мільярда зареєстрованих користувачів, які витрачають на перегляд відео годину з гаком на день. Це втричі більше населення Північної Америки.

А ще YouTube безкоштовний. Тут є купа інструментів для створення контенту і жодного фінансового бар'єру. У вас є можливість безкоштовно завантажувати на канал необмежену кількість відео у HD- і навіть 4K-якості. Лишень уявіть, наскільки важче було донести повідомлення до міжнародної аудиторії два

десятиліття тому. Мабуть, довелося б купувати ефірний час на телебаченні, який коштував захмарних грошей. YouTube же забезпечив рівні умови гри. Тепер звичайна людина зі смартфоном може промовляти до цілого світу — через платформу, нашпиговану функціями. Не ігноруйте те, як це дивовижно. Нам подарували доступ до однієї з найбільших машин для поширення ідей в історії.

А ще YouTube непогано платить. На власному досвіді можемо сказати: якщо хочете монетизувати відео-контент, YouTube пропонує найвигідніші умови. Очевидний варіант заробітку — дохід від реклами, яким Google ділиться з авторами, але це не єдиний спосіб. Бренди активно платять за просування своїх продуктів на YouTube, бо довіряють платформі. Спонсорство бренду, по суті, потенційно є одним із найприбутковіших джерел доходу.

Таку просту і зрозумілу монетизацію не пропонує жодна інша соцмережа — принаймні не з такою якістю, як у YouTube. Щодень дедалі більше людей розвивають впливові й прибуткові канали. У 2010 році, коли YouTube виповнилося п'ять років¹¹, існувало лише п'ять каналів із мільйоном підписок. А сьогодні

їх тисячі. І їхня кількість невпинно зростає. За даними Think with Google¹², 2017 року каналів-мільйонників було вже на 75% більше, ніж 2016-го. Тисячі людей перетворюють свої канали на повноцінну роботу і справжню кар'єру — звучить фантастично, але це відбувається просто зараз.

Наші витоки

Ви можете спитати: «Хто взагалі такі ці Шон і Бенджі? Що робить їх експертами по YouTube? Чому я маю їх слухати?». Ми зустрілися майже десять років тому й на той момент уже мали кілька років досвіду на YouTube. А ще ні шеляга за душею.

Проте в наступні роки — завдяки можливостям, які нам дав YouTube, — ми змогли перетворити наше хобі на повноцінну роботу і створити собі по бізнесу з шістьма нулями. Бенджі зміг зібрати мільйон доларів на благодійність через стрим, а на влогах отримав дохід від Google AdSense і брендів. Шон навчив багато спікерів, церков і крихітних підприємств користуватися YouTube і відео для досягнення відмінних результатів.

А ще заробив шестизначну суму лише на партнерському маркетингу.

Якось три роки тому ми розмовляли про досвід та уроки, які засвоїли в процесі розвитку наших каналів, і в нас виникла ідея поділитися цією інформацією з усім світом. Ця книга — результат того рішення. Перш ніж взятися до написання, ми хотіли перевірити на практиці ті принципи, яких навчатимемо читачів. Так і виник наш спільний канал Video Influencers. Іще до виходу книги нам вдалося зібрати тут понад 10 мільйонів переглядів і 250 тисяч підписок.

Наш досвід має багато спільного з історіями успіху інших ютуберів. Ми були звичайними хлопцями, щиро захопленими певною темою. І що глибше ми цю тему розкривали, то швидше зростала аудиторія. Наш успіх тримається не на таланті. Усе завдяки нашій жазі поділитися принципами, які допоможуть кожному здобути впливовість і репутацію та заробити дохід через відео.

У цій книзі ми розповімо про способи, принципи, настанови, кроки і стратегії, які допоможуть знайти свою аудиторію, заробити гроші, підняти бізнес чи особистий бренд і поділитися ідеями зі світом абсолютно кожному. Наші поради — це двадцять років