

Алексей Токовенко

**25 истин YouTube-криэйтора**

Днепр  
«Середняк Т. К.»  
2019

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

УДК 004.738.5:79

Т 51

**Алексей Токовенко**

Т 51 25 истин YouTube-криэйтора / Алексей Токовенко –  
Днепр: Середняк Т.К., 2019 – 135 с.

ISBN 978-617-7822-42-3

.....  
Прочтение этой книги создаст надежный каркас знаний по миру YouTube. Станет руководством по основным принципам создания, публикации и сопровождения видеоконтента в Сети. Ее автор – эксперт по развитию YouTube-каналов в одной из самых крупных медиасетей в мире.

Книга, целевая аудитория которой – блогеры и менеджеры каналов, содержит evergreen-рекомендации, основанные на опыте автора, реальных кейсах и теоретических базисах, предоставляемых самой платформой для криэйторов. Вырабатывает понимание контента как товара, который надо успешно продать в сверхконкурентной среде.

.....

ISBN 978-617-7822-42-3  
004.738.5:79

УДК

© Алексей Токовенко, 2019

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

## Содержание

<b>От автора</b>	<b>4</b>
<b>1. Нажимаем на play</b>	<b>6</b>
<i>Как понять, что снимать, как начать и когда ожидать результатов.</i>	
<b>2. Видео — это маленькая жизнь той темы, которой оно посвящено</b>	<b>13</b>
<i>О создании сценария и композиции видео.</i>	
<b>3. Рассказывать и показывать истории</b>	<b>19</b>
<i>О том, как суметь увлечь зрителя и правильно подать сюжет.</i>	
<b>4. Формат — это упаковка</b>	<b>23</b>
<i>Виды контента, подбор форматов и ниш.</i>	
<b>5. Оптимизировать нельзя филонить</b>	<b>27</b>
<i>Что такое оптимизация, на что влияет и какой должна быть.</i>	
<b>6. Обложка, вырывающая из реальности</b>	<b>34</b>
<i>Как создать обложку, которую не пропустят ваши зрители.</i>	
<b>7. Расставлять сети в потоке инфоповодов</b>	<b>41</b>
<i>О поиске тем для контента, которые вызывают интерес у массовой аудитории.</i>	
<b>8. Сначала партизанить</b>	<b>45</b>
<i>Детально о способах продвижения контента без больших затрат.</i>	
<b>9. Скажи мне, кто твой подписчик, и я скажу, кто ты</b>	<b>52</b>
<i>Портрет зрителя и понимание своей аудитории.</i>	
<b>10. Конкуренция драйвит</b>	<b>57</b>
<i>О том, как использовать конкуренцию в своих целях.</i>	
<b>11. Лавина просмотров</b>	<b>62</b>
<i>Методы увеличения количества просмотров.</i>	
<b>12. По ком звонит колокольчик</b>	<b>68</b>

<i>Об инструментах, способствующих высокой активности зрителей.</i>	
<b>13. Признание за признание</b>	<b>72</b>
<i>О построении отношений с комьюнити.</i>	
<b>14. Искренность равно лояльность</b>	<b>76</b>
<i>Как достигать высокого уровня лояльности от подписчиков.</i>	
<b>15. Скромность красит</b>	<b>81</b>
<i>Харизма как главный атрибут криэйтора.</i>	
<b>16. Зацепиться за извилины</b>	<b>85</b>
<i>Маркетинговые подходы к вовлечению в свой бренд.</i>	
<b>17. Юмору можно научиться</b>	<b>89</b>
<i>Зачем юмор блогеру и как научиться шутить.</i>	
<b>18.</b>	
<b>Бизнес-подход</b>	<b>94</b>
<i>О ведении канала как медиабизнесе, аналитике и платном продвижении.</i>	
<b>19. Зрелищем на хлеб</b>	<b>100</b>
<i>Об источниках заработка на YouTube и способах повышения дохода.</i>	
<b>20. Кросс-платформенность</b>	<b>108</b>
<i>Основы деятельности на других платформах.</i>	
<b>21. Соло или команда?</b>	<b>112</b>
<i>О том, как сформировать команду и добиваться с ней больших результатов.</i>	
<b>22. Смотреть вдаль</b>	<b>116</b>
<i>Стратегия контента и развития карьеры блогера.</i>	
<b>23. Формировать рынок</b>	<b>121</b>
<i>О том, как взаимодействовать с другими криэйторами.</i>	
<b>24. Ценить офлайн</b>	<b>126</b>
<i>Правила построения личного бренда за пределами интернета.</i>	
<b>25. Оставить по себе след</b>	<b>130</b>
<i>О том, как отличаться, и о влиянии на аудиторию.</i>	
<b>Литература для вдохновения</b>	<b>135</b>
<b>Контакты</b>	

## От автора

“Хлеба и зрелищ”.

*Древнеримский поэт-сатирик Ювенал*

Знал бы автор этого крылатого высказывания о творчестве, появившейся через века современной рэп-группы “Хлеб”, наверное, изрядно бы удивился. Для нас же ничего удивительного в таких представителях развлекательной индустрии нет. Ни в их названии и ни в том, что они стали известны благодаря YouTube – арене зрелищ № 1 для диджитал-поколения.

Как и в любой конкурентной среде, на главной видеоплатформе к вершине взбираются только самые настырные и талантливые в своем деле. Почему именно YouTube стал основной платформой для реализации своего творчества такому огромному количеству людей? Ответ кроется в возможности заявить о себе максимально быстро перед аудиторией, состоящей из всего мира. Не зря главный слоган сообщества звучит как Broadcast Yourself – “Заяви о себе”.

В этой книге мы с вами заглянем за кулисы цифрового театра, чтобы познать простые истины, которые позволят завоевать внимание восторженной публики, одержать признание и, главное, обрести свободу творчества. Вы найдете для себя evergreen-рекомендации без воды и технических аспектов из справки видеохостинга. Каждая из глав посвящена конкретному направлению деятельности криэйтора. Нацелена на

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

обеспечение результата как в измеримых показателях и доходности, так и в росте лояльности аудитории. Вы научитесь через призму законов маркетинга воспринимать контент как товар, который надо успешно продать в сверхконкурентной среде.

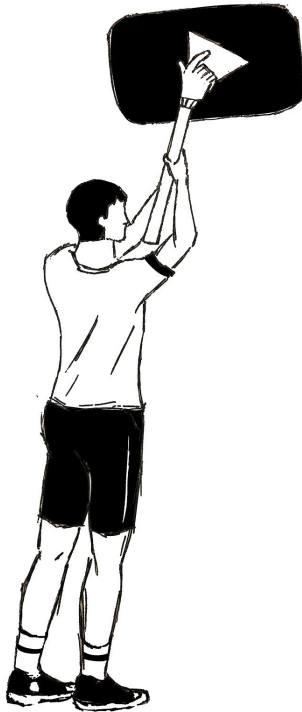
Существует два типа криэйторов. Одни сначала делают, а потом учатся на ошибках, наступая на грабли. Другие — осознанно начинают свой путь с теории. Проложив себе дорогу знаниями, вы не получите гарантию отсутствия граблей на пути, но, имея в своем арсенале такой гид по миру создания и продвижения контента, повстречаете их гораздо меньше.

## Нажимаем на play

Как обычно, после пар Квинт залипал в видеосики на YouTube. Был теплый осенний вечер, и засыпающее красное солнце подсвечивало прямоугольником окна только одну стену его маленькой комнаты. На стене, как и полагается порядочному студенту юридического факультета, ровным рядом налили постеры из любимых фильмов. А рядом, на запыленной книжной полке, старенькая зеркала Сапон отражала солнечный луч своей открытой линзой объектива.

Все молчало. Только из смартфона доносились возгласы ютубера-миллионника, критикующие очередной фильм сомнительного качества, а наш герой улавливал каждую ноту сарказма, опережая при этом повествование автора. Кстати, в кинематографе знает толк и он сам. Даже все друзья и знакомые за рекомендацией “что посмотреть вечером” или “на что пойти в кино” обращаются именно к нему.

Квинт тоже пробовал вести свой блог о мире кино. На его канале есть целых три видео с обзорами молодежных комедий начала двухтысячных. Но вот незадача: при всем своем природном обаянии, отличных знаниях в обозреваемом направлении и камерой на смартфоне, способной снимать в формате 4К, не собрал за месяц и тысячи просмотров. “Сдаваться рано, — действительно решил Квинт, — буду учить теорию...”



Начинать снимать видео лучше только тогда, когда вы понимаете, что сможете сделать контент, приносящий пользу и эмоцию. Контент, который не будет копией копий, а сможет отличаться уникальностью для заинтересованной в тематике аудитории.

О творцах говорят: “Он хорош не тогда, когда хочет заниматься своим делом, а тогда, когда не заниматься им не может”. Так ли это с создателями контента на YouTube? Или можно снимать вполсилы и все равно

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)



результат не заставит себя ждать? Заставит. А может, даже и не придет. Отдача будет пропорциональна вложениям в том случае, если вы удовлетворяете запросы рынка. Да вот только просчитать все как в бизнес-плане с самым ходовым и понятным товаром — нельзя. Все, что можно, — это выбрать направление и быть готовым постоянно адаптироваться к изменениям.

Важно разделить понятия творчества и креатива. Если вы хотите заработать, создавая информационный продукт, и получить отзыв широкой аудитории — это должно быть креативом. Творчество — понятие слишком субъективное, и измерить, адаптировать, подогнать под определенные форматы его нельзя. Вот что говорит об этом понятии Википедия: “Творчество — процесс деятельности, создающий качественно новые материалы и духовные ценности или итог создания объективно нового”. Вы сможете создавать объективно новое на протяжении нескольких лет? Если да, можете претендовать на творчество. Но скорее, создание популярных видео — это симбиоз ваших идей с наработками предшественников. Креатив — это деятельность с долей творчества, которое обрамлено рамками и может быть просчитано, измерено.

Энди Уорхол — один из самых признанных креативщиков в истории, купался в лучах славы, был миллионером. Винсент ван Гог — выражал свое творчество и не имел заслуженного признания среди современников. Но и рассматривать деятельность на YouTube только для финансовой выгоды нежелательно. На практике такие проекты выгорают, едва ли успевают окупиться. Как и в бизнесе, лучше сохранять баланс между доходной составляющей и заинтересованностью в том, чем занимаешься.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Почему мы видим так много успешных блогеров-подростков? Да, безусловно, их аудитория смотрит намного больше контента по сравнению со взрослым зрителем. Но об этом мы поговорим чуть позже. Среднестатистический школьник или студент-криэйтор тратит практически все время на свое любимое дело, периодически отвлекаясь на учебу и поесть. Это и есть преимущество. Никак не нужно считать, что количество побеждает качество, речь о другом. Просто концентрируя все усилия на YouTube-канале, вы кратно ускорите темпы его развития. Если вы занимаетесь им только в выходные или пару часов в будние дни, результат будет предсказуемо ниже.

Да, fulltime посвятить себя миру видео – задача не из легких. Если вы уже занимаетесь созданием контента, но совмещаете его с основной работой, вы понимаете, о чем идет речь. Оторвать себя от привычного расклада дел и рвануть “с места в карьер” по силам не каждому. А каждому и не нужно. Ответьте на несколько вопросов, чтобы понять, вы будете распаковывать свою заветную золотую кнопку или пачку вермишели быстрого приготовления на обед в случае неудачи и неоправданных затрат на производство ничем не выдающегося материала.

1. Я готов уделять каналу больше 50% своего времени? Изменить свой стиль жизни?

2. Буду ли я проявлять интерес к выбранной основной теме канала продолжительное время?

3. Я осознаю, что на YouTube огромная конкуренция за зрительский интерес?

4. В случае недостаточных темпов развития канала в начале, я буду с тем же усердием продолжать им заниматься?

5. Готов ли я постоянно обучаться всему новому в выбранной теме и узнавать о платформе YouTube?

Скорее всего, вы ответили положительно на эти вопросы. Только действительно серьезно настроенный на деятельность человек будет читать об этом книгу. В противном случае вы бы ограничились парой обучающих видео, да и то не факт. Еще один вопрос, который интересует людей, занимающихся развитием своего канала: как понять, что можно переходить на полную занятость и бросить основное место работы? Лучше всего к ответу на него подходить с холодной головой. Не стоит, озарившись мечтой, получив первые успехи, сразу же перебираться на YouTube на полный рабочий день. Совмещайте так долго, как можете себе это позволить. Когда доход от канала сравняется или превысит ваш основной — это первый признак того, что пора делать выбор. До этого воспринимайте креаторство как хобби. Бизнесу нужно принимать решения другого порядка, детальнее об этом в других разделах.

Художественный персонаж, рассказами об успехах которого начинается каждая истина YouTube-криэйтора, с самого начала выбрал направление своего контента. Но так бывает не всегда. Иногда у будущего контент-мейкера случаются разногласия с самим собой, ведь сфера его интересов не ограничивается чем-то одним. Может, вы уже начали, но продолжаете размышлять об этом. Решение есть, и оно в ответе на второй вопрос из списка выше. Отталкиваться нужно от сегмента, в котором вы имеете экспертизу и неподдельный интерес. Выбирать самое выгодное может оказаться путем в никуда. Можно добавить какую-нибудь мотивационную цитату о том, что “у каждого свой путь”, но обойдемся без нее.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Морально подготовились, и теперь очередь запастись инструментами, которые помогут реализовать все задуманное. Рисуем, возможно, даже в прямом смысле, образ вашего съемочного рабочего места. В комнате на фоне ковра с оленями, на “зеленке”, в студии или полевых условиях, сидя, стоя и т. д. От выбора зависит набор гаджетов, гарантирующих приемлемую картинку и звук. Локация обязательно должна быть быстро доступной и зимой, и летом. Внезапно приехавшая в гости тетья, которую любезно поселили вблизи вашей домашней киностудии, не должна стать причиной несвоевременного выпуска на канале. Если студия настоящая, заранее предусматривайте ее доступность в соответствии с графиком съемок.

Начинающий ютубер должен быть не только актером, сценаристом, режиссером, оператором и монтажером. Будьте добры позаботиться о бюджетах, логистике, дизайне, аппаратуре. Набор инструментов для создания роликов зависит от масштаба проекта, количества участников, локаций и других факторов. Минимальный же набор для записи видео – это телефон или пара телефонов, снимающих хотя бы в Full HD, и штативы для локальной съемки. Экшн-камера и крепления к ней для сюжетов, снятых в уличных условиях. Звук без каких-либо вариантов должен быть близок идеальному. Используйте хорошего качества петлички или специальные микрофоны. По настройке света вы сможете найти десятки полезных видео – не упускайте возможности сделать картинку максимально гармоничной по освещению и цвету. Отдельные виды видеопродукта могут быть созданы без съемки, а только с помощью других исходных материалов. Почему все же лучше снимать, вы узнаете немного позже.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Важно понимать простую истину – смысл важнее качества съемки и продакшена. История знает много примеров видео, снятых на мобильный телефон, ставших своего рода бестселлерами. О провальных мегамасштабных по плану роликах с многотысячными бюджетами тоже известно немало.

Итак небольшой чек-лист действий, необходимых для запуска, реанимации или приведения канала в порядок. Прежде всего пропитаться теорией – дочитать эту книгу до конца, по возможности пройти обучение, получив личные рекомендации. Выберите, о чем и как будете снимать. Соберите необходимое оборудование. Продумайте, как организуете свое время, чтобы наладить регулярный процесс съемок. Создайте несколько пилотных выпусков до публикации первого из них. О выборе форматов, тонкостях создания сюжетов, составлении контент-плана узнаете далее.