

Маргарита Акулич

Маркетинг на YouTube



Маргарита Акулич

Маркетинг на YouTube

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=33573461

ISBN 978-5-4490-8463-7

Аннотация

Маркетинг на YouTube нередко не используется либо используется не в полной мере многими компаниями. Однако данную ситуацию нельзя признать правильной, поскольку этому маркетингу под силу быть инструментом, способствующим одержанию победы над конкурентами.

В книге рассмотрены разные аспекты маркетинга на YouTube, в том числе связанные с произошедшими изменениями и оптимизацией. Приведен ряд советов.

Содержание

Предисловие	5
I История социальной сети YouTube и ее развитие	7
1.1 О первоначальной задумке, начале реализации, появлении и причинах успешности сайта Youtube.com	7
1.2 Об инвесторах и дальнейшем развитии YouTube. YouTube и Google	14
II О плюсах YouTube, его демографии, отличии, популярности, важности и возможностях	19
2.1 О плюсах (преимуществах) YouTube и его демографии	19
2.2 YouTube: отличие от других социальных каналов. О популярности YouTube и его	23
О важности для продвижения сайта компании	
Конец ознакомительного фрагмента.	27

Маркетинг на YouTube

Маргарита Акулич

© Маргарита Акулич, 2019

ISBN 978-5-4490-8463-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

Маркетинг на YouTube нередко не используется либо используется не в полной мере многими компаниями. Однако данную ситуацию нельзя признать правильной, поскольку этому маркетингу под силу быть инструментом, способствующим одержанию победы над конкурентами.

Маркетинг на YouTube является еще одной ветвью стратегии маркетинга контента. Вы можете создать отличный видео контент, который улучшит ваши отношения с клиентами, которые любят проводить время в социальных сетях, и будет способствовать лучшему продвижению вашей компании, вашего бренда и ваших продуктов (услуг).

Использование видео – одна из самых «горячих» тенденций в маркетинге лучших компаний мира. Поэтому всем компаниям рекомендуется уделять этому виду маркетинга самое пристальное внимание.

В книге рассмотрены разные аспекты маркетинга на YouTube, в том числе связанные с произошедшими изменениями и оптимизацией. Приведен ряд советов.

Рассмотренные в книге вопросы:

История социальной сети YouTube и ее развитие.

О плюсах YouTube, его демографии, отличии, популярности, важности и возможностях.

Как вам создать и оптимизировать свой канал на YouTube.

Видеоролики на YouTube. Получение пользы от YouTube.

Продвижение сайта с помощью YouTube.

О создании описания вашего видео и канала на YouTube.

Продвижение видео на YouTube и совершаемые при этом ошибки.

О продвижении видео канала на YouTube со страстью.

О рекламе на YouTube.

О проведении конкурсов на YouTube.

О монетизации видео и обновлениях на YouTube.

Об оптимизации продвижения бренда на YouTube.

Полезные советы для реализации маркетинга на YouTube.

I История социальной сети YouTube и ее развитие

1.1 О первоначальной задумке, начале реализации, появлении и причинах успешности сайта Youtube.com

*О первоначальной задумке и начале реализации сайта
Youtube.com*



Чад Херли. Фото из источника в списке литературы [4]

Далеко не каждому известно, что первоначальная задумка и реализация сайта Youtube.com была связана с темой зна-

комств. Лишь этот сайт имел необычную по тем временам «фишку», состоящую в предоставлении пользователям возможности загрузки своих собственных видеороликов.

Разработчиками и создателями сайта YouTube явились Чад Херли, Стив Чен и Джавид Карим. Они были коллегами по работе в платежной системе PayPal. Если же говорить об идее создания соцсети YouTube, то она пришла в голову Чаду Херли, приобщившему к ее осуществлению приятелей и попрощавшемуся с PayPal ради воплощения в жизнь интересного перспективного проекта.



Стив Чен. Фото из источника в списке литературы [5]

Разработчики инновационного проекта хотели, чтобы с помощью их детища пользователи без проблем и с удовольствием могли заниматься размещением видеоматериалов о себе с целью обеспечения простого и удобного завя-

звания знакомств. Но пользователи начали загружать видео не о себе, а обо всем, что их волновало и окружало. Из-за этого создателям YouTube пришлось задуматься о его брендинге.

О появлении сайта Youtube.com и причинах его успешности

Начало 2005 года. Это время, когда Чад и его приятели Чен и Карим обсудили выдающуюся идею Чада. В итоге в феврале этого года произошла регистрация домена YouTube.com. Парни начали на полном серьезе заниматься созданием сайта. Первое видео на него было выложено Джавидом в апреле месяце (двадцать третьего числа).

Длительность первого на YouTube видео была 19-секундной. На видео показывались слоны вместе со стоящим рядом с ними Джавидом Каримом в зоопарке города Сан-Диего. С данного видео и началось бета-тестирование сайта.



Джавид Карим. Фото из источника в списке литературы [6]

Финишное оформление ключевой идеи сервиса YouTube произошло, когда его создатели поняли, что необходимо развитие сайта, предназначенного для пользователей, желающих беспрепятственно делиться своими видео с людьми, прежде всего со своими друзьями и знакомыми. Также проектом предусматривалась реализация возможности оценивания видео пользователями соцсети YouTube.

Появление молодых энтузиастов со их инновационной идеей на рынке интернет-услуг оказалось весьма своевременным. В то время для отправки людям видео практиковалось использование email (что создавало большие неудобства по причине очень ограниченной вместимости электронной почты), а также BitTorrent либо видео хостинга. Видео хостинг при этом отличался несовершенством, поскольку имела место строгая ограниченность объема загружаемого на сервер видео, а для увеличения возможности требовалась ежемесячная оплата подписки. Еще одной проблемой была проблема невозможности просмотра видео в реальном времени. Люди долгое время ожидали полной загрузки видео без гарантии получения шанса на его просмотр.

Херли, Чен и Карим озадачились проблемой избавления от недостатков, присущих имевшимся интернет-сервисам в целях создания чего-то принципиально нового, ориен-

тированного на пользователей, стремясь к активному обмену видео материалами. Это стало залогом успешности сервиса YouTube. И это показало важность не только наличия хорошей идеи, но и ее грамотного творческого воплощения, содействующего доведению задумки до большого успеха.

Попадание YouTube в шестерку наиболее развивающихся интернет-сервисов в самом начале своего реального существования было связано с самим наполнением сайта. Сервис сделал возможным распространение отличающегося популярностью контента, находящегося под законодательной защитой (защита авторского права). Помимо этого просмотр видео на YouTube отличало удобство. У пользователей не было надобности в скачивании специального кодека или же плеера. Разработчиками началось использование проигрывателей на базе Macromedia Flash. Стал возможным поиск видео с помощью ключевых слов, видео начали подбираться согласно разным тематикам, их оказалось возможно реально оценивать, поэтому в топ стали попадать видео, высоко оцененные пользователями.

Численность пользователей сервиса YouTube неуклонно росла благодаря вирусному виджет-маркетингу. Любой желающий мог встроить в запись своего блога видео с YouTube, видеоролики начали активно обсуждаться на форумах. Данный сервис особо облюбовали пользователи MySpace.com.

Все более доступным и часто используемым по стоимости и возможностям становился широкополосной Интернет,

что благоприятствовало развитию YouTube. Также на руку разработчикам сервиса оказался рост простоты и доступности компьютерных технологий. Через шину FireWire либо USB-порт оказалось возможным подключение к компьютеру не дорогостоящей цифровой видеокамеры или даже камеры мобильного телефона.

Пришло время большой популярности видео блогинга, и настал звездный час YouTube, с помощью которого каждый человек при желании смог показать себя или свою деятельность, свою компанию, а также посмотреть на других людей и другие компании.

YouTube стал очень нужным людям, которые с помощью ключевых слов помечали загруженные ими видео, и получили бесппроблемную возможность нахождения других похожих видео.

1.2 Об инвесторах и дальнейшем развитии YouTube. YouTube и Google

Об инвесторах и дальнейшем развитии YouTube



Из-за стремительного роста сервиса YouTube произошло привлечение к нему внимания венчурных фондов Time Warner и Sequoia Capital. В 2005 году (ноябрь месяц) имело место инвестирование в него со стороны Sequoia Capital \$3 млн, из-за чего создателям YouTube удалось открытие к нему публичного доступа. Произошло это в 2005 году, двадцать второго ноября, именно данную дату можно считать

датой, когда YouTube стал полноценной социальной сетью.

Венчурным фондом Sequoia Capital на старте были вложены в YouTube средства в размере \$11,5 млн. Позднее инвесторами контролировались тридцать процентов акций общей стоимостью \$495 млн, что превысило первоначальную сумму вложений почти в 43 раза.

Посещаемость YouTube стремительно выросла благодаря организованному на деньги инвесторов ежедневному розыгрышу плееров iPod Nano 4Gb. В декабре 2005 года сайт сервиса-соцсети каждый день посещало 50 млн. человек в день, а в январе следующего, 2006 года ежедневных посетителей насчитывалось уже 250 млн. Это было связано, в том числе с загрузкой видеоклипа, который был показан на канале NBC в одном из выпусков передачи Saturday Night Live (музыкально-юмористическая передача).

В 2006 году весной (в мае месяце) аналитической компанией Alexa Internet было сообщено о двухмиллиардной ежедневной посещаемости сайта YouTube, о посещаемости, поставившей (согласно критерию посещаемости) этот сайт на десятое место в Соединенных Штатах Америки.

Данное обстоятельство очень не понравилось MySpace, почувствовавшей, что YouTube наступает ей на пятки, лишая ее большей части доходов. Она в ответ пошла на запрет ссылок на видео хостинг и последующее открытие своего собственного сервиса, в задачу которого входила загрузка видео и его обмен. Однако этот сервис не оказался успеш-

ным, он потерпел фиаско.

А тем временем YouTube продолжал демонстрировать замечательный рост в отношении популярности. И его популярность даже привела однажды к курьезу, касающемуся названия сервиса. Компанией Universal Tube & Rollform Equipment был подан на YouTube судебный иск. Дело в том, что некоторые из пользователей подавшей в суд компании, неверно введившие в адресную строку название ее сайта, оказывались на сайте YouTube. Ошибок было очень много, что приводило к частой недоступности веб-сайта медийного гиганта. Но иск гиганта суд не удовлетворил. В итоге ему пришлось пойти на смену адреса своего домена, домен получил название Utubeonline.com.

Между тем социальная сеть YouTube продолжала расти по критерию популярности, переместившись в рейтинге наиболее популярных веб-сайтов в Соединенных Штатах к середине лета (к июлю месяцу) на пятое место.

YouTube u Google



Фото из источника в списке литературы [7]

В 2006 году (в период конца лета – начала осени) сервисом YouTube был заключен ряд весьма выгодных договоров на реализацию прямых трансляций с некоторыми из мультимедийных гигантов, к которым причислялись Sony BMG, Universal Music Group, Warner Music, и др.

Сервис был замечен компанией Google. И уже в конце 2006 года (в ноябре месяце) Google сервис YouTube поглотила, распалившись за него акциями на сумму \$1,6 млрд. Затем произошла переориентация Google Video, ставшего в результате видео поисковиком.

Наступил 2010 год, принесший YouTube два существенных события. Видео на сервисе начали переноситься из Google Video, но ссылки при этом были сохранены. Сервис лишился одного из своих создателей, занимавшим в ту пору должность специалиста по SEO – Чада Херли. Он

был заменен Саларом Камангаром.

Чад и сегодня рассматривается как идейный и технический консультант, член совета директоров YouTube, он в жизни сервиса и сегодня активным образом участвует.

История социальной сети, завоевавшей оглушительную популярность продолжается, ее любят миллионы интернет-пользователей во всем мире. Поэтому компаниям, предпринимателям, маркетологам грешно не пользоваться предоставляемыми ею возможностями.

.

II О плюсах YouTube, его демографии, отличии, популярности, важности и возможностях

2.1 О плюсах (преимуществах) YouTube и его демографии

О плюсах (преимуществах) YouTube



У канала YouTube есть много преимуществ для маркетинга, не учитываемых многими компаниями в полной мере.

Первое почти не требует пояснений. Сейчас видео имеет огромную востребованность. Оно доминирует в мире маркетинга, и если вы не используете видео, вы почти наверняка проиграете своим конкурентам. С ранжированием видео на всех социальных платформах и хорошими показателями в рекламе, видео таково, что оно помогает бизнесу, клиенты чаще всего замечают и реагируют на бизнес, использующий видео. Сегодня видео в тренде, об этом свидетельствует множество проведенных в последнее время исследований.

Когда вы станете использовать YouTube, у вас будет целая библиотека видео. Затем вы можете загружать видео файлы изначально на каждую платформу. Вы также можете вставлять видео YouTube в свои сообщения в блоге всего за несколько кликов, делая свои сообщения в блогах более динамичными и привлекательными.

YouTube также имеет огромную и очень разнообразную аудиторию, с радостью использующую как собственную поисковую систему YouTube, так и Google для поиска контента, который она ищет. Вы сможете мгновенно связаться с этой аудиторией, вместо того, чтобы надеяться, что на Facebook появится ваша реклама. Это позволяет ей находить вас, а не наоборот.

Поскольку видеоролики YouTube могут отображаться в результатах поиска Google, а YouTube является второй наи-

более часто используемой поисковой системой после Google, вы можете получить эту огромную выгоду на своей стороне.

Последнее преимущество? YouTube использует только 9% малых предприятий. У вас будет меньше конкуренции в отрасли, чем любая другая платформа, что даст вам, несомненно, преимущество.

О демографии YouTube



Когда говорят, что у YouTube есть большая и разнообразная аудитория, имеется в виду, что у него 1 300 000 активных пользователей, и сайт получает более 30 миллионов посетителей каждый день. Известно, что аудитория YouTube просматривает видео более 3,25 млрд. часов каждый месяц, и наблюдается более 1 миллиарда просмотров видео каждый день. Это чертовски много видео.

Но как насчет аудитории? Вот что мы знаем, благодаря невероятной статистике FortuneLord [8]:

11% аудитории YouTube – 18—24-летние.

23% – возрасты 25—34 -летние.

26% составляют 35—44 -летние.

16% составляют 45—54 -летние. 8%

составляют 50—64 -летние.

3% – не определены.

Поскольку известно, что 8 из 10 человек в возрасте от 18 до 49 лет смотрят YouTube не реже одного раза в месяц, это дает вам огромную аудиторию, ожидающую увидеть, что вы можете предложить.

Мы также знаем, что просмотры мобильных видеороликов растут на всех платформах, но это особенно актуально для YouTube, и что пользователи здесь готовы находиться дольше; средний сеанс мобильного просмотра длится около 40 минут на YouTube, что существенно. Поэтому, создавая свой контент, имейте в виду мобильных зрителей.

2.2 YouTube: отличие от других социальных каналов.

О популярности YouTube и его О важности для продвижения сайта компании

YouTube: отличие от других социальных каналов



Чтобы действительно добиться успеха на YouTube, вам нужно подойти к нему иначе, чем к другим социальным платформам. Facebook, Instagram и Twitter вращаются вокруг создания и совместного использования большого кон-

тента с целью обеспечения осведомленности, участия и беседы. Речь идет о социализации.

Не нужно думать, что большинство людей используют только канал YouTube. Видеоролики на YouTube больше похожи на сообщения в блогах и более эффективно вписываются в нишу контент-маркетинга. Конечно, люди будут комментировать их, но они делают это так же, как они комментируют сообщения в обычном блоге. Они приходят смотреть и переживать видео, но не обязательно делиться своими мыслями. Но подходя к YouTube как к платформе для видео контента, вы можете создавать сильные ролики, которые будут хорошо работать.

Как социальная сеть YouTube отлична от других социальных сетей, где внимание пользователей быстро переходит с одного поста на другой, с одной темы на другую. На YouTube люди обычно имеют «свои» любимые видео и каналы, и привлекают к ним других людей – из других социальных сетей, а также блогов и групп по интересам. Поэтому и увеличивается аудитория читателей как видео, так и компании, которой принадлежат видео, вследствие чего повышается потребительская лояльность.

О популярности YouTube



Сегодня популярность YouTube выдающаяся, сайт сервиса – один из первых в мире в отношении популярности. Не исключено, что сервис в будущем заменит собой TV. Пользователям его уже в настоящее время предоставляются возможности просмотра прямых эфиров (концерты, семинары, лекции).

Сервисом YouTube предоставляется уникальная возможность для компании в отношении сбора на своем видео канале колоссальной аудитории онлайн-зрителей. Удачно раскрученным каналам YouTube удастся соперничество по критерию популярности с телевидением и его наиболее востребованными программами.

Маркетологам компании нужно создавать на YouTube видеоканал и раскручивать его, получая определенное количество собственных зрителей, лояльность которых способна эффективно содействовать повышению лояльности ее кли-

ентов.

Начинать продвижение сайта компании на YouTube необходимо со сбора аудитории YouTube вокруг своего канала. Для этого нужно вначале создать аккаунт на сервисе, и после этого следует выкладывать уникальные видео.

Маркетологам компании необходимо обеспечить создание своего канала, и заливать популярные видеоролики, интересные и полезные для людей. Просмотр этих роликов большим числом пользователей существенно помогает продвижению сайта компании и ее самой, ее бренда в Интернете, что также работает на повышение потребительской лояльности.

Если говорить о продвижении сайта компании на YouTube, то можно сравнить его с продвижением в соцсетях. YouTube располагает расширенными возможностями в отношении управления пользовательским поведением. Они доступны владельцам аккаунтов. И эти возможности целесообразно использовать. Также на YouTube у владельцев видеоканалов имеются собственные, привязанные к этим каналам фиды.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.